

## **Internet Journalism and Journalistic Ethics: New Journalist's Qualification and Working Conditions**

Haluk Birsen\*

### **Introduction**

As a news source for masses, the press has an influence in the extent of the space that news reports take in the life of individuals. This process of influence shows an alteration depending on the medium that news reports are presented on. Each tool has its distinguishing characteristics.

The most attractive aspect of Internet from the point of newsmen is the fact that news reports could be published with the possibility of unlimited number of lines and pages. In another terms, if an appropriate and organized structure is established, Internet offers its users a platform where they can find anything they look for. On the other hand, they have to compete with those whose main job is not reporting, not even publishing.

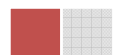
Internet is a rather new channel in the face of other means of mass communication that are almost a century old. Described also as a hybrid tool, Internet necessitates a new type of worker and a news organization since it possesses the characteristics of other media as well. Even this situation offers some clues at the first sight that several problems might arise out of this.

### **News Media and Its Social Role**

News media is a mass communication means that communicates, on the plane of "information-labor", to the public opinion the events that develop, which might be social or not, concern the society and have an influence on the communal structure of the society; it is a meeting bridge that enables the objective confrontation of the truth, or that which is not truth, with the public community. Informing and illuminating the community is the essential and the foremost task of the press. Its responsibility is to take sides with facts and have the community face these facts. This is the genuine and the most important meaning of press and journalism. Exploitation of this factor in improper grounds can lead to irrecoverable consequences. (Arhan, 1998)

Competition has increased directly with the advancement of the presentation of newspapers and other means of mass communication and indirectly with the diversification of other means necessary for communication. In the face of this change, it has become an obligation for the press to professionalize and multiply its methods of development, and the press has begun to appear before the society as huge media holdings.

\* *Anadolu University, Faculty of Communication Sciences, Journalism  
Eskisehir, Turkey  
E-mail: [hbirsen@anadolu.edu.tr](mailto:hbirsen@anadolu.edu.tr)*



Defenders of free market argue that the market must absolutely be free for the democracy to develop. According to this view, the press, as the provider of connection between market and democracy, take a central part of this claim. Free market brings together the free press that provides the possibility of diversity of views and accession to information which are necessary for the citizens to become democratic and act with responsibility. But in a society, free market, journalism and democracy, as interdependent institutions, form a holy trinity. (O'Neal, 1998)

### **Journalistic Ethics**

The function of informing is the most significant and fundamental function of journalism. The function of informing is criticized by many in this occupation and others in society. But there is no written rule to this occupation. Critics made are related to journalistic ethics in one hand and journalistic responsibility in the other. In order to explain the functions of making and presenting reports, it is pertinent to take and examine journalism within an empirical discipline like sociology. Unlike other empirical disciplines, journalism does not limit itself with judgments made on facts; it also accommodates within itself social values and preferences. Forming the raw material of journalism, news reports aim to provide more or less a picture of the nation and society. Often the social values within news reports do not belong to Journalist making and presenting the reports and these values are not separated from the reports themselves either. (Tokgöz, 1994)

News media has a power to make direct or indirect influence on all segments of society as a virtue of its position and function. It is for this reason that there is a primary necessity for a set of occupational rules and standards that will organize the working field of news media and define the behavioral pattern of newsmen. (Karabay, 2007)

On the other hand, in the occupation of journalism, as in others, the operator is human. Just like the members of any other occupational group, newsmen could not always maintain the standard expected of them in their behaviors but this fact reveals not the irrelevance but the clear relevance of ethics to the occupation of journalism. A large part of journalism applications are defined and examined by concepts inevitably related to ethics, such as freedom, impartiality, accuracy, honesty and privacy. Even democracy, which constitutes the context of many debates about media, is an ethical term since it is about the most righteous and best form of social and political organization. Thus ethics is inseparable from journalism and it must be a part of understanding journalism with its applications and problems. (Besley & Chadwick, 1994)

Four things that come to mind when thinking of media ethics are fair, accurate, objective and truthful news. Serving the right of community to know what is going on is the essential task of mass communication means. In this context, news reports must reflect the truth, facts must be conveyed after they are revealed by adequate research, confirmation must be based on credible data, and effort must be made to ensure that the facts and events given in reports match the actuality. In addition to this, by the merging of law and justice, it is possible that information is presented unbiasedly and impartially. (Uluç, 2003)

The fundamental reasons setting the ground for the current erosion observed in media are listed as: concentration, lack of a proper education of journalism, sensational journalism, high prominence given in news texts and images to the elements like violence, blood, sexuality, racism and vulgarization of language, increasing tendency towards fictional news reports,

irresponsibility against news source and readers, accessing sources against payment, personal rage and anger reflecting to news pages, disrespect for private life and individual honor and personality, monetary greed, over familiarity with news sources, partiality, wage imbalance among news sector workers, lack of job security, promotion etc. (Karabay, 2000)

Executives of the French newspaper *Le Monde* explain their fundamental principles relating to occupational ethics as: “Economic independence, institutional independence, the importance and sensitivity of news accuracy, defending truth against time, acknowledgement of errors, internal discussion, collective work, good faith, honesty, specialization and skill”. (Akçalı, 2002)

This definition by *Le Monde* workers is like a summary of the debates of media ethics. When it is brought together with other views and evaluated, the following much interconnected elements come forward as the source of ethical problems:

- Media ownership
- Competitive structure
- Time factor
- Organizational structure
- Worker qualification

### **Internet Journalism**

During 1990s, the whole globe including Turkey witnessed the fast advancement of computer technology. Towards the end of '90s, this change introduced to wide masses from developed to underdeveloped countries a new environment of communication named as “the Internet”.

The first representative of the Turkish press in Internet was the newspaper *Zaman*. Its first online issue was published on December 2, 1995, while the newspaper *Milliyet* was second to take place in Internet, on November 26, 1996. *Milliyet* was followed by the newspapers *Hürriyet*, *Sabah* and *Akşam*. “NX”, the first independent news site (not being a web version of any newspaper), began its life on Internet on January 25, 1996. In July 1995, the magazine *Aktüel* became the first news magazine to begin publication on the net and the humor magazine *Leman* was the first to start a web site in November 1995. As for TV channels, the first web site that began to publish was *Kanal D*, on June 12, 1997. It was followed by ATV, Show, Star, NTV and others. (Gürcan, 2000)

Inherent to Internet, hypertextuality and interactivity distinguish it from the traditional media. Hypertextuality provides a facility to solve the problems arising from the two dimensionality of the traditional newspaper. Many news reports that cannot find space or could not be detailed in newspaper pages can have their presence in the Internet environment thanks to this characteristic (O’Sullivan and Heinonen, 2008)

In spite of all these advantages, hypertextuality poses some risks as well. The risk much spoken of and discussed is the fact that users might get lost or move away from a given site while following hyperlinks.

Those telling that Internet is an interactive tool also point at a radical change in the mass communication. The active role assumed by the audience has led to a debate over who is target and who is source. Despite these debates, many applications lacking in the traditional

media have come to the fore and thus the features that a news site should possess have begun to emerge (Birsen, 2003).

### **Internet Journalism and Ethics**

Bringing its audience into an active position in the face of the traditional media system, Internet is generally viewed as a liberating tool. But we need to ask this question: Could everybody have an unlimited freedom simultaneously? In fact, the answer to this question was given by the founders of liberalism a very long time ago. Such a thing is not possible. With its simplest expression: "Where one's freedom begins, another's freedom ends". In addition to this, definition of freedoms and truths can change depending on individuals, societies and places. But the structure of Internet, which is not easy to control, provides an environment beyond all these pressures and differences of opinion, where all kinds of views can compete and find followers. This environment of freedoms, however, does not end the existing discussions of ethics and even enriches the content of debates by new types of contradictions and crimes.

Are current rules of journalistic ethics valid for Internet, too? Those arguing that the existing rules are effective suggest that both the journalist and the ethics are the same journalist and ethics. On the other hand, there are those defending that this new environment has brought new debates though they agree that the essence of the journalism has not changed. The most common example used relating to this argument is the fact that hidden camera shots have come up with television.

It could be said that Internet and related technologies simplified many things and even that the journalism sector acquired many things through Internet journalism. News reports, however, have not changed with Internet. Although the processing of news reports change for each mass communication means, it is essentially the same and it necessitates labor, knowledge and experience. Furthermore, Internet forces the news sector workers to act faster since it provides a simultaneous platform. Need for reporters to collect news, editors to prepare reports for publishing and technical staff to publish them still continues. Although the existing technology has lowered the costs from many aspects, the human factor has not lost its significance for Internet journalism.

Data obtained from a questionnaire applied by Arant and Anderson to the Internet editors of the newspapers being published in the USA have shown that sites work with small numbers of variant employees working in an intensive tempo assuming many different tasks and responsibilities. Different Internet publishing applications brought by the new platform are also under the responsibility of these groups of workers (Arant and Anderson, 2000). The new environment has enabled the audience to contribute to site contents. Thus the content is not created only by the data from news sources but also from the audience and this also distinguishes the new communication environment from the traditional media. When compared to an employee working in the traditional media, it is seen that in Internet, responsibilities are not distinguished in spite of a clear division of labor. At this point, whether technology simplifies the tasks emerges as a new question (Birsen, 2005).

Data obtained shows that small number of workers struggle to prepare the news reports and other applications forming the content of the site, track the audience and create databases about them, enrich the content with hyperlinks, check whether the hyperlinks lead to a harmful or offensive content, prepare and even collect advertisements. In a series of meetings

made in the Poynter Institute in 1997 for evaluating the results of this and many similar studies, an agreement was arrived on the following five points:

- Content Reliability
- Database Information
- Setting Hyperlinks
- Potentially Offensive and Harmful Content
- Journalist Reliability and Commercial Pressure (Mann, 1998)

Some define the Internet journalism as a work that develops minute by minute, done in anxiety, in periods of 7 days and 24 hours. It is a known fact that truthfulness, honesty, integrity and balance, which are the fundamental principles of journalism, contradict rapidity and haste. But fast and timely information is accepted as the key to success and it is assumed that any error would not be permanent and would be corrected as soon as they are noticed (Yashua and Dueze, 2001). Yet the reliability of source and content are musts (Spence and Quinn, 2008).

One of the prominent subjects in the meetings organized under the title of “A New Media Model” in 1997 by the Poynter Institute was about how database information would be used. As a consequence of discussions, an emphasis was made that database information could only be revealed for public benefit or by the permission of the individual. In the study, it was pointed out that if the institutions that build databases would let other institutions use this information, they must declare openly to their audience that data relating to them could be used commercially (Poynter Institute, 1997). According to a study about collecting database information most online news sites which are 64.5% are collecting information; fewer sites are disclosing their privacy policies (Hong and Others, 2005).

Making the differentiation between news and advertisement clear is one of the most fundamental rules of journalistic ethics. The same is valid for the new media environment. At this point, hyperlinks take the stage and readers are led to external websites through advertisements. External links are a matter of debate due to the audience redirection. One of the consequences arrived at through the studies made by the Poynter Institute is that the audience should be warned against the content they might encounter and the domain they are redirected (Poynter Institute, 1997)

The obligation of protecting the audience against offensive and harmful content is another subject of ethics discussion that websites have to deal with. The Coşkun Ak case, one of the first lawsuits in Turkish law history relating to Internet publication, is significant in point of showing that offensive and harmful content problem constitutes such an important field of ethical discussion and that a prosecution process that might arise in such situations leads the related parties into a very complex legal process. Coşkun Ak, an editor, had to get into a legal struggle as a consequence of an ethical decision he made after a user was disturbed by a message written to the web forum by another user (Tozkoparan, 2001). After a study made on similar events, judges came to the conclusion that the this lawsuit had such a structure that it could not be concluded easily and that the related texts containing the matters of race, ethnic origin, cultural, religious or sexual preferences must be used with more caution (Poynter Institute, 1997).

Many studies reveal that news sites are operated with small number of workers (Arant and Anderson, 2000; Yashua and Deuze, 2001). In the study made by Arant and Anderson, it was

also shown that the small number of workers undertook multiple responsibilities. Commercial pressure is shown as the basic reason of this situation. Under these conditions, another practice that these workers are expected to perform and that which poses an ethical problem is the fact that workers has to deal with the advertisement task, too, apart from news (Arant and Anderson, 2000). Yet, the 14<sup>th</sup> article of the Press Principles (Press Council, 2009) and the 12<sup>th</sup> article of the Turkish Journalists Declaration of Rights and Responsibilities (Turkish Journalists Declaration of Rights and Responsibilities, 2009) call attention to the fact that the differentiation of news and advertisement should be done adequately and that journalists should not confuse their occupation with advertisement, propaganda and public relations.

## **Method**

Although Internet and its related technologies are new, they are developing rapidly. But although they emerged in different time periods and social conditions from the traditional media, they face similar problems. One of these is ethics and another is journalistic ethics. In this context, the basic problematic of the study is to question the adequacy of news sites' standards relating to the production process and worker qualification when taking ethical decisions in the face of possible ethical problems.

According to the data obtained from the previous studies, commercial pressure, time pressure, worker qualification and worker number cause some problems. Links to external sites and collection of user information lead to ethical debates as well. Answer to the fundamental question of the study will be sought from this perspective.

In order to achieve this goal, answers to the following questions were also looked for.

1. What is the educational level of site administrators? Do they have a communication education or an education relating to the journalistic ethics?
2. What is the educational level of site workers? Do they have a communication education or an education relating to the journalistic ethics?
3. What are the daily working hours of the part-time and full-time site workers?
4. What responsibilities are the workers expected to perform during the day for publishing the site?
5. What do the site administrators think about the utilization of data belonging to the audience?

In order to answer these questions, a questionnaire was applied to the site administrators. The questionnaire was prepared on Internet. Site administrators accessed the questionnaire through a hyperlink posted them via e-mail. There is no legal regulation in Turkey that binds news sites. They are accepted as commercial institutions. In other words, they are commercial establishments doing journalism. For this reason, it is almost impossible to access a precise list of news sites that continue their existences within a relatively independent or disorganized structure. Thus, an examination was done on the data obtained through a Google search with the keywords "news", "news site" and "internet journalism" and a list of news sites was produced. The list obtained was reviewed in terms of identity records and access information, and sites that could be contacted through email were listed.

As a result of research, 87 sites with access information were defined. Out of these, 57 had working e-mail addresses. Three e-mails carrying a link to the questionnaire were sent to these addresses. 36 out of 57 e-mails were responded.

## **Results**

Of the 36 site administrators, 28 are male and 8 are female. These sites are administrated by individuals aged between 19 and 50. Among the site administrators, 11.1% are in the 19-25 age bracket, 22.2% in 26-36, 38.9% in 31-40 and 27.8% in 41-50. According to these data, 60% of site administrators are 30 years old or above.

Worker qualification is the most important factor that directly influences the practical application of the ethical rules of the journalism occupation. The way of minimizing the errors by the human factor in the application of ethical rules is to internalize these rules, and experience or training are the most important tools for that. In this study, after examining the journalism and Internet journalism experiences of the administrators working in the Internet journalism sector, it was seen that 5.6% had 2-5 years of experience, 44.4% had 6-10 years and 50% had 10 years or more. 61.1% of the questionnaire participants mentioned 2-5 years, and 38.9% mentioned 5 year or more of Internet journalism experience. As a consequence, although these administrators have journalistic experience, they do not have sufficient experience of Internet.

Education is another factor that is effective in the practical application of ethical rules. 11.1% of site administrators had high school degrees, 77.8% had university degrees and 11.1% had post graduate degrees. 61.1% of them had journalistic education. Again, 61.1% had courses on journalistic ethics.

In Turkey, the lion's share of the advertisement revenues is taken by televisions and newspapers. Radios gradually increase their share. The Internet sector struggles to have its share. News sites are a part of the Internet sector and since the share of advertisement revenues is already low for the Internet sector, the share of news sites is even lower. The Internet journalism, whose organization cost is low in relation to other mass media instruments, continues its existence by a labor-intensive struggle. For this reason, the number of employees working in the publication stage is another factor that has an impact on the quality and less errors. When the administrators participating in the questionnaire were asked "With how many full-time workers do you prepare your publication?", 11.1% stated 1, 72.2% stated 2-5, 5.6% stated 6-10 and 11.1% stated 11-15 full-time workers. The higher cost of full-time workers leads the employers to work with part-time workers. Among the questionnaire participants, 11.1% stated 1, 55.6% stated 2-5, 5.6% stated 11-15 and another 5.6% stated 21 or more part-time workers. 22.2% of the news sites did not employ part-time workers.

33% of the participants, on the other hand, mentioned that all their workers had communication education, while 5.6% reported that more than half of their workers had communication education. 22.2% of site administrators said half of their workers had communication education, while another 22.2% related that less than half of their workers had communication education. 16.7% of administrators said they had no information about the educational level of their workers. Of the news site administrators, 44.4% said all, 11.1% said more than half, 16.7% said half and 27.8% said less than half of their workers had journalistic experience.

News site employers seek low wage and cheap labor due to economical pressure. As for the working hours of full-time workers, 3.3% of the sites mentioned 10 or more, 27.8% mentioned 10, and 33.3% mentioned 8 hours daily work. This information suggests a labor-

intensive process. In only 5.6% of the sites, full-time employees worked for 8 hours. By its nature, employing part-time workers means employing part-time workers for getting less amount of work done in nearly half time of normal working hours for an appropriate wage. The questionnaire results, however, draws a different picture on this. For instance, in 22.2% of the sites, part-time workers worked 4 hours, in 16.7% 10 hours, in 33.3% 8 hours and in 5.6% 6 hours. This information shows that working conditions for part-time workers is rather hard. All these data give an opinion on the educational level, occupational experience and working hours of journalists. These also provide clues about the influence of the problems on the process of decision making. In addition to all these data, another situation to be known is the responsibilities undertaken by the workers during their working hours, that is, their workload.

**Table 1**

		If you have a link out of your site, do you control if the site is secure?		
		Yes	No	We don't have a link out of site
Have you had any education about journalism ethics?	Yes	72,7%	18,2%	9,1%
	No	42,9%	57,1%	,0%
Total		61,1%	33,3%	5,6%

$P < 0,04$

The primary responsibility of the news site workers is related to news. When news site administrators were asked to list the daily tasks of the worker responsible for news, the following data were obtained: In 94% of the news sites, it is the primary task to edit the news reports coming from agencies and other sources. The tasks ranking second and third have the same ratio: 83%. These tasks are rendering the incoming news reports ready for internet publication and collecting news reports. Another important responsibility is to check the interactive applications, being prioritized by 66% of the sites. 50% of the sites hold news workers responsible from advertisement and other revenue-generating activities, too. In addition to this, in 33% of the sites, the worker responsible for news has also the responsibilities such as writing advertisement text and making designs.

**Table 2**

		If you have a link out of your site, do you warn your users about being out of your sites responsibility?	
		Yes	No
Have you had any education about journalism ethics?	Yes	45,5%	54,5%
	No	,0%	100,0%
Total		27,8%	72,2%

$P < 0,003$



Collecting demographic information about the site users is a useful and valuable activity. These kinds of data provide the site administrators with the opportunity to observe the actions of users within the site, how long they stay, what they read, which sections of the site they visit more etc. But these data also carry an economic value. If a site collects detailed information for each of its users, it has in its hands a list that has economic value. According to the study results, 77.8% of the news sites collect information about their users.

There are some ethical points of debate incidental to the Internet journalism. These are hyperlinks redirecting the reader out of the site, collection of demographical data about the reader, trading these data and checking the comments made by the readers to the news reports. In the study, administrators were asked whether they use links that redirects their users to external sites. Among the site administrators who had education on journalistic ethics, 72% said that this check is made, while 18.9% said they do not check it. 9.1% of the sites were not using these kinds of links. Among the site administrators who had no education on journalistic ethics, 42.9% said they check the links, while 57.1% said that they do not.

**Table 3**

		Are you collecting demographic information about your users by using registration forms?	
		Yes	No
How long have you been working in news industry?	for 2-5 years	100,0%	,0%
	for 6-10 years	100,0%	,0%
	more than 10 years	55,6%	44,4%
Total		77,8%	22,2%

P<0,006

Hypertextuality, which is an important characteristic of Internet, provides users and designers with important advantages. The method of linking offers a wide range of options on Internet browsing. In the case that the user does not know the link target, however, several drawbacks arise. For example, journalism necessitates a communication that base on the sense of trust between the reader and the news media.

In this case, a link that a news site make to another site, which is not under its responsibility and on whose content it has no influence, will not only abuse the user trust for the site but will also disrupt the brand equity of the site. For this reason, it is within the ethical rules of the new media that sites using this kind of links warn the readers and mention that it does not make an uninformed redirection. Among the questionnaire participants, 45.5% of the site administrators who had education on journalistic ethics stated that they warn their users against the risks. 54.5% do not.

**Table 4**

		What do you think about trading your reader data?		
		It could be sold as a product	It should be collected just to improve the site and to obtain	It's an absolute privacy, can't be traded
How long have you been working in news industry?	for 2-5 years	100,0%	,0%	,0%
	for 6-10 years	12,5%	50,0%	37,5%
	more than 10 years	11,1%	11,1%	77,8%
Total		16,7%	27,8%	55,6%

P&lt;0,0001

Almost the one-way communication that the traditional media base itself put the site administrators into a difficult situation in terms of the types of media utilization by audience, and it also complicates the measures of viewing, listening or reading. But the high level of interactivity in Internet and the related informatics technologies allows many applications including the recording of all the actions of the media user within the website and calculating the time spent on the site in detail. Data recorded through the forms filled by users, who might give their clear identity data, transform into an asset with high economic value. This collection of personal data, which returns to the readers in the form of unwanted e-mails, emerges as a new ethical debate about the new media. Study results show that 77.8% of the sites collect this kind of data. And what do the site administrators think about this collected data?

When the answers given by the site administrators in the light of their experiences in the Internet sector are examined; 12.5% of the site administrators with sector experience of 6-10 years mentioned that these data could be sold. 50% reported that these data contribute much for the development of the site and therefore they need to collect them, while 37.5% mentioned that these data are within the limits of private life. 77.8% of those who have been working in this sector for more than 10 years suggested that these data must absolutely be acknowledged within private life limits.

**Table 5**

		If you allow your reader comments about the news on your site, do you control it comments are unsuitable or aggressive?		
		Yes	No	We don't have
How long have you been working in online journalism business?	for 2-5 years	45,5%	27,3%	27,3%
	more than 5 years	85,7%	14,3%	,0%
Total		61,1%	22,2%	16,7%

P&lt;0,034

The user of Internet, which is an interactive environment of communication, has a more active role than the user of the traditional media. The Internet user could contribute to the creation of content in the extent allowed by the site. Adding comments to news reports is an example of this. This feature provides an opportunity to observe the effectiveness of reports and discussions possible to arise. This differentiates the news sites and their users from the traditional media and its audience. But this type of applications puts a labor-intensive load on the sites because the checking of the content is important in terms of eliminating the ethical and legal risks. When the site administrators having 2-5 years of experience in journalism were asked whether they took any prevention towards checking the situation and eliminating the risks, 45.5% said they check the messages. But 27.3% does not. Of the administrators with more than 5 years of experience, 85.7% said they check them, and 14.3% said they do not. In general, 22.2% of the sites did not check the messages entered by the users although they have these types of applications.

## **Conclusion**

Internet is a cheap and easy-to-use technology. Number of Internet users in Turkey increases each day, while the Internet journalism gradually becomes a field preferred by journalists. The increase of the condensation in the media and the emerging risk of monopolization because of this have made the Internet an alternative field of work for journalists.

Although the organization cost is cheap in relation to the traditional media, the Internet journalism also necessitates a labor-intensive process just like in the traditional media. The most important problem of the sector is the fact that the lion's share of advertisement revenues is still possessed by the traditional media institutions and that the share of Internet from this revenue grows in the extent that Internet becomes more wide spread.

It emerges as a consequence of the study that news sites striving to survive in such an environment are largely managed by people who are university graduates and with journalistic experience. Moreover, 61% of this group also had journalistic education. But these sites are published by a low number of workers. Whether workers are part-time or full-time does not make much difference in terms of working conditions and working hours. They are working for a duration changing between 8 and 10 hours. News site workers are responsible for

- Editing news reports coming everyday from agencies and other sources
- Rendering the news reports ready for publication in Internet
- Collecting news reports
- Checking the interactive applications
- Finding advertisements and engaging in other income-generating activities
- Writing advertisement texts or making advertisement designs which are appropriate for the Internet environment.

News sites use the advantage of Internet. While these advantages could bring positive contributions for them, they also create some points of risk which also become a matter of ethical debates. Giving links redirecting the reader outside the news site and the responsibility of warning readers on this issue are some of the ethical debates. News sites do not make sufficient efforts for checking these kinds of links that redirect users to other sites which are outside their area of responsibility. They also do not adequately do what is necessary in the

point of warning their users about the fact that they are getting outside of their areas of responsibility.

Collection of user data and utilization of these for the site development, also the fact that these data are also seen as a commercial product lead to another ethical debate, or more appropriately, another problem. Names, surnames and e-mail addresses given by the trust on the site could be exploited with an attitude that invalidate that trust, be shared or sold. In fact these data and preferences of users within a site, what they read or watch, if these do not constitute a crime, are completely within the limits of private life. 55% of site administrators evaluated these data within the limits of private life, while 16% perceived them as a product of commercial value. This ratio is high. Gravity of the arising problem is directly related with the numbers of visitors the site have.

Consequently, economical pressure, worker qualification and semi-professional structure lead workers to error. Unless the share gained from advertisements increase, working conditions necessary for the solution of problems and the opportunity of working with qualified workers in sufficient number will not be succeeded. Legal regulations are certainly effective in the solution of problems but they will not bring a permanent solution. Other than that, in the face of informatics technologies changing and developing rapidly, adequacy and timely validity of laws is controversial. In spite of all these problems, Internet and informatics technologies will continue their fast developments, and their extensity will increase. This new period will carry on with problems that we are newly acquainted, or will be acquainted, solutions that we will find for them, and new pursuits.

## Resources

Akçali, S. İ. (2002). Türkiye’de Araştırmacı Gazetecilik. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Arant M. D. And Anderson J. Q. (2000). Online Media Ethics.  
<http://www.elon.edu/andersj/onlinesurvey.html> 12.02.2010.

Arhan, F., Demirer T., Hozatli, U., Orhangazi, Ö. and Özbudun, S.. (1998). Medya Eleştirisi Ya Da Hermes Sorgulamak Ankara:Öteki Yayınevi.

Belsey, A. and Chadwick R, (1994). Medya Ve Gazetecilikte Etik Sorunlar. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Birsen, H. (2003). “Differing From Print Or Being Online Newspaper” *Communication In The Millenium’da sunulan bildiri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.

Birsen, H., "Internet Politics And Internet For Political Parties1st 3rd International Symposium *Communication In The Millenium’ da sunulan bildiri* ,Cilt 1, 343-358, Chapel Hill,North Carolina, Usa,, 13/05/2005

Gürcan, H. İ. and Birsen, H. (2000). “Haberin İnternette Yeni Bir Görünümü: Portallarda Haber” *Inet-Tr 2000 Türkiye’de İnternet Konferansları’nda sunulan bildiri*.  
<http://inet-tr.org.tr/inetconf6/tammetin/Gurcan-tam.doc> , 12-02-2010.

Hong, T., Mclaughlin M. L., Pryor L., Beaudoin C. E. and Grabowicz P. (2005). “Internet Privacy Practices Of News Media And Implications For Online Journalism” *Journalism Studies*, Volume 6, Number 1, s.15-28

Karabay, N. (2000). Gazetecilik ve Haber. İzmir: Meta Basım.

Mann, F. (1989). “New Media” Brings A New Set Of Problems”, *Poynter.Org*  
[Http://Www.Poynter.Org/Research/Nm/Nm\\_Mann98.Htm](Http://Www.Poynter.Org/Research/Nm/Nm_Mann98.Htm).

O’neal, J. (1998). “Piyasada Gazetecilik Yapmak,” In . Belsey Ve Chadwick. R. Çeviren: Nurçay Türkoğlu (Editors) *Medya Ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

O’Sullivan J. and Heinonen, A. (2008). “Old Values, New Media: Journalism Role Perceptions In A Changing World” *Journalism Practice*. Vol. 2, No 3, s357-371.

Poynter Institute, “The Media Model From Poynter Institute” Poynter’s Journalism Value & Ethics In New Media Confrence.  
<http://www.poynter.org/dj/projects/newmwdethics/jvnm1.htm>, 2006.

Spence, E.H. and Quinn, A. (2008). "Information Ethics As A Guide For New Media", *Journal Of Mass Media Ethics*. 23:264–279.

Tokgöz, O. (1994). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Yayınevi.

Tozkoparan Ç. (2001). "Coşkun Ak Dosyasının Tüm Ayrıntıları" *Türk.Internet.Com*. <http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=1865>), 2004.

Turkish Press Council (2009). "Code Of Professional Ethics Of The Press" Turkish Press Council. [http://www.basinkonseyi.org.tr/lang\\_eng/copeotp.asp](http://www.basinkonseyi.org.tr/lang_eng/copeotp.asp). 12 02 2010.

Uluç, G (2003). *Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı*. İstanbul: Anahtar Kitabevi.

Yashua, D. and Dueze, M. (2001). Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Report From The Netherland. *Journal Of Mass Media Ethics*. S.4, s273-292.

## **Osmanlı İmparatorluğu'nda Sinema ve Propaganda (1908-1922)**

Özde Çeliktemel-Thomen \*

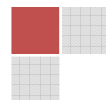
### **Giriş**

Türkiye'de sinemaya yönelik pek çok yayın genellikle Yeşilçam ve günümüz sinemasına yoğunlaşmaktadır. Bunların içinde sessiz dönem sinema tarihine (1895-1929) yönelik kapsamlı çalışmaların yeterli olmadığı iddia edilebilir.<sup>1</sup> Oysa uluslararası sinema literatürüne bakıldığında, sessiz dönem sinema tarihi geniş bir yer tutmakta ve bu alanda disiplinlerarası bir etkileşim ve ekip çalışması olduğu gözlenmektedir. Osmanlı ve Türkiye bağlamında, sessiz dönem sinema tarihinin belirsizliği hakkında pek çok neden sayılabilir. Bunların başında bu sahanın özellikle akademisyenler tarafından hakettiğinin oldukça altında ilgi görmesi, arşiv ve matbu belgelerinin yayınlara yansımaması, dolayısıyla varolan literatürün farklı kaynakları içermeyen bir kısır döngü içinde tekrarlanmasıdır.<sup>2</sup> Sessiz dönem sinema tarihi yazımı, bu çalışmanın genel kapsamı dışında olmakla beraber, varolan sorunlar dolaylı bir biçimde yansıtılacaktır.

Bu çalışmada son dönem Osmanlı İmparatorluğu'nda ilk belge ve kurmaca filmlerin yapımı ve sinemanın yarı-resmi hayır kurumları aracılığıyla desteklenişi açıklanacaktır. Bu bağlamda temel hedefi sosyal yardımlaşmayı sağlamak olan kurumlardan, Müdafaa-i Milliye Cemiyeti (MMC) ve Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti'nin (Malul Gaziler Heyeti, MGMH) film yapımlarından bahsedilecektir. Siyasal değişimin ve ekonomik sıkıntılarının yaşandığı kaotik

<sup>1</sup> Sinema tarihi yazımında dönemsel ayırım genellikle çalışılan konuya göre değişiklik göstermektedir. Bu çalışmada, sessiz sinema için Kristin Thompson ve David Bordwell'in önerdiği sinemanın başlangıç yıllarından, geç sessiz döneme karşılık gelen 1895-1929 yılları kullanılmaktadır. Thompson ve Bordwell'in, *Film History* adlı çalışmasında sinema tarihi beş farklı döneme ayrılmaktadır: Erken Dönem (1880'ler-1919), Geç Sessiz Dönem (1919-1929), Sesli Sinema (1926-1945), İkinci Dünya Savaşı Sonrası Sinema (1946-1960'lar) ve Çağdaş Sinema (1960'lardan-günümüze kadar). Ayrıntılı bilgi için bkz. Kristin Thompson ve David Bordwell. (2003). *Film History an Introduction. Second Edition*, New York: McGraw-Hill, 7, 9.; Ülkemiz sinema tarihi yazımındaki dönemsel ayırım genellikle 1896'da başlamaktadır ve Fuat Uzkinay'ın belge filminden, Muhsin Ertuğrul'un filmlerine kadar devam etmektedir. Örneğin Nijad Özön bu ayırımı şu şekilde yapmıştır: Sinemanın Türkiye Gelişi (1896-1914), İlk Adımlar (1914-1922), Tiyatrocular (1922-1924), Tiyatrocular (devam) (1928-1939), Geçiş Çağı (1939-1950), Sinemacılar (1950-1960), bkz. Nijad Özön. (1962). *Türk Sineması Tarihi (Dünden Bugüne) 1896-1960*. İstanbul: Artist Sinema Ortaklığı Yayınları, 4-5. Bu çalışma konusu itibarıyla geç Osmanlı tarihine yoğunlaşmakta ve sinemanın gelişimini Müdafaa-i Milliye Cemiyeti ve Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti'nin yapımları kapsamında incelemektedir.

<sup>2</sup> Türkiye'deki sinema tarihi yazımına eleştirel bir bakış için bkz. Emrah Özen. (2009). **Geçmiş Bakma Sinema Tarihi Çalışmaları Üzerine Eleştirel Bir İnceleme**. *Kebikeç*, Sayı 27, 131-155.; Zeynep Tül Akbal Sualp. (2006). *Bir Deneyimin Tarihi; Tarih Deneyimleri ve Deneyim Tarihi*. Deniz Bayrakdar (Der.), *Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler*, (Kasım 2006), 41-47, İstanbul: Bağlam Yayınları.



savaş yıllarında, MMC ve MGMH öncelikle sinemayı etkinlik alanları için bir gelir kaynağı olarak görmüş ve özellikle cephe filmleriyle, milli birlik ve dayanışma duyguları pekiştirilmeye çalışılmıştır. Bu yıllarda edebi ve görsel malzemede baskın olan siyasal propaganda unsurunun dönem sinemasında görülmediği yargısından yola çıkılarak, bu yazıda MMC ve MGMH'nin sinemayı etkin ve kapsamlı bir siyasal propaganda aracı olarak kullanmadığı savunulacaktır. Yazının birinci el malzemesini, dönemin sanat, tiyatro ve sinema dergilerinden derlenen makalelerle, çeşitli yabancı günlük gazeteler ve Osmanlı Başbakanlık Arşivi belgeleri oluşturmaktadır.

### **Sinemanın Hayır Cemiyetleri Tarafından Desteklenmesi**

İkinci Meşrutiyet'in (1908-1922) ilk yıllarından itibaren yaşanan iç ve dış sorunlar, ard arda gelen savaşlar, ekonomik sıkıntılar, toprak ve nüfus kaybı İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin (İTC) vatanseverliği ve milli birliği vurgulayan siyasal propaganda araçlarına yönelmesine yol açmıştır. Bu propaganda, daha çok iktidarın gücünü artırmaya ve bitmek bilmeyen savaşlara rağmen, toplumsal huzuru ve güveni sağlamaya yöneliktir. Ne var ki, İTC'nin yazılı ve görsel propaganda yöntemleri, niteliksel ve niceliksel açılardan gelişmemiş, kısa vadeli ve altyapıdan uzak bir etkinlik alanı olarak kalmıştır.<sup>3</sup> Aynı şekilde sinemanın siyasal propaganda açısından önemi fark edilmiş olmasına rağmen, sessiz dönem film örnekleri sinemayı etkin bir propaganda aracı olarak kullanmamıştır.

İTC ekonomik alanda gelir elde etmek ve savaş yıllarında orduya kaynak sağlamak için, cephe gerisindeki sivillerin tek bir amaç etrafında toplanmasını sağlamıştır. Siviller ordunun beslenme, giyim ve ulaşım gibi ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli alanlarda çalışmaktaydı. Bu yıllarda, farklı kültürel etkinlikleri destekleyen ve toplum yararına çalışan birkaç yarı-resmi hayır kurumundan söz edilebilir. Bunlardan bazıları: Osmanlı Donanma-yı Milliye İane Cemiyeti, Osmanlı Hilal-i Ahmer Cemiyeti, Müdafaa-i Milliye Cemiyeti ve Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti'dir. Bu cemiyetler gelir elde etmek amacıyla konserler, sergiler, tiyatro ve sinema gösterimleri düzenlemiş; ayrıca vatanseverliği, milli birliği ve dayanışmayı sürdürmek için farklı etkinlik alanları belirlemişlerdir. Bu yazıda sinemayla ilişkisi nedeniyle yalnızca Müdafaa-i Milliye Cemiyeti ve Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti'ne odaklanılacak ve bu kurumların sinemayla kesişen faaliyet alanları incelenecektir.

Müdafaa-i Milliye Cemiyeti (MMC), 1 Şubat 1913 tarihinde Balkan Savaşları sırasında vatanseverlik temaları etrafında propaganda yapmak üzere kurulmuştur. Nadir Özbek'in belirttiği gibi MMC, "[P]artiler ve siyaset üstü olmalı ve sadece milli çıkarlara hizmet etmeli"ydi (Özbek, 2004: 305). Özbek, MMC'nin çeşitli faaliyet alanları seçtiğini ve bunları İane Heyeti, Tenvir-i Efkar Heyeti, Merkez Heyeti ve Hastaneler Heyeti altında topladığını açıklamaktadır. Ayrıca bu kurum, Balkan Savaşları ve daha sonra Birinci Dünya Savaşı sırasında ordu için yardım kampanyaları düzenlemek, orduya gönüllü asker yetiştirmek için

<sup>3</sup> Bu bağlamda, Erol Köroğlu'nun Birinci Dünya Savaşı yıllarında "Türk edebiyatı ve propaganda" yöntemlerini ele aldığı kapsamlı çalışmasını anmak gerekir. Çalışma, orijinal kaynaklara dayanarak "vatanseverlik ajitasyonu" ve çeşitli milliyetçi akımlar doğrultusunda propagandanın etkinlik alanını incelemektedir, bkz. Erol Köroğlu. (2004). Türk Edebiyatı ve Birinci Dünya Savaşı (1914-1918) Propagandadan Milli Kimlik İnşasına. İstanbul: İletişim Yayınları.



propaganda yapmak ve askeri sağlık kurumlarına destek olmak gibi etkinlik alanları belirlemiştir (Özbek, 2004: 306). MMC yayınladığı, *Harb-i Umumi Panoraması* (1914) ve *Harp Mecmuası* (1915) dergileriyle devletin ve ordunun saygınlığını artırmaya yönelik bir propaganda izlemeye çalışmıştır. Bu dergilerden *Harp Mecmuası*, Erol Köroğlu'nun belirttiği gibi, "Osmanlı görsel propagandasının en önemli ve başarılı yayını" dır (Köroğlu, 2004: 190). Bu dergiler, savaş yıllarında cephede ve cephe gerisinde çekilmiş fotoğraflar sayesinde topluma huzur ve güven aşılamayı hedeflemiştir.

Daha da önemlisi, MMC çeşitli belge ve kurmaca filmleri çekmiş ve devlete bağlı "ilk yapım kurumu" olarak farklı film projelerini desteklemiştir. Çeşitli savaş cephelerinde çekilen belge filmleri (Balkan Savaşları, Çanakkale Cephesi, Galiçya Cephesi gibi), askeri malzeme ve cephanelerin sevkini görüntüleyen filmler, savaş esirlerinin görüntüleri ve yurdun işgaline karşı düzenlenen protesto eylemlerinin filmleri aracılığıyla toplumda vatanseverlik ve milli birlik duyguları oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu dönemde MMC tarafından çekilen cephe filmlerinden bazıları şunlardır: *Anafartalar Muharebesi'nde İtilaf Ordularının Püskürtülmesi* (1915), *Çanakkale Muharebeleri* (1916) ve *Alman İmparatoru'nun Çanakkale Ziyareti* (1917) (Özön, 1970: 42-43). Kurumun yapım aşamasında desteklediği kurmaca filmler arasında yapımına 1916 yılında Sigmund Weinberg tarafından başlanan ve 1918'de Fuat Uzkınay'ın tamamladığı *Himmat Ağa'nın İzdivacı*, Sedat Simavi'nin *Pençe* (1917), *Casus* (1917), *Alemdar Vakası* (1918) ve *Alemdar Mustafa Paşa* (1918) adlı filmleri gelmektedir.

Sessiz dönem sinema tarihi açısından önemli bir yeri olan, ikinci yarı-resmi hayır cemiyeti ise Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti'dir (MGMH). Bu kurum, 1915 yılında dönemin Harbiye Nazırı Enver Paşa ile İstanbul Merkez Kumandanı Miralay Cevdet Bey ve on bir arkadaşı tarafından kurulmuştur. Genel ilke Birinci Dünya Savaşı sırasında çeşitli cephelerden gelen gazileri mali açıdan desteklemektir. MGMH'nin diğer amaçları arasında sakat kalan gazilerin protez ihtiyacını karşılamak, gazilerin savaş cephelerinden memleketlerine gönderilmesi ve en temel ihtiyaçlarının karşılanması yer almaktadır. MGMH'nin iki önemli faaliyet alanı bulunmaktadır: Bunlardan birincisi İstanbul'da bulunan eski eşyaların toplanarak satılması ve böylece gelir sağlanması, ikincisi de bu kuruma bağlı, Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti Sinema Film Fabrikası aracılığıyla film çekmek ve gösterimler düzenlemektir. Filmlerden elde edilen gelirse yardıma muhtaç gaziler için kullanılmaktaydı. Dönemin sanat dergisi *Temaşa* MGMH'yi "...[M]eşum bir harb devrinin felaketzedesi ve perişan durumda olan halkı için teşekkül eden bir müessese..." olarak tanımlar (Temaşa, 1920: 16). Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti Sinema Film Fabrikası'nın yapım aşamasında desteklediği kurmaca filmler arasında Ahmet Fehim'in 1919 yılında yönettiği *Mürebbiye* ve *Binnaz* filmleri gelir. Ayrıca kurum, 1921'de Şadi Fikret Karagözoğlu'nun yönettiği *Bican Efendi Vekilharç*, *Bican Efendi Mektep Hocası* ve *Bican Efendi'nin Rüyası* adlı komedi filmlerinin yapımını üstlenmiştir. Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti Sinema Film Fabrikası'nın çeşitli cephe filmleri çektiği de bilinmektedir, örneğin 1919 yılında İzmir'in işgali nedeniyle, İstanbul'da, Fatih ve Sultanahmet'te düzenlenen protesto eylemleri bu kurum tarafından çekilen önemli belge filmlerindedir.

Osmanlı Başbakanlık Arşivleri'nde çeşitli tasniflere ayrılmış kayıtlarda, MMC ve MGMH'nin sinema gösterimleriyle gelir elde etmek için bazı etkinliklerde bulunduğu gözlemlenebilir. Örneğin Dahiliye Nezareti'ne verilen bir arzuhalde MGMH tarafından "idare olunan sinema

daireleri hasılatından” söz edilmekte ve bu gelirin Darülaceze ile paylaşımı istenmektedir (Başbakanlık Osmanlı Arşivleri (BOA), Dahiliye Nezareti Umur-ı Mahalliyeye ve Vilayat Müdüriyeti (DH.UMVM), 116/55/1338/CA/14/2: 1922). Aynı şekilde MMC'nin geliri şehit çocuklarına harcanmak üzere Gülhane Parkı'nda inşa etmeyi planladığı fotoğraflardan oluşan panorama, benzeri bir hayır amacını hedeflemektedir (BOA, (DH.UMVM), 96/52/1333/L/11/4: 1917).

Bu noktada önemli olan sinemanın başlangıcından itibaren ordunun bir uzantısı olarak geliştiği, ilk yapım kurumlarının devlet destekli yarı-resmi hayır kurumları olması ve her türlü teknik malzemenin sadece ordunun elinde bulunmasıdır. Sinema faaliyetine adım atılması, özellikle İttihat ve Terakki liderlerinden ve dönemin Harbiye Nazırı Enver Paşa'nın girişimiyle başlamıştır. MMC ve MGHM ile vatanseverlik kavramı etrafında toplanan kişiler, cepheye ya da şehit ailelerine yardım sağlarken aynı zamanda sinemanın gelişimine de katkıda bulunmuşlardır. İkinci Meşrutiyet yıllarında şekillenen soyut vatan kavramı ve proto-milliyetçilikle, “gerçek savaş” görüntülerinin bulunduğu cephe filmleri, cephe gerisindeki halkı etkileyebilecek somut bir propaganda mekanizması oluşturmaktaydı. Fakat bu propaganda, anı görüntüleyen aktüalite niteliğinden kurtulamamış ve birkaç cephe filminden başka siyasal propagandayı devam ettiren filmler çekilmemiştir. Dönemin edebiyat, sanat ve tiyatro dergilerinde görsel propagandanın önemine değinilirken ve sinemanın tarihsel ve kültürel rolü vurgulanmaktayken, sınırlı sayıdaki propaganda filmi etkili ve uzun vadeli olamamıştır. Neticede, erken dönem film yapımı sürecinde ordunun ve hayır cemiyetlerinin net bir çabası söz konusuysa, siyasal ve sosyo-ekonomik değişimin ortasındaki imparatorluk sinemayı kapsamlı ve güçlü bir propaganda aracı olarak kullanmamıştır. Aşağıdaki bölümde, sinema ve propaganda anlatısına geçmeden önce, bazı belge ve kurmaca film örnekleri üzerinde durulacak ve böylece ilk sessiz filmlerin genel yapısı yansıtılmaya çalışılacaktır.

### İlk Yerli Film Yapımları

Amerika Birleşik Devletleri'nde Thomas Edison'un *kinetoscope* aracılığıyla çektiği *The Execution of Queen Mary/Kraliçe Mary'nin İdamı* 1895 yılına rastlamaktadır. Aynı şekilde Auguste ve Louis Lumière Kardeşler'in *cinématograph*'ı, Mart 1895'te çekilen *La sortie des usines Lumière/İşçilerin Lumière Fabrikasından Çıkışı* adlı belge filmiyle dünya sinema tarihinde bir dönüm noktasını simgelemektedir (Philips, 2002: 487). Oysa, Osmanlı İmparatorluğu'nda ilk yerli belge filmleri daha geç bir tarihte çekilmiştir ve ne yazık ki bu filmlerin pek azı günümüze ulaşmıştır. Bilinen ilk örnek ise, Makedon asıllı Osmanlı vatandaşlarından, Janaki ve Milton Manaki'nin 1908'de çektiği, iki dakika uzunluğundaki *Türkler'in Hürriyet Üzerine Konuşmaları* adlı filmidir.<sup>4</sup> Otuz beş milimetre formatında çekilen bu siyah beyaz, sessiz film büyük olasılıkla çekildiği zaman bu adla anılmamış, ad

<sup>4</sup> Janaki Manaki (1878-1954) ve Milton Manaki (1882-1964), bugünkü Yunanistan yakınlarındaki Vlah kökenli Makedonlar'ın yaşadığı Avdela köyünde doğmuşlardır. Bazı Yunan kaynaklarında Manaki Kardeşler'in Yunan olduğu iddia edilmekteyse de, Makedonlar bu varsayma karşı çıkmakta ve Manaki Kardeşler'in Vlah kökenli Makedon olduklarını savunmaktadırlar. bkz. Christodoulou, C. K. (1997). *The Manakis Brothers: the Greek Pioneers of the Balkanic Cinema*. Thessaloniki: Organization for the Cultural Capital of Europe.; Makedon Sinema Bilgi Arşivi, [http://www.maccinema.com.mk/e\\_filmovi\\_r.asp](http://www.maccinema.com.mk/e_filmovi_r.asp).

sonradan verilmiştir. 1908’de Genç Türkler’in Meşrutiyet’in ilanıyla Manastır’da (Makedonca ismiyle Bitola) yaptıkları konuşmalardan birini betimleyen bu belge filmi, üç farklı çekimle bir araya getirilmiştir. Birinci çekim bir kürsüde seyircilere hitap eden bir konuşmacıyı, ikinci çekim Manastır’da bulunan diplomatları, üçüncüsü ise askerlerin geçiş alayını içermektedir. Yine aynı yıl, Genç Türk Devrimi’nin Balkanlar’daki etkisini yansıtan farklı filmler çekilmiştir. Bunların dışında Manaki Kardeşler’in, kesin tarihi bilinmeyen ve aktüalite niteliğinde, güncel olayları yansıtan farklı filmlerinden söz edilebilir; örneğin *Bitola’da Cenaze, Pazar Yeri ve Kasaplar, Türk Askerlerinin Geçiş Alayı, Köy Düğünü, Vlah Halk Dansı, Tarım Okulunda Türk Profesör* ve diğerleri (Makedon Sinema Bilgi Arşivi, [http://www.maccinema.com.mk/e\\_filmovi\\_r.asp](http://www.maccinema.com.mk/e_filmovi_r.asp)).

Manaki Kardeşler’in, Padişah Mehmet Reşat’ın 1911 yılında iki kez ziyaret ettiği Manastır ve Selanik’te çekilmiş farklı görüntüleri de bulunmaktadır. Bunlardan ilki Padişah’ın Manastır gezisinin on altı dakikalık görüntüsüdür. Filmde, Padişah Mehmet Reşat’ın Manastır tren istasyonunda başlayan gezisi, şehrin belediye binası önündeki görüntüleriyle devam etmektedir. Burada Padişah, çeşitli etnisite ve dinden olan; genç, yaşlı her yaştan Osmanlı halkıyla buluşmakta; ayrıca askeri, sosyal ve siyasal cemiyetlerin liderleri bu önemli güne tanıklık etmektedir. Film, Padişah’ın Tumble Café’ye gidişinin ardından, tren istasyonunda son bulmaktadır.

Bir başka Manaki Kardeşler filmi ise, yine Padişah Mehmet Reşat’ın Mayıs 1911’deki, Selanik ve Manastır gezisinin görüntülerini içermektedir. Bu görüntüler on iki ayrı filme kaydedilmiştir ve toplam on bir dakika sürmektedir, bunlar sırasıyla: Numara 4: Sultan ve önünden geçen öğrenciler, askerler ve halk. Numara 6: Hürriyet: Selanik’te kasabalılar, ordu ve seyirciler. Numara 7: Tren, Selanik, -Naousa- Amyntaio Köprüsü, Sultan Manastır’a doğru giderken. Numara 8: Sultan camide, camiden çıkarken, Tumble Café’de. Numara 10: Selanik’te Sultan için geçiş töreni, Sultan faytonla Bechtsina Café’ye giderken. Numara 18: Sultan Manastır’da tren istasyonunda, Sultan Manastır’dan ayrılırken. Numara 27: Sultan’ın halk tarafından karşılanması, vezirlerin geçiş töreni. Numara 47: Selanik’te Sultan’ın gemisi. Numara 61: Sultan Reşat ile kutlamalar. Numara 64: Selanik’te Sultan Bechtsina Café’ye giderken. Numara 66: Sultan Manastır’da Tumble Café’de, Selanik-Manastır treni. Numara 67: Genç kızlar ve askerler Selanik’teki geçiş alayı (Christodoulou, 1997: 119-120). Manaki Kardeşler’in filmleri halen Makedon Sinema Arşivleri’nde bulunmaktadır.

Bu ilk belge filmleri, dünyanın diğer ülkelerindeki genel kalıba uymaktadır. Bir başka deyişle çoğu film aktüalite niteliğinde olup, güncel olayları ve iktidarı simgeleyen hükümdar, ordu ve bürokrasinin çeşitli tabakalarını yansıtan görüntülerden ibarettir. Manaki Kardeşler’in filmleri yapım aşamasında ne Müdafaa-i Milliye Cemiyeti ne de Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti’nce desteklenmiştir; yalnız Padişah Mehmet Reşat’ın onayıyla yapıldıkları bilinmektedir. Yukarıda bahsedilen *Türkler’in Hürriyet Üzerine Konuşmaları* adlı film, muhtemelen Selanik’te tohumları atılan Genç Türkler’in başarısını vurgulamak amacıyla çekilmiştir. İTC’nin savunduğu “hürriyet, adalet, kardeşlik, birlik ve eşitlik” kavramlarının

film boyunca gösterilmesi, açıkça olmasa bile, adeta duygulara hitap eden bir siyasal propagandanın izlerini taşımaktadır.<sup>5</sup>

1909 senesinde Sigmund Weinberg'in, Osmanlı Meclisi'nin açılışını aktaran *İstanbul'da Seçimler ve Meclisin Açılışı* adlı filmi (Özen, 2006: 97) ve yine Weinberg'in İstanbul Sinema Edison'da 22 Nisan 1913'te gösterime giren, *Konstantinopolis Av Kulübü* günümüze ulaşmayan sessiz dönem belge filmlerindedir. (Le Moniteur Oriental, 1913). Romen asıllı ve Osmanlı vatandaşı olan Weinberg, 1908'de İstanbul'da Pathé Sineması'nı kurmuş ve o yıllarda Fransız Pathé Film'in distribütörlüğünü yapmaktaydı. Ayrıca Weinberg MMC için, Fuat Uzkınay'ın görüntü yönetmenliğiyle, çeşitli cephelerde belge filmleri çekmiş ve 1916'da *Himmat Ağa'nın İzdivacı*'nı yönetmeye başlamışken, Birinci Dünya Savaşı sonrasında ülkeyi terk etmek zorunda kalmıştır. Film, Uzkınay tarafından 1918'de tamamlanmıştır.

Bilinen bir başka yapım ise 1914 yılına rastlamaktadır, Fuat Uzkınay'ın görüntülediği belge filmi olan *Ayastefanos'taki Rus Abidesi'nin Yıkılışı*. Bu film İstanbul'da Yeşilköy'de (eski adıyla Ayastefanos), 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı sonrasında Ruslar tarafından zafer sembolü olarak inşa edilen abidenin yıkılışını kaydetmiştir. Günümüze ulaşmayan ve sinema tarihine "ilk Türk filmi" olarak kazınan bu film konusunda tartışmalı bir durum söz konusudur. Varolan çalışmaların bir kısmı, *Ayastefanos'taki Rus Abidesi'nin Yıkılışı*'nın çekilmediğini iddia etmektedir. Çünkü sessiz dönem filmlerinin kaydının tutulduğu Kara Kuvvetleri Foto Film Merkezi'nde bu filmle ilgili hiçbir kayıt bulunmamaktadır. Bazı yazarlar ise, filmin yandığını veya kaybolduğunu savunmaktadırlar.<sup>6</sup> Nijat Özön, *İlk Türk Sinemacısı Fuat Uzkınay* adlı kitabında, Birinci Dünya Savaşı'na girilmeden evvel, halkı savaşa alıştırmak ve savaş propagandası için Ayastefanos'taki anıtın yıkılmasının planlandığını belirtmektedir. O yıllarda yarı anıt, yarı hayır kurumu olarak işlev gören bu yapı, ölen Rus askerlerinin kemiklerini saklamakta ve bazı odalar papaz ve muhafızlar tarafından kullanılmaktaydı. Osmanlı İmparatorluğu'nun Birinci Dünya Savaşı'na girmesinden üç gün sonra (14 Kasım 1914), bu anıtın ahşap bölümleri galeyana gelen halk tarafından yıkılmaya başlanmıştır. Geriye kalan taş kısım ise devlet tarafından üç ayda yıkılmıştır. Yine Özön'e göre, Fuat Uzkınay film alıcısını kullanmayı Avusturya-Macaristan İmparatorluğu'ndan gelen Sascha-Meester Gesellschaft Yapımevi'nin operatöründen öğrenmiştir. Sonuçta 150 metrelik bir belge filmi ortaya çıkmıştır (Özön, 1970: 8-10). Özön, *Ayastefanos'taki Rus Abidesi'nin Yıkılışı* hakkında yukarıdaki bilgileri sunmakla birlikte, bu filmin günümüze ulaşmadığını eklemektedir. Yazar, filmin varlığı üzerine duyduğu şüpheyi aşağıdaki satırlarla paylaşmaktadır:

<sup>5</sup> İkinci Meşrutiyet döneminde sinema ve propaganda hakkında farklı bir çalışma için bkz. Mustafa Özen. (2006). **İkinci Meşrutiyet Döneminde Belgesel Sinema ve Propaganda, 1908-1914. Tarih ve Toplum Yeni Yaklaşımlar**, Sayı 3, Bahar, 91-102.

<sup>6</sup> Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Dilek Kaya-Mutlu. (2006). **Ayastefanos'taki Rus Abidesi: Kim Yıktı Kim Çekti Kim Yazdı. Seyir**, Sayı 3, Bahar, İstanbul, 12-21.; Rekin Teksoy. (2008). *Turkish Cinema*. çev.: Martin Thomen ve Özde Çeliktemel, İstanbul: Oğlak Yayınları.; Burçak Evren. (1995). *Türkiye'ye Sinemayı Getiren Adam Sigmund Weinberg*. İstanbul: AD Yayıncılık.; Burçak Evren. (1997). *Değişimin Dönemecinde Türk Sineması*. İstanbul: Leya Yayıncılık.; Şükran Kuyucak Esen (2010). *Türk Sinemasının Kilometre Taşları (Dönemler ve Yönetmenler)*. Agora Kitaplığı Yayınları.; Nurullah Tilgen. (2009). **Bugüne Kadar Filmciliğimiz. Kebikeç**, Sayı 28, 113-133.

*K.K. Foto-Filim Merkezi'ndeki katalogta bu ad altında kayıtlı filmin bununla hiç bir ilgisi yoktur. Dikkati çeken bir nokta da Uzkınay'ın 1953'te Foto-Filim Merkezi'nden henüz emekliye ayrıldığı sırada Sayın Tilgen'le yaptığı konuşmada bu filmin Merkez'de bulunduğundan hiç söz etmemesidir. Öbür filmlerinin resimlerini Merkez'in arşivindeki kopyalardan sağlanabilmesine rağmen Uzkınay bu filmle ilgili hiç bir fotoğraf verememiştir (Özön, 1970: 10).*

*Ayastefanos'taki Rus Abidesi'nin Yıkılışı* ile ilgili elde somut bir belgenin veya tanıklığın olmaması, bu belge filminin “ilk Türk filmi” olarak kabul edilmesine ihtiyatla yaklaşılmasına neden olmaktadır. Buna rağmen, sözü geçen film siyasal olarak güçler dengesini ve egemenlik ilkesini vurgulayan bir yapıdadır. Bu abidenin yıkılışının filme alınması, özellikle Birinci Dünya Savaşı'na girerken, yenilgiyi simgeleyen izlerin kaldırılmasına yönelik olabilir.

Yukarıda bahsedilen filmler ve belge niteliğindeki çeşitli cephe filmleri dışında, Müdafaa-i Milliye Cemiyeti'nin (MMC) desteklediği kurmaca filmlerden bahsedilebilir. Bu alandaki ilk film Sedat Simavi'nin *Pençe*'sidir (1917). Film, Mehmet Rauf'un aynı adlı eserinden uyarlanmıştır; evliliği ve çift olmanın zorluklarını eleştirmektedir (Teksoy, 2008: 17). Dönemin eleştirmenleri tarafından pek de iyi bir not alamayan *Pençe*, Muhsin Ertuğrul'un *Temaşa* dergisindeki yazısında şu şekilde eleştirilmiştir:

*Geçen sene yazında Müdafaa-i Milliye Cemiyeti'nin sinema şeridleri tertib ve imal etmekte olduğunu meydana çıkardığı filmlerle öğrenmiştik. O zaman o filmleri seyredenler; evvela İtalya'nın, Fransa'nın, Almanya'nın pek sanatkarane yapılmış şeridlerini gördükleri için, kapıdan çıkarken yanlarındakine birşey söylemeğe cesaret etmeksizin hayalarından yüzlerini kapayarak çıkmışlardı. Pençe namıyla ortaya atılan o saçma sapan şeylerin birbirine eklenmesinden mütehassıl şerid memleketimizde yalnız Sanay-i Nefise'ye muntisiblerini değil, her Türk'ü utandırmıştı. Herkes pek bigane olduğumuz bu sanata karşı biraz daha az bala-pervaz olmamızı haysiyet-i milliye namına temenni ediyordu. Nitekim ilk milli şerid ve mevzu olmasına ve mümessiller payitâhtın en iyilerinden intihab olunmasına rağmen eserdeki teknik hatalar bu filmi iğrenç bir dereceye indiriyordu. Bundan sonra arada güzerân olan zaman zarfında ortaya ciddi bir şey atılmadı (Ertuğrul, 1918: 7).*

MMC'nin yapımlarını maddi bir kayıp olarak değerlendiren bu eleştiri, daha da ileri giderek kurumu tenkid etmektedir. Sedat Semavi'nin, tarihi konulu *Alemdar Vakası*'nın (1918) çekimlerine başladığını duyuran Muhsin Ertuğrul, bu filmin çekiminde çok daha dikkatli olunması gerektiğini belirterek, MMC yöneticilerini şu şekilde uyarır:

*Maalesef öğrendik ki yine, hem de tarihimizin pek şanlı sahifelerinden birini ihtiva eden Alemdar Vakası da sinema objektifi önünde çevrilmeğe başlanmış. Nasıl ve ne şerait altında böyle oldukça ağır bir yükün altına girildiğini bilmiyoruz, fakat elimizdeki vesait ile yine sahnelerimizde temsil edile gelmekte olduğu gibi yapılacaksa hürmetten başka bizden hiçbir şey beklemeyin. Medar-ı iftiharımız olan büyüklerimizin ruhunu bu suretle incitmemiş olsak daha iyi olur (Ertuğrul, 1918: 7).*

*Alemdar Vakası*'nın çekilip çekilmediğine dair elde kesin bir kayıt yoktur, yalnız Nurullah Tilgen bu filmin yarım kaldığını belirtmektedir (Tilgen, 2009: 117).

Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti Sinema Film Fabrikası'nın ilk filmi ise, Ahmet Fehim'in yönettiği *Mürebbiye*'dir (1919). Bu kurmaca filmin görüntü yönetmenliğini, Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti Sinema Film Fabrikası müdürü Fuat Uzkınay yapmıştır. Ermeni, Türk ve Rum asıllı oyuncular arasında ise Ahmet Fehim, Behzat Butak, İsmail Zahit, Raşit Rıza Samako, Madam Kalitea ve Bayzar Fasulyeciyan bulunmaktadır (Teksoy, 2008: 18). Film, Hüseyin Rahmi Gürpınar'ın 1898 tarihinde yazdığı ve o yıllarda sıkı sık oynanan bir tiyatro oyunundan uyarlanmıştır. Filmin çekimlerinin büyük bir kısmı Gülhane Parkı'nda tamamlanmıştır. Konusu ise kısaca şöyledir: Filmin ana karakteri olan Fransız mürebbiye, Madam Anjel, bir Türk ailesinin konağında mürebbiye olarak çalışmaya başlar. Madam Anjel kısa bir sürede konaktaki erkeklerle -Semi Bey, Sadri Bey, Tosun Ağa ve Dehri Efendi- oynaşır ve hepsini baştan çıkarır. Kısacası film, dönemin romanlarına sıklıkla yansıyan "alafranga yaşamı" eleştirmekte ve Fransız mürebbiyeyi ahlaki açıdan kınarken, Türk erkeklerinin durumunu ise gülünç ve tehlikeli bir sorun olarak betimlemektedir.

*Mürebbiye*'nin çağdaş sinema tarihinde farklı bir yeri bulunmaktadır. Örneğin Nurullah Tilgen, filmin Anadolu'daki gösteriminin, Birinci Dünya Savaşı sonrasında yurdu işgal eden güçler tarafından yasaklandığını yazmıştır (Tilgen, 2009: 117). Nijat Özön'e göre, *Mürebbiye* yurdun İtilaf Devletleri'nce işgaline karşılık bir "sessiz direnme" niteliği taşımaktadır (Özön, 1970: 26). Bahsedilen "sessiz direnme" söylemine ihtiyatla yaklaşan Nezih Erdoğan ise, doğuşundan itibaren sinemanın Batı'lı bir eğlence formu olduğunu dile getirerek, milli sinema örneği olan *Mürebbiye*'nin bu bağlamda bir direnme söylemi yaratmasının şaşırtıcı olmadığını belirtmektedir (Erdoğan, 2006: 229-230).

*Mürebbiye* konusu itibarıyla, dönem romanlarından da takip edilebileceği üzere, çeşitli stereotipler aracılığıyla yarattığı deneyim üzerinden seyirciye seslenmektedir. "Kötü" ve "iyi" veya "biz" ve "onlar" arasındaki ilişki ağı, seyircinin kendisini senaryo ile yaşadığı sosyal gerçeklik içinde konumlandırmasına yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda, filmdeki Fransız mürebbiye Anjel "kötü" karakteri temsil ederken, Türk ailesinin üyeleri de "iyi" üzerinden kurgulanmıştır. Bir başka deyişle "alafranga" bir özentide kıvranan Türk ailesi, Fransız mürebbiyenin neden olduğu sorunlar sayesinde dersini almış ve kendi öz geleneklerine dönmüştür.<sup>7</sup> Aynı şekilde, filmin galasına katılan İ. Galip Arcan yazdığı eleştiride, filmin senaryosundan kaynaklı milli hayat ve ahlak öğelerine dikkati çekmektedir:

*Milli hayatımızdan, milli ahlak ve adatımıza aid bir safha göstermek maksadıyla intihab edilen mevzu Hüseyin Rahmi Bey gibi bizde en şahsi ve yegane humorist edibimizden almak büyük bir isabet olmuş. Bizde her sınıf halk tarafından büyük bir zevk ile okunmuş, takdir edilmiş olan yegane romancımız Hüseyin Rahmi Bey'in bu eseri ekseriyetçe okunmamış, meçhul bir roman olsaydı senaryo hakkında biraz daha şedit bir tenkid yapmak haklı olabilirdi (İ. G., 1919: 1-2).*

<sup>7</sup> Geç on dokuzuncu yüzyıl romanlarındaki yaygın mürebbiye tipleri ve Batılılaşma etkisi için bkz. Ahmet Mithat Efendi. (1989). Felâton Beyle Râkım Efendi. Tacettin Şimşek (Der.), Ankara.; Fatma Aliye Hanım.(1892/1326). Muhâdarât. İstanbul. ; Halit Ziya Uşaklıgil. (tarihsiz). Aşk-ı Memnu. İstanbul. Özellikle romanlardaki Batılılaşma teması için bkz. Şerif Mardin. (1974). Super Westernization in Urban Life in the Ottoman Empire in the Last Quarter of the Nineteenth Century. P. Benedict, E. Tümertekin ve F. Mansur (Der.), *Turkey Geographic and Social Perspectives*, Cilt 9, 403-446, Leiden: E. J. Brill.

Yukarıda adı geçen yazarlar tarafından vurgulanan ‘sessiz direnme’ söylemi sorunlu bir yaklaşımdır. Dönemin Batıcı ve Türkçü söylemlerini harmanlayan *Mürebbiye*, rastlantıyla ya da istenmeden de olsa, varolan bir sosyal gerçekliği işaret etmektedir. Batı’lı olan Fransız mürebbiyenin “düşük ahlak” simgesi olarak vurgulanması ve bunun yurdun işgaline denk gelmesi bir tesadüftür. Kaldı ki senaryonun bu niteliği, daha çok Batıcılık ve Türkçülük akımları çevresinde şekillenen tartışmalara bağlıdır ve bu yeni bir gelişme değildir. Filmin Anadolu’daki gösteriminin, Birinci Dünya Savaşı boyunca, sinemayı bir propaganda aracı olarak kullanan İtilaf Devletleri tarafından yasaklanması ise farklı bir gerçekliği göstermektedir: Ülkenin işgali süresince uygulanan genel kontrol mekanizması. Özellikle İstanbul’un işgali sırasında, İtilaf Devletleri’nce uygulanan çok sıkı bir kontrolden ve çeşitli kısıtlamalardan söz edilebilir. Örneğin, 1921 senesinde İtilaf Devletleri tarafından Harbiye Nezareti Merkez Dairesi’ne gönderilen tebliğde, Beyoğlu’ndaki sinema, tiyatro, birahane ve lokantaların belirtilen saatlerde kapatılması ve sinemalarda Alman, Avusturya, Macar ve Bulgar yapımı filmlerin gösterilmemesi emredilmiştir (BOA, Dahiliye Nezareti Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti Asayiş Kalemi Evrakı (DH.EUM.AYS), 2/2/1337/C/21/4: 1921). Bu doğrultuda *Mürebbiye*’nin, varolan olağanüstü savaş koşullarında işgal güçlerinin genel kontrol politikası üzerinden değerlendirilmesi daha uygundur. Kurgusunun tamamlanmadığı ve alt yazılarının bilinmediği bu film hakkında, romandaki ayrıntılar ve İ. Galip Arcan’ın *Temaşa*’da yayımlanan yazısı dışında, kesin temele dayandırılmış somut bir bilgi yoktur. Dolayısıyla Hüseyin Rahmi Gürpınar’ın eserinin, herhangi bir protesto ya da propaganda amacıyla filme uyarlandığını kabul etmek zordur. İlginçtir ki *Mürebbiye*’nin konusu itibarıyla değil de, istenmeyen akıbeti nedeniyle bir “sessiz direnme” sembolü olarak görülmesi, film ekibinin bilinçli bir direnme söylemi olmadığını bir kez daha kanıtlamaktadır.

Yukarıdaki filmlerin yansıttıkları üzerinden, MMC ve MGMH’nin kurmaca filmlerinin konu itibarıyla iki anlatı yolu izlediği önerilebilir: Filmler ya edebiyat ve tiyatrodan uyarlanmış klasik eserlerdir ya da Osmanlı tarihinin önemli dönemlerini anlatan tarihi konulu filmlerdir. Uzun-metrajlı kurmaca filmlerin giderlerini azaltmak için böylesi bir yöntem izlenmesi son derece makul, çünkü özellikle tarihi konulu filmler için yeni bir set inşa etmek yerine genellikle varolan ve gerçeğine yakın tarihi mekanlar set olarak kullanılmaktaydı. Mali açıdan sıkıntının yaşandığı, devlet gelirinin büyük bir kısmının savaş cephelerine yönlendirildiği bu dönemde, çoğu film son derece düşük bütçeyle ve kısıtlı bir zamanda çekilmiştir. Yukarıdaki örneklerden takip edildiği gibi, dönemin tiyatro ve sanat dergilerinde yayımlanan çeşitli eleştirilerde, çoğu filmin teknik açıdan hatalarla dolu olduğu belirtilmiştir. Ayrıca bu filmler, dönemin İtalyan, Fransız ve Alman yapımlarıyla karşılaştırıldığında kimilerince sanatsal açıdan çok fakir bulunmuştur (Ertuğrul, 1918: 7). Yine de bazı yazarlar, sinemanın ilk ürünlerini takdir etmiş ve “[B]in türlü müşkulat ile çarpışarak, bin türlü vasıtasızlık ve çaresizlik içinde çırpınarak bir iş başarmak istisgar edilemeyecek bir muvaffakiyet” addedilmiştir (İ. G., 1919: 1).

## **Sinema ve Propaganda**

On dokuzuncu yüzyılın sonlarından itibaren, Avrupa ve Kuzey Amerika’da dönemin liderlerini ve hükümdar ailelerini konu alan pek çok belge filminin çekildiği bilinmektedir. Bunlardan birkaçı 1897’de Kraliçe Victoria’nın jübilesinin çekimi, Alman İmparatoru II. Wilhelm’in çeşitli yerlerde kaydedilmiş görüntüleri ya da Birinci Dünya Savaşı yıllarında çekilen Alman ve İngiliz propaganda filmleridir. Özellikle orduya bağlı kameramanlar ve özel

yapım firmalarının işbirliğiyle çekilen cephe filmleri, askeri amaçlar için kullanılmakta ve bu filmler sayesinde siyasal propaganda yapılmaktaydı (Ferro, 1993: 54-55). Aynı zamanda cephe görüntülerinin bulunduğu belge filmleri, orduların birbirleri hakkında fikir sahibi olmasına ve savaş esnasında taktik belirlenmesine yardımcı olmaktadır.

Richard Taylor'a göre propaganda, çeşitli düşünce ve değerler aracılığıyla, belli bir kamuoyunu oluşturan seyirciyi etkileme girişimidir (Taylor, 1979: 28). Gelişmiş ve sanayileşmiş ülkelerin, eldeki teknolojik imkanlar ve eğitim araçlarıyla, yerli ve yabancı kamuoyunu etkilemek için propaganda yapması genellikle savaş, devrim ve darbe gibi olağanüstü anlara mahsustur. Propaganda amaçlı yayınların ve filmlerin dili oldukça yalın ve basittir; mesaj alıcısına oldukça net bir biçimde sunulur. Özellikle sesli sinema döneminde, Sovyet Rusya ve Nazi Almanya'sında sinema çok daha farklı bir rol edinmiş; ister belge, ister kurmaca filmleriyle olsun, sinemanın bir iletişim ve propaganda aracı olarak kullanımı ivme kazanmıştır. Örneğin D.W. Griffith'in *Birth of a Nation/Bir Ulusun Doğuşu* (1915) adlı filmi, propaganda filmlerinin ilk örneklerinden biridir. Dahası, Birinci Dünya Savaşı sırasında İtilaf Devletleri'nin izniyle çeşitli cephelerde propaganda amaçlı filmler çeken tek ABD'li yönetmen D.W. Griffith'dir (Virilio, 1989: 11).

Almanya 1914'ten itibaren yerli ve yabancı kamuoyunu etkilemek için etkin bir propaganda ağı kurmaya başlamıştır. Gelişmiş teknolojik altyapısıyla, Osmanlı İmparatorluğu ile karşılaştırılmayacak ölçüde, son derece etkili ve planlı bir propaganda söylemi geliştiren Almanya, imparatorluğun İstanbul, Konya, Halep ve Bağdat gibi şehirlerinde propaganda filmleri göstermiş ve resim sergileri açmıştır. Dönemin Alman propaganda filmlerinden biri, 1914 tarihinde İstanbul'da gerçekleşen bir film gösteriminden gözlemlenebilir. Tiyatro ve sinematograf dergisi *Ferah*, "Almanya Devlet Fahimasının 300 Senelik Tarih-i Askeriyesine Musavver" başlıklı Alman propaganda filmlerinden bir seçki sunmaktadır. Listede yer alan Alman hükümdarlarını ve siyasetini destekleyen kısa filmler, adeta Osmanlı-Almanya ittifikanın arifesinde (2 Ağustos 1914) geleceğe yönelik işaretler vermektedir. Ayrıca seçkide İmparator Frederick, İmparator Wilhelm ve İmparator Bismarck'ın fotoğrafları eşliğinde, çeşitli hamasi vecizeler yer almaktadır; özellikle İmparator Bismarck'ın "Biz Almanlar Meydan-ı Harpte Yalnız Allah'tan Korkarız" ifadesi dikkat çekmektedir. İstanbul'lu seyircilere gösterilen Alman propaganda filmleri aşağıdaki gibidir:

- 1) *Almanya devlet fahimasının 300 senelik tarih-i askeriyesine musavver ve Prens Bismarck'ın 1870-1871'de Paris muhasarasını icra eden kahraman askerlerini idare eder. 1915 Fransa-Almanya Muharebesi'nde Saksonya ve Bavyera vali askerlerinin idaresinde bulunan ordularını idare eder.* 2) *1914 tarihinde Alman Muharebesi'nin manevraları ve İmparator Wilhelm Hazretleri'nin yatlarıyla tezşifleri.* 3) *1915 Almanya-Fransa Muharebesi'nden bir parça* (Ferah, 1914: 3).

Görüldüğü üzere sinema doğuşunun ilk yıllarından itibaren, çeşitli devletler tarafından özellikle askeri ve milli çıkarlar için kullanılmıştır. Amaç seyirciyi belli bir siyasal görüş doğrultusunda etkilemek ve o yönde ikna etmektir, dolayısıyla propaganda filmleri kimilerince, içeriğe ve anlatıma bağlı olarak sakıncalı ve tehlikeli bulunmuştur. Yukarıda bahsedilen propaganda filmlerinin, seyirciler üzerindeki etkisine yönelik elde kesin bir veri bulunmamaktadır. Bu konuyu değerlendirebilmek için daha kapsamlı ve sağlam verilere ihtiyaç vardır. Osmanlı ve Türkiye bağlamında, sinemanın etkin ve kapsamlı bir siyasal



propaganda aracı olarak kullanılmadığına yukarıda değinilmişti. Yalnız çeşitli cephe filmleriyle, toplumda zaman zaman milli birliği ve dayanışmayı artırmak için film gösterimleri düzenlendiği bilinmektedir. Hakan Aydın, Konya'daki seyircilerin tanıklığını ele aldığı makalesinde, Alman propaganda filmleri ve Çanakkale Savaşları'nın görüntülerini seyreden seyircilerin gösterim esnasında ağladıklarını belirtmektedir. Ayrıca seyircilerin, yenilgi sonrası bu filmlerle daha da acı çektikleri savunulmaktadır. Makalede, filmler gösterilmeden evvel, bir gencin kürsüye çıkarak, ülkenin “acıklı durumundan” bahsettiğini ve böylece halkın milli hislerinin galeyana geldiği gösterilmektedir (Aydın, 2008: 64). Ne yazık ki, propaganda amaçlı filmlerin, seyirci üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik elde bu bilgidan başka bir veri yoktur.

Sessiz film döneminde propaganda filmleri, farklı kısa fimlerle desteklenerek seyirciye sunulmaktaydı; örneğin çeşitli doğa görüntüleri, panoramik manzara çekimleri ya da komik filmler müzik eşliğinde izlenmekteydi. Siyasi ve askeri temalı propaganda filmleri, yukarıda belirtildiği gibi özellikle Birinci Dünya Savaşı yıllarında artmış ve özel yapım firmalarının ilgi odağı haline gelmiştir. Zamanla propaganda filmleri, aşağıdaki örnekte görüleceği gibi çeşitli sinema yazarları tarafından da desteklenmiştir.

Cevdet Reşid, *Yarın* dergisinde, “Sinema Hakkında Notlar” başlığıyla kaleme aldığı yazı dizisinde sinemanın tarihçesini, gelişimini ve önemini vurgulamıştır. Yazar, sinemanın hem ticari hem de milli açıdan devletler için çok önemli bir araç olduğunu belirtmektedir. Bu doğrultuda sinema altı farklı başlıkta tasnif edilmiştir: Fenni filmler, hadisat filmleri, propaganda filmleri, ilanlar filmleri, ticari filmler ve sanat filmleri (Cevdet Reşid, 1921: 13). Sinemanın “yüzde yüz kazanç” getirdiğini vurgulayan yazar, propaganda filmlerinin seyirciyi nasıl “kahramanlık hazinesi içinde esir aldığını” açıklamaktadır (Cevdet Reşid, 1921: 13). Batı'lı ülkelerde, propaganda filmlerinin matbuattan daha önemli bir yere sahip olduğunu belirten Cevdet Reşid, İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin doğrudan doğruya sinemayla iştiğal etmediğinden şikayet etmektedir.

Erol Köroğlu, Birinci Dünya Savaşı sırasındaki yayınların, siyasal ve kültürel söyleminin belli kalıplar ve temalar doğrultusunda tekrar ettiğini belirtir. Yaşanan yenilgiler dolayısıyla “lekelenmek, lekeyi kanla temizlemek, intikam, unutmamak, milli kin, ittihat ve tesanüt” gibi ifade biçimlerinden bahseden yazar, vatanseverlik duygusunun bu yıllarda oldukça yaygın olduğunun altını çizmektedir (Köroğlu, 2004: 120). Aynı şekilde, Milli Mücadele yıllarında yazılarını kaleme alan Cevdet Reşid, yukarıdaki temalara benzer bir üslup kullanmaktadır yazılarında. Yazarın vurguladığı, “Türkler bir çift çarık ve bir de kanlı yatağındadır lekesini silmek için vakit gelmiştir” söylemi ve bu minvalde sinemaya atfedilen rol üzerinde durulması gereken bir noktadır (Cevdet Reşid, 1921: 12). Cevdet Reşid, “Türk'ün mazisini, Şark'ın hakiki ruhunu tanıttırarak sinemadan istifade edilmelidir” demekte ve adeta okurlarını film yapımına davet etmektedir (Cevdet Reşid, 1921: 12). Dönemin pek çok sanat ve film dergisinde sinemaya biçilen “tarihsel ve kültürel rol” fazlasıyla vurgulanmaktadır. Örneğin 1919'da *Temaşa* dergisinde yazan Kemal Emin, “Son Çanakkale Muharebesi'nde esir düşen bir Fransız neferinin Türkler'in adam yediğine kani olduğunu bizzat gördüm” diyerek, sinemanın bu yanlışkanıyı gidereceğini belirtmektedir (Kemal Emin, 1919: 1).

Görünen o ki, dönemin bazı entellektüelleri ülkenin gerçek ruhunun sinema tarafından gösterilmesini gereklilik olarak kabul etmiştir. Böylece milli duygular, Benedict Anderson'ın belirttiği “siyasal ideolojilerin ardındaki kültürel sistemlerle” ilişkilendirilebilecektir (Anderson, 1995: 26). Bu yıllardaki yaygın kanı, şiir, düzyazı ve müzik dışında, sinemayla da toplumun milli niteliklerinin sergilenmesi yönündedir. Belki de bu sayede filmlere yansıyan görüntüler, savaşlarla birlikte toprak ve güç kaybeden imparatorluğun kendisine gelmesini sağlayacaktır.

Milli Mücadele yıllarına gelindiğindeyse, Osmanlı/Türkiye sineması hala emekleme döneminindedir. Dönem sineması, Kurtuluş Savaşı'nı betimleyen belgesel ve kurmaca filmleriyle dikkati çekmektedir. Bunların arasında Fuat Uzkınay'ın *İstiklal*'i (1922) Yunan ordusuyla İzmir'de gerçekleşen savaşı belgelerken, *Zafer Yolları* (1923) ise Milli Mücadele dönemindeki tüm görüntülerin harmanlandığı bir belgeseldir (Teksoy, 2008: 127). 1919 yılında Almanya'da Stamboul Film Yapımevi'ni kuran Muhsin Ertuğrul, orada çektiği *Izdirap* (Samson, 1919) adlı filmiyle sinema macerasına başlamıştır (Ertuğrul, 1989: 247). Ertuğrul yurda döndükten sonra, ilk özel yapım firması olan Kemal Film (1922) için Kurtuluş Savaşı'nı konu edinen *Ateşten Gömlek*'i (1923) çekerek ilk uzun-metrajlı siyasal propaganda filmine imzasını atmıştır. Yazar Halide Edip'in aynı adlı eserinden uyarlanan bu film, halk tarafından büyük ilgi görmüştür (Teksoy, 2007: 18).

## Sonuç

Osmanlı İmparatorluğu'nda erken dönem sinema tarihine yoğunlaşan bu çalışmanın amacı, ilk belge ve kurmaca filmleri inceleyerek, sinemanın bir propaganda unsuru olarak kullanımını yansıtmaktır. Makalede, Osmanlı İmparatorluğu'nda sinemanın teşvik edildiği ve yer yer, kısa vadeli bir propaganda unsuru olarak kullanıldığı iddiasından yola çıkılarak, devlete bağlı hayır kurumlarının ilk sessiz film yapımları incelenmiştir. Dönemin farklı matbu ve arşiv kaynakları üzerinden sunulan öncül araştırma sonuçlarına, ne yazık ki, filmlerin biçimsel, anlatsal ve estetiksel özellikleri eklenmemiştir; keza çoğu film günümüze ulaşmamıştır.

Uzun süreli savaşların yarattığı olağanüstü koşullar, ekonomik ve siyasal zorluklar nedeniyle, Osmanlı İmparatorluğu'nda sinema için gerekli güçlü teknik altyapı ve deneyimli kadro uzun bir süre kurulamamıştır. Film yapımı, ancak Birinci Dünya Savaşı sonrasında ivme kazanmıştır. Özellikle yarı-resmi hayır kurumlarından, Müdafaa-i Milliye Cemiyeti (MMC) desteğiyle, Sigmund Weinberg ve Fuat Uzkınay tarafından çekilen çeşitli cephe filmleri ve Sedat Simavi'nin ilk kurmaca filmi (*Pençe*, 1917) bu dönemin ilk yapımlarını oluşturmaktadır. İkinci Meşrutiyet'in ilk yıllarından itibaren, sinemanın gelişimine katkıda bulunan Manaki Kardeşler ve Sigmund Weinberg'in sinema etkinliklerine -Balkan ve Birinci Dünya Savaş'ları sonrasında- Osmanlı toprakları dışında devam ettikleri iddia edilebilir.

Propaganda filmlerinin, hegemonik ve didaktik bir gücü olduğu iddiası kabul edilecek olursa, bu filmlerin halkları birleştirici ve milli duyguları ön plana çıkaran bir yanı olduğu da savunulabilir. Bu noktada, Almanya'nın neden Birinci Dünya Savaşı süresince propaganda filmleriyle kitleleri harekete geçirmeye çalıştığı daha kolay anlaşılabilir. Osmanlı İmparatorluğu'ndaki sinema deneyimine bakılacak olursa, yapım aşamasında Müdafaa-i Milliye Cemiyeti ve Malul-i Guzzata Muavenet Heyeti (MGMH) gibi kurumların

desteklediği cephe filmleri, sinemanın zayıf ve kısa vadeli bir siyasal propaganda aracı olarak kullanıldığını göstermektedir. Bir başka deyişle, ÷lkedeki devlet destekli yapım firması olarak bu iki kurum sinemayı sadece kurumsal etkinlik alanlarına yönelik -özellikle ordu için- bir gelir kaynağı olarak görmüş ve sinemanın siyasal propaganda niteliğinden yeterince yararlanmamışlardır.

**Kaynakça:**

**Kitaplar**

Anderson, B. (1995). *Hayali Cemaatler Milliyetçiliğin Kökenleri ve Yayılması*. çev.: İskender Savaşır, İstanbul: Metis Yayınları.

Christodoulou, C. K. (1997). *The Manakis Brothers: the Greek Pioneers of the Balkanic Cinema*. Thessaloniki: Organization for the Cultural Capital of Europe.

Ertuğrul, M. (1989). *Benden Sonra Tufan Olmasın*. İstanbul: Dr. Nejat Eczacıbaşı Vakfı Yayınları.

Ferro, M. (1993). *Sinema ve Tarih*. çev.: Turhan Ilgaz ve Hülya Tufan, İstanbul: Kesit Yayıncılık.

Köroğlu, E. (2004). *Türk Edebiyatı ve Birinci Dünya Savaşı (1914-1918) Propagandadan Milli Kimlik İnşasına*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özbek, N. (2004). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Sosyal Devlet Siyaset, İktidar ve Meşruiyet 1876-1914*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Özön, N. (1962). *Türk Sineması Tarihi (Dünden Bugüne) 1896-1960*. İstanbul: Artist Sinema Ortaklığı Yayınları.

Özön, N. (1970). *İlk Türk Sinemacısı Fuat Uzkınay*. Türk Sinematek Yayınları.

Philips, W. H. (2002). *Film an Introduction*. Second Edition, Boston & New York: Bedford/St. Martin's.

Taylor, R. (1979). *Film Propaganda Soviet Russia and Nazi Germany*. London & New York: Harper & Row Publishers.

Teksoy, R. (2007). *Rekin Teksoy'un Türk Sineması*. İstanbul: Oğlak Yayınları.

Teksoy, R. (2008). *Turkish Cinema*. çev.: Martin Thomen ve Özde Çeliktemel, İstanbul: Oğlak Yayınları.

Thompson, K. ve Bordwell, D. (2003). *Film History an Introduction*. Second Edition, New York: McGraw-Hill.

Virilio, P. (1989). *War and Cinema the Logistics of Perception*. çev.: Patrick Camiller, London & New York: Verso.

## Derleme Kitapta Bölüm

Erdoğan, N. (2006). Narratives of Resistance: National Identity and Ambivalence in the Turkish Melodrama between 1965 and 1975. Dimitris Eleftheriotis ve Gary Needman (Der.), *Asian Cinemas a Reader and Guide*, 229-241, Edinburgh: Edinburgh University Press.

## Sürelî Yayında Makale

Cevdet Reşid. (1921). Sinema Hakkında Notlar I. *Yarın*, Sayı 8, (1 Aralık 1921/1337), 12.

Cevdet Reşid. (1921). Sinema Hakkında Notlar II. *Yarın*, Sayı 9, (8 Aralık 1921/1337), 12-13.

Ertuğrul, M. (1918). Memlekette Sinema Hayatı. *Temaşa*, Sayı 6, (15 Ağustos 1918/1334), 7.

İ. G. [İ. Galip Arcan]. (1919). Mürebbiye Filmi. *Temaşa*, Sayı 17, (1 Haziran 1919/1335), 1-2.

*Ferah*. (1914). Almanya Devlet Fahimasının 300 Senelik Tarih-i Askeriyyesine Musavver. Sayı: 57, (29 Ocak 1914/1330), yay. haz.: İbrahim Halid, İstanbul: Sancakçıyan Matbaası, 3.

*Temaşa*. (1920). Malul Gaziler Sinema Heyeti. Sayı 23, (Haziran-Temmuz 1920/1336), 16-17.

Kemal Emin. (1919). Bizde Sinemacılık. *Temaşa*, Sayı 15 (1 Nisan 1919/1335), 1-2.

Özen, M. (2006). İkinci Meşrutiyet Döneminde Belgesel Sinema ve Propaganda, 1908-1914. *Tarih ve Toplum Yeni Yaklaşımlar*, Sayı 3, Bahar, 91-102.

Tilgen, N. (2009). Bugüne Kadar Filmciliğimiz. *Kebikeç*, Sayı 28, 113-133.

## Gazete

*Le Moniteur Oriental*. (1913). Spectacles et Concerts. 22 Nisan, yay. haz.: N. H. Margaritis, Pera.

## Arşiv Belgeleri

Başbakanlık Osmanlı Arşivleri,

Dahiliye Nezareti Umur-ı Mahalliye ve Vilayat Müdüriyeti (DH.UMVM), 116/55/1338/CA/14/2; (1922).

(DH.UMVM), 96/52/1333/L/11/4; (1917).

Dahiliye Nezareti Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti Asayiş Kalemi Evrakı (DH.EUM.AYS), 2/2/1337/C/21/4; (1921).

## Çevrimiçi Kaynaklar

Aydın, H. (2008). Sinemanın Taşrada Gelişim Süreci: Konya’da İlk Sinemalar ve Gösterilen Filmler (1910-1950). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 19, 61-74. [http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos\\_mak/articles/2008/19/HAYDIN.PDF](http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/articles/2008/19/HAYDIN.PDF)  
(Son erişim tarihi, 10/5/2010)

Makedon Sinema Bilgi Arşivi web-sitesi [http://www.maccinema.com.mk/e\\_filmovi\\_r.asp](http://www.maccinema.com.mk/e_filmovi_r.asp)  
(Son erişim tarihi, 10/5/2010)

## Ek:

### Makalede Sözü Geçen Filmler

Türkler’in Hürriyet Üzerine Konuşmaları (Turks Speaking about Freedom), Janaki ve Milton Manaki, 1908.

İstanbul’da Seçimler ve Meclisin Açılışı (The Elections and Opening of the Parliament in İstanbul), Sigmund Weinberg, 1909.

Konstantinopolis Av Kulübü (Constantinople Hunting Club), Sigmund Weinberg, 1913.

Ayastefanos’taki Rus Abidesi’nin Yıkılışı (The Destruction of the Russian Monument in Ayastefanos), Fuat Uzkınay, Müdafaa-i Milliye Cemiyeti (MMC), 1914.

Anafartalar Muharebesi’nde İtilaf Ordularının Püskürtülmesi (Retreat of the Allied Forces at the Battle of Anafartalar), MMC, 1915.

Çanakkale Muharebeleri (The Battles of Çanakkale), MMC, 1916.

Alman İmparatoru’nun Çanakkale Ziyareti (The Visit of German Emperor to Çanakkale), MMC, 1917.

Pençe (The Claw), Sedat Simavi, MMC, 1917.

Casus (The Spy), Sedat Simavi, MMC, 1917.

Alemdar Vakası, Sedat Simavi, MMC, 1918 (Tamamlanmadı).

Alemdar Mustafa Paşa, Sedat Simavi, MMC, 1918.

Himmet Ağa’nın İzdivacı, (The Marriage of Himmet Ağa) Fuat Uzkınay ve Sigmund Weinberg, (MMC), 1916-1918.

İzmir'in İşgaline Karşı Fatih ve Sultanahmet'te Düzenlenen Protesto Eylemleri Filmleri, (Protests in Fatih and Sultanahmet against İzmir's Occupation), Malulin-i Guzzata Muavenet Heyeti (Malul Gaziler Heyeti, MGMH), 1919.

Mürebbiye (The Governess), Ahmet Fehim, MGMH, 1919.

Izdırap (Samson), Muhsin Ertuğrul, Stamboul Film, 1919.

Binnaz, Ahmet Fehim, MGMH, 1919.

Bican Efendi Vekilharç (Bican Efendi the Butler), Şadi Fikret Karagözoğlu, MGMH, 1921.

Bican Efendi Mektep Hocası (Bican Efendi the School Master), Şadi Fikret Karagözoğlu, MGMH, 1921.

Bican Efendi'nin Rüyası (Bican Efendi's Dream), Şadi Fikret Karagözoğlu, MGMH, 1921.

İstiklal (Independence), Fuat Uzkınay, 1922.

Zafer Yolları (Road to Victory), Fuat Uzkınay, Kemal Film, 1923.

Ateşten Gömlek (Shirt of Fire), Muhsin Ertuğrul, Kemal Film, 1923.

## **İletişim Teknolojileri Politikaları ve Türkiye: Küresel Medya Yönetimi Çağında Ulus Devlet\***

Serhat Kaymas\*\*

### **Giriş**

Bu çalışma; neo-liberalizmin ulus devlet üzerindeki “tahribatını”, yeni medya ve iletişim teknolojileri politikaları içerisinde bakarak okumayı amaçlamıştır. Neo-liberal politikalar eşliğinde, medya politikaları bir dizi küresel güç merkezinde üretilmekte, iletişim ve enformasyon politikaları ise ticari antlaşmaların önemli bir unsuruna dönüştürülmektedir. Kapitalist sermaye birikimindeki değişime koşut olarak hazırlanan politikalar, gelişmekte olan ülkeleri ulus-ötesi sermayeye karşı daha da bir kırılğan hale getirmekte, emperyalizm bu kez de enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında, ancak farklı biçimler altında, yeniden üretilmektedir. Neo-liberalizmin hegemonya uğrakları içerisinde bakıldığında, söz konusu tespitler Türkiye özelinde daha da bir anlamlıdır. Küresel kapitalizme, devletin zora dayalı araçlarının gözetiminde ve yerli sermayesinin “tarihsel blok” olarak geliştirdiği bir dizi ittifak ile eklenilen Türkiye, enformasyon sektöründe yenilik yaratma ve yönetmesi bir yana, söz konusu alanda politika üretme iktidarını dahi kaybetmiştir. O kadar ki, Avrupa Birliği’ne uyum politikaları çerçevesinde, 2005 yılında Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi’ni özelleştiren Türkiye’nin ulusal enformasyon alt yapısını dahi kaybettiği belirtilmelidir. Bu çalışma, eleştirel ekonomi politik yaklaşımın izinden, Türkiye’nin iletişim teknolojileri politikalarını sorgulamakta ve gelişmesi engellenen bir ülkenin tarihini, bir dizi neo-liberal politika belgesi içinden okumakta ve “Türkiye, iletişim teknolojileri ve enformasyon sektöründe niçin geride bırakılmıştır” sorusuna yanıt aramaktadır.

### **Enformasyon Politikaları Genel Çerçevesi: Kamusal İletişimin Piyasalaştırılmasına Doğru**

Enformasyon ve iletişim teknolojileri alanını, gelişmiş ülkelerle gelişmekte olan ülkeler arasındaki farkın kapanacağı, yeni istihdam alanlarının oluşacağı, demokrasinin daha da bir güçleneceği gibi, bir dizi ütopyacı değer üzerinden tanımlayan neo-liberalizmin, “iflasını”, bu alandaki politikaları üzerinden değerlendirmek olasıdır. Richard Collins’in (2006: 337) belirlediği gibi; yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yönetilebilirliğine dair üç önemli hatada da, neo-liberal politikaların yansımalarını gözlenir. Richard Collins, iletişim teknolojileri politikalarındaki “yaygın hataları” şöyle açıklar: İlk hata kamu politikaları alanına egemendir ve enformasyon ve iletişim teknolojilerinin “en iyi koşullarda ancak

---

\* Bu çalışma, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi tarafından düzenlenen “**The Second International Conference on New Media and Interactivity**” kongresinde sunulan; **Küresel Medya Yönetimi Çağında Ulus Devlet: Yeni Medya, İletişim Politikalarında Paradigma Değişimi ve Bir Model Olarak Türkiye** isimli çalışmanın, eleştiriler doğrultusunda, yeniden değerlendirilmiş biçimini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, her iki çalışmanın varsayımları ve yöntemlerinde önemli farklılıklar bulunmaktadır.

\*\* *Hacettepe Üniversitesi Meslek Yüksekokulu*

*Beytepe Kampüsü, Beytepe / Ankara.*

*E-mail: [serhatkaymas@hotmail.com](mailto:serhatkaymas@hotmail.com)*



serbest pazar” kararlarıyla yönetilebileceği iddiasını taşımaktadır. İkinci hata, akademik çalışmalara egemendir, yeni medya ve iletişim teknolojilerinin ancak “ağ yönetimi” ve “kendi kendini düzenleme” (*self regulation*) ile yönetilebileceği düşüncesini taşır. Üçüncü hata ise, internetin geleneksel medyadan (özellikle yayıncılık ve telekomünikasyon alanları) farklı bir yönetim içinde olması gerektiğini savunmaktadır<sup>1</sup>. Ancak bütün bu hataların dayandığı varsayımlar, kendi içerisinde dahi, iki önemli çelişkiyi bir arada barındırmaktadır. François Bar ve Christian Sandvig’in (2008: 532) belirlediği gibi; ilk çelişki “özgürleşen” pazarların aslında daha az değil daha çok düzenlemeye ihtiyaç duymasıdır. İkinci çelişki ise; Türkiye özelinde de gözlemlendiği gibi iletişim teknolojilerine sahip olmayı amaçlayan sermaye gruplarının “özelleştirme” ve “deregülasyon” taleplerine rağmen, düzenlenmiş bir rekabeti içermemesi nedeniyle beklenen faydanın sağlanamamasıdır. O kadar ki, yeni medya ve iletişim teknolojileri alanı tam da küresel bir medya yönetimine eşlik eden bir dizi gücün belirleyici olduğu bir yeniden yapılanma dönemini izlemektedir. Bu bağlamda; enformasyon sektörünün ticari kurallar ve aşılması gereken coğrafi sınırlar düzleminde yeniden düzenleyen uluslar arası bir dizi anlaşmanın (WHO, GATT, GATS, NAFTA, TRIPS vb) etkisi altında, kapitalist sermaye birikiminin değişen doğasına koşut olarak belirlenmesi ilk adımı oluşturmaktadır (Törenli, 2005: 12). Küresel kapitalist sermaye ile yeniden yapılanan ulus devletin ortaklaşa yürüyüşünün ikinci adımı; İngiltere’de “Ofcom”, İtalya’da “Agcom” örneklerinde gözlemlendiği gibi sosyal veya kamusal yararlılardan daha çok ekonomik çıkarlar üzerine temellenen (dirilen) bir dizi düzenleyici otoritenin kurulması ile (Livingstone, Lunt ve Miller, 2007: 67) enformasyon sektörünün yeniden biçimlendirmesi olarak atılmaktadır. Küresel ölçekte yeniden yapılanma ihtiyacı içindeki Çok Uluslu Şirketler ile Dünya Ticaret Örgütü’nün (WTO) hegemonyası ise (Winseck, 2002:393), üstü örtülü bir devletsizleştirmeyi tanımlayan önemli bir diğer unsur olarak öne çıkmaktadır. Enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında, özellikle vahşi kapitalizme yönelen neo liberalizmin 1980’li yıllardan itibaren yeniden yapılanmasıyla, küresel medya yönetimine geçildiği yaygın olarak görülür (Puppis, 2008: 126; Raboy, 2007: 7; Winseck, 2002: 795). Böylesi bir değerlendirme, enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında giderek üstü örtülü bir devletsizleştirmenin altını daha da belirginleştirir.

### **Yeni Medya Politikalarında Küresel Sermaye ve Üstü Örtük Devletsizleştirme**

Enformasyon ve iletişim teknolojilerinde, gelişmekte olan ülkeler için, süregiden üstü örtülü devletsizleştirme aslında temellerini enformasyon politikalarındaki değişimden almaktadır. Ken Ducatel’e göre; enformasyon politikalarının ilk dönemi, iletişim ve enformasyon kaynaklarının ülkeler arasındaki paylaşımını ve enformasyon toplumuna geçiş sürecindeki politika belgeleri ve inisiyatifleri ile oluşturulmuşken, ikinci dönemi piyasayı geniş bir devlet desteği ile besleyen politikalarla temsil edilmektedir (Ducatel, 1998: 121’den aktaran Başaran, 2004: 9). Gelişmekte olan ülkeler için bir dizi değişim talebinin tam da böylesi bir dönem içerisinde oluşturulduğu gözlenir. Buna göre; piyasa söz konusu sektördeki öncülüğü üstlenmektedir. Devlet ise, bir dizi örneğinde daha da bir açığa çıktığı gibi, kapitalist sermaye birikimindeki değişime koşut olarak bir “biçim” değişimi yaşama pahasına piyasayı destekleyecektir. Gerçekten de, ikinci dönem içerisindeki politikalar içerisinde bakıldığında, gelişmekte olan devletlerin sözde serbestleşme ve özgürleşme söylemleriyle, özelleştirmeler, kamusal iletişimin piyasalaştırılması, sermayenin hegemonyasına açık bir iletişim düzeni gibi temel bir değişime zorlandığı gözlenmektedir. Victor Picard’a göre (2007: 122); yeni medya ve iletişim politikalarının küresel sorunlar olarak düşünülmesini sağlayan ilk politika belgeleri Yeni Dünya İletişim ve Enformasyon Düzeni içerisinde ortaya çıkmıştır. 1970’ler boyunca küresel olarak geliştirilen “uydu” politikaları, küresel sermayenin ulus devlete nasıl da yansdığına dair anlamlı bir dizi örneği daha da bir açığa çıkartmaktadır. Yeni Dünya İletişim

Düzeni, her ne kadar, soğuk savaş döneminin koşullarını yansıtsa da bir yanını Amerika Birleşik Devletleri ve müttefiklerinin, diğer yanını 1970–1980 yılları arasında Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği ile emperyalist güçlerin hegemonyasından 1970’li yıllarda kurtulan yeni bağımsız devletlerin<sup>ii</sup> oluşturduğu “denge” politikası içinden kurulmuştur. Ancak, tam da böylesi bir yapılanma içerisinde, ulusal politikalar içerisinde bir medya düzenlemesi yerine küresel medya yönetimine doğru anlamlı bir gelişme dizgesinin ilk adımlarını oluşturmaktadır. O kadar ki, sözü edilen dönem boyunca, Unesco’nun “Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni” (NWICO), Birleşmiş Milletler’in “Yeni Uluslararası Ekonomik Düzen” (*NIEO*) projesinin dışında karşılık bulamamıştır. Her iki projede de serbest ve dengeli bir iletişim ve ekonomik düzenin oluşması için özerk ulus devletlere duyulan ihtiyaç vurgulanmaktayken, Amerika Birleşik Devletleri’nin 1980’li yıllardan itibaren iletişim politikaları bağlamındaki yol haritasını, Birleşik Devletler Başkanı Ronald Reagan’ın “Yeni Dünya Düzeni” (*NWO*) politikası oluşturmuştur. Böylesi bir yapılanma ise, kapitalizmin de yeni dönemine işaret etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği’nce gerçekleştirilen bir dizi politika belgesi içerisinde de, üstü örtülü devletsizleştirmeyi, okumak olasıdır.

### **Üstü Örtük Devletsizleştirmeyi İki Yaklaşım İçerisinden Okumak: Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği’nde Yeni Medya ve İletişim Politikaları**

Dan Schiller’in (1999: 33) “Dijital Kapitalizm” olarak isimlendirdiği süreç, ne tek başına teknolojik ne de ekonomik bir gelişmeye işaret eder. Aksine, kapitalist sermaye birikim modelinin son evresini oluşturan enformasyona dayalı kapitalizm, tam da ulus devletlerin siyasal müdahalelerinin sonuçlarını yansıtır. O kadar ki, medyanın ulusal olarak düzenlenmesinden, küresel medya yönetimine doğru bir evrim küresel sermayenin bekçisi olarak ulus devlet anlayışına yol açmıştır. Oliver Boyd Barrett’in (2006: 24), Amerika Birleşik Devletleri’nin “Yeni Uluslararası Ekonomik Düzen” (*NIEO*) ve “Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni” (*NWICO*) politikalarının “destekleyicisi” olarak gördüğü Unesco’dan ayrılması ve yine 1984 yılında, tekelci nitelik gösteren, AT&T kartelini parçalaması küresel kapitalizm ve kapitalist sermaye birikim koşulları hegemonyasında bir ulus devleti nasıl da ürettiğine dair bir dizi anlamlı örneği birbiri ardına sunmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nin, 1982 yılında yürürlüğe aldığı “Uzlaşma Kararı” (*Consent Decree*) ile başlayan ve Amerika Birleşik Devletleri’nde tekelci bir nitelik gösteren AT&T’nin (*American Telegraph and Telephone Company*) 1984 yılında yedi ayrı şirkete bölünmesiyle tamamlanan sözde “anti – tekelci” yapılanma, her ne kadar, serbestleşme ve pazarda demokratikleşme söylemleriyle kurgulanmıştır. Ancak, tam aksine, uluslararası telekomünikasyon hizmetlerinin yapı ve işleyişini etkilemiş, söz konusu yeniden yapılanma içerisinde o güne değin ulusal ancak tekelci kamusal telekom işleticileri giderek ulus ötesi sermaye grupları olarak ulus devlet sınırlarının ötesine yayılmıştır<sup>iii</sup>. Kapitalizmin yeni dönemi, her ne kadar ortak amaçlara hizmet etse de, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa’da birbirinden farklı tınılar taşır.

### **Avrupa Birliği ve Neo Liberal Hegemonya: Avrupahlaştırılmış Bir Liberalleşme Programı olarak Enformasyon Politikaları**

Volker Schneier (1997: 340), Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği’nin, enformasyon ve iletişim teknolojileri politikalarının, aynı amaçlara yönelse ve benzeri stratejileri izliyor görülse de, önemli unsurlarda farklılaştıklarını belirlemiştir. Enformasyon toplumu özelinde belirginleşen söz konusu farklılıkların nedeni, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği ülkelerinde, yeni medya ve enformasyon politikalarına dair gündemin hükümetler tarafından

ele alınış biçiminden kaynaklanmaktadır. Ancak bununla birlikte söz konusu süreç, Amerika Birleşik Devletleri'nde yalnızca bir iç politika kararı olarak değerlendirilebilmesine rağmen Avrupa Birliği ülkelerinde enformasyon toplumu kararlarının bir yandan Avrupa Birliği gibi ulus üstü bir örgütlenme düzeyinde öte yandan uluslararası siyasal baskılara karşı bir tepki olarak biçimlendirilmesidir. Böylesi bir yapılanma ise, yeni medya ve bileşenlerinin yönetilebilirliğine dair bir dizi politikanın farklı yöntemler izlenerek alınmasına yol açmıştır. Louise Cooke'un (2007: 366) belirttiği gibi, yeni medya ve iletişim teknolojileri alanında Avrupa Birliği'nin gündemini, aslında daha çok ulus-devletlerin aşılması olarak da okunabilecek olan, iki ana başlık oluşturmaktadır. Politika belgelerine yansıyan ilk başlık; Avrupa enformasyon teknoloji ürünlerinin rekabeti üzerine geliştirilen yeni medya ve enformasyon teknolojileri politikalarıdır. İkinci başlık ise, Avrupa enformasyon toplumunun oluşturulmasına yönelik olarak bir dizi politika belgesinin ortak bir "Avrupa Enformasyon Toplumu" adına uygulamaya konulmasıdır. 1994 yılındaki "Bangemann Raporu" tam da ortak bir enformasyon toplumu beklentisini yansıtmaktadır. Ancak, Avrupa Birliği'nin henüz başlangıç dönemindeki politika belgeleri içinden bakıldığında, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği'nin birbirini izleyen ortak bir yürüyüşün adımlarını attıkları daha da bir açığa çıkmaktadır. Öyle ki, Bangemann Raporu; Avrupa enformasyon toplumunun oluşturulmasının sosyal uyum ve toplumsal refahın gerçekleştirilmesinde önemli açılımlara sahip olacağını belirtmişti. Ancak; böylesi bir toplumsal gelişme için enformasyonun pazar koşullarında üretilmesi, serbest pazar koşulları ile ekonomik gelişmenin sağlanması ve telekomünikasyon sektöründe liberal politikaların izlenmesi, daha da somut ifade ile özelleştirme politikalarının uygulanması gerektiğini ön koşullar olarak sıralamıştır. Avrupa Komisyonu'nun 1996 yılından itibaren genelde iletişim politikaları alanında izlediği genel çerçevenin, bu tarihten sonra, internet ve yeni medya özelinde de yeniden üretilmesi dikkat çekmektedir. Ancak, Avrupa Birliği yeni medya ve iletişim teknolojilerindeki yol haritasını iki başlık altında irdelemek bütün bir genel çerçeveyi anlamlandırmak adına önemli olduğu belirtilmelidir. İlk başlık, Avrupa Birliği'nin "içerik" ve "erişim" politikaları olarak görülmelidir. İkinci başlığı ise, iletişimin ekonomi politiğine duyarlı bir çerçeve oluşturabilme amacıyla ağ ekonomisine dair bir çerçeve içerisinden "kendi – kendisini yönetim" ve "ulus üstü müdahale" içinden okumak gerekmektedir. Ancak, belirtilmelidir ki, Avrupa Birliği yeni medya ve iletişim politikaları Amerika Birleşik Devletleri'ni gecikmeli izlemekte ve internet özelinde de gözlendiği gibi; Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri'nde izlenen politikaları, farklı amaçlara yönelik olsa da, yeniden üretmektedir. Ancak, Avrupa Birliği ülkelerinin politika üretme iktidarını daha çok Avrupa Birliği'ne aktarmaları dikkat çekmektedir. Buna rağmen Avrupa Birliği üyeleri; bir dizi nedenle iç politikalarının yerine Birlik tarafından dayatılan politikaları, her ne kadar uygulama hızları değişkenlik gösterse de, izlemeye dair bir eğilime sahiptir. Charleswood'a göre (aktaran Cooke, 2007: 367) göre, üye devletlerin yeni medya ve iletişim teknolojileri alanındaki ulusal politikaları yerine Birlik politikalarını bekleme nedenleri şöyle açıklanabilir: a) Sermaye gruplarının, var olan haklarına yönelik tehdit algılamalarından kaynaklanan direniş; b) Ulusal hükümetlerin, online eylemlerin denetlenmesiyle özerkliklerini kaybetme korkusu; c) İnternet ve bileşenlerinin özellikle yasa koyucular başta olmak üzere sosyal normlar üzerindeki etkilerinin teknolojik boyutları üzerindeki algılama eksikliği; d) Ulusal hükümetlerin ve yasa koyucu mekanizmaların, internet ve bileşeni olan yeni kitle iletişim araçlarının, teknolojik hızı karşısında düzenleyebiliç kontrol mekanizmalarına sahip olamaması, teknik gelişmeler ve sosyal yansımaları üzerine yeterince hazırlıklı olunamaması.

Avrupa Birliği üye ülkelerinin, yeni medya ve iletişim politikaları alanındaki politika üretme iktidarını, üstelik henüz başlangıcından itibaren, Avrupa Birliği'ne devretmelerinin art alanını oluşturmaktadır. Üstelik böylesi bir yeniden yapılanmanın, kapitalizmin yeni birikim

koşullarına koşut olarak bizzat Avrupa Birliği tarafından dayatıldığı gözlenmektedir. Örneğin, Seamus Simpson (2005: 51), Avrupa Birliği üye ülkelerinin, özellikle 1998 yılındaki telekomünikasyon düzenlemelerinin ardından, her ne kadar farklı isteklilik düzeylerine sahip olsalar da, “Avrupalılaştırılmış Liberalleştirme” olarak da isimlendirilebilen ortak bir stratejik politika yanıtı geliştirmeye doğru itildiğini belirler. 1998 yılındaki yeni düzenleme, aslında, temelleri 1990’lı yıllar boyunca atılan telekomünikasyonun liberalleşmesi ve Avrupalılaştırılması yönündeki bir dizi politikanın, söz konusu tarihten itibaren uygulamaya konulmasıdır. Maria Michalis’in (1999: 151) belirlediği gibi, bütün bir politikasını “telekomünikasyon sektöründeki liberalleştirme” ve “üye ülkeler arasındaki uyum” ilkelerine dayandıran Avrupa Birliği için, söz konusu politika pratiği oldukça anlaşılabilir bir eğilimdir. Bu bağlamda, Avrupa Birliği’nin özellikle telekomünikasyon sektöründe söz konusu iki ilkeyi anlamlı bir şekilde izlediği belirtilmelidir. Öyle ki, Avrupa Komisyonu’nun 1992 yılında Avrupa Birliği üye ülkelerindeki telekomünikasyon sektörüne dair gerçekleştirdiği araştırmanın ardından, iletişim teknolojileri ve yeni medya politikaları alanında gelecekte izlenecek bir dizi alternatifin sunulmasıyla çalışma tamamlanır. Raporu göre, Komisyon’un da taraftarı olduğu seçenек yeni medya ve iletişim teknolojilerinde süregiden liberalleştirme, daha da açık söylendiğinde, özelleştirmenin desteklenmesidir. Birlik üyelerine telefon hizmetlerinin özelleştirilmesi ve söz konusu sürecin ise 1 Ocak 1998 tarihine kadar gerçekleştirilmesi dayatılır. O kadar ki, Avrupa Birliği’nin dayatması ile o güne değin kamu hizmeti biçiminde değerlendirilen telekomünikasyon şirketleri 1988 ve 1998 yılları arasında birbiri ardına devlet tekelinden çok uluslu sermaye şirketlerinin hegemonyasına terk edilir. Avrupa Birliği’nin bu sektörü özelleştirme pratiği için hukuki dayanağını, Avrupa Toplulukları Adalet Divanı’nın görüşü üzerine, Avrupa Birliği Antlaşması’nın “rekabet hukuku” ile ilgili 81–86. maddeleri ile tek pazarın oluşturulmasına ilişkin 95’inci maddesinden almaktadır<sup>iv</sup>. Bu bağlamda; Avrupa Birliği’nin giderek ulus-üstü bir hegemonya projesi olarak ulus devletlerin politika üretme araçlarını elinden aldığı, üstelik bu fiili durumun giderek doğal karşılandığı da gözlenmektedir. O kadar ki; Avrupa Birliği’nin kurucu metni niteliğindeki Roma Sözleşmesi tam da söz konusu açıdan özel bir duruma sahiptir. Sözleşme maddeleri<sup>v</sup>, Komisyona liberalleştirme programı için ayrıcalıklı haklar vermekte hatta Komisyon’un, sözleşmede tanımlanan liberalleştirme programını daha da etkili kılabilmek için üye devletlere yönerge ve kararları doğrudan uygulama hakkı dahi tanınmıştır. Maddelerin yürürlüğe girmesinin ardından, kamuya ait olan telekomünikasyon operatörlerine dair kararlarda Bakanlar Konseyi’nin direktifleri oylama hakkı dahi bir bakıma yok sayılmıştır. Avrupa Birliği’nin telekomünikasyon sektöründe, temel düzeyde kamusal sorumluluk kurallarını ve üye ülkelerin kararlarını dahi hiçe saydığı ve liberalleştirme programını daha çok üstü örtülü bir devletsizleştirme politikası üzerinden sürdürdüğü belirtilmelidir.

Ulus devletlerin politika üretme iktidarını kaybetmesiyle sürdürülen “vahşi deregülasyon” eğilimi tam da Dwayne Winseck’in (2002b: 396) belirlediği gibi, 1984 ve 1999 yılları arasında özelleştirilen telekomünikasyon operatörü sayısını 110’a ulaştırmıştır. Böylesi bir özelleştirme furyası yalnızca süregiden özelleştirme ve kamusal alanın giderek ticarileşmesi değil bununla birlikte Dünya Ticaret Örgütü ile Avrupa Birliği’nin yeni medya ve iletişim teknolojileri alanında üstü kapalı bir koordinasyonunu da açığa çıkartmaktadır. O kadar ki, yeni medya ve iletişim teknolojileri alanında ulus devletlerin düzenlemelerinin yerine küresel bir medya yönetimine doğru ilerleyen bir yeniden yapılanma dönemi neo-liberal politikalarla birlikte uygulamaya konulmuştur. Böylesi bir yeniden yapılanma döneminde ulus-devletlerin yerine geçen güç ise Dünya Ticaret Örgütü’dür. Dünya Ticaret Örgütü’nün hegemonyasında, ulus devletler bu kez de vahşi bir özelleştirme politikası izlemek zorunda kalmışlardır.

**Tablo 1: 1988 – 1999 Yılları Arasında Gelişmekte Olan Ülkelerin Telekomünikasyon Operatörlerinin Özelleştirilmesi ve Özelleştirmeler Sürecindeki İlk 10 Çok Uluslu Sermaye Şirketi (Winseck, 2002: 397).**

<b>Satın Alan Telekomünikasyon Sağlayıcısı</b>	<b>Satın Alındığı Ülke ve Satın Alınan Şirket</b>	<b>Satın Alınma Bedeli (Milyon Dolar)</b>
France Telekom	Cote d'Ivoire Sonatel (Senegal) Telecom Vanuatu Telecom Argentin (Arjantin) CTE (El Salvador) TelMex Mobil Net (Mısır) <b>Toplam:</b>	660 212 5.5 3.867 275 16.032.3 360 21,411.18
Telefonica	CRT (Brezilya) CTC (Şili) Intel (El Salvador) Telefonica Peru (Peru) <b>Toplam</b>	1.151 115 70 5.693 7.029
GTE	Compania Telefonos (Venezüella)	6.905
STET (İtalya)	Telecom Srbjia (Sırbistan) Telecom Argentina Entel Bolivia (Bolivya) Entel (Şili) Empresa de Telecom (Küba) <b>Toplam:</b>	525 3,867 610 293 366 5,661
SBS / Ameritech	Telekom South Africa (Güney Afrika) Matav (Macaristan) <b>Toplam:</b>	777.5 2,491.5 3, 269
MCI	Embratel (Brezilya)	2,784
Deutsche Telekom	Matav (Macaristan)	2,491.5
Telekom Netherlands	PT Telekomunisaki Selular (Endonezya) SPT Telekom (Çek Cumh.) <b>Toplam:</b>	392 1,902.5 2,294.5
Cable & Wireless	Telekom Vanuatu Barbados External Telecom Barbados Telco C & W Jamaica C & W Panama TSTT (Trinidad ve Tobago) <b>Toplam:</b>	5.5 483 349 1,225 147 2,209.5
Swiss Telecom PTT	SPT Telekom (Çek Cumh.)	1,902.5

Telekomünikasyon şirketlerinin 1984 ve 1999 yılları arasındaki özelleştirme sürecini özetleyen Tablo 1, alternatif bir okuma ile değerlendirildiğinde, gelişmiş ülkelere doğru vahşi bir özelleştirme sürecinin gerçekleştirilmiş olduğunu gösterir. Özelleştirme sürecinin, gelişmekte olan ülkelere yönelik önemli bir eşitsizliğe ve iletişim kaynaklarının bir bakıma “küresel yağma” içerisinde sömürüsüne yol açtığı gözlenir.

**Tablo 2: Kıtalara Göre İnternet Erişimi** (www.internetworldstats.com (a). 14.03.2009 )

KİTALAR	İNTERNET ERİŞİM YÜZDESİ
Afrika	8.7
Asya	20.1
Avrupa	53.0
Avustralya ve Okyanus	60.8
Kuzey Amerika	76.2
Latin Amerika ve Karayipler	31.9
Ortadoğu	28.8

Yeni medya ve iletişim teknolojileri alanında süre giden eşitsizliği ve kültürel yağmayı yalnızca Tablo 2 içerisinden okumak dahi anlamlıdır. Üstelik küresel eşitsizliğin önemli bir bileşeni olan “sayısal eşitsizlik” uçurumunun giderek kapandığı gözlenirse de, iletişim teknolojilerine ait unsurların yine gelişmiş ülkelere – gelişmekte olan ülkelere doğru bir akış içerisinde, ithalatçı politikalarla oluşturulması, emperyalizmin nasıl da çelişkili bir süreklilik içerisinde süregittiğini daha da açığa çıkartmaktadır. Oysa 1988 ve 1998 yılları arasında özelleştirilen telekomünikasyon şirketlerinin önemli bir bölümünün sözü edilen bölgelerde yoğunlaştığı belirtilmelidir. Bununla birlikte her ne kadar sınırlı sayıda Kıta’da internet erişimi, en azından %50 oranının üzerinde ise de, internet “omurgası” halen gelişmekte olan ülkelerin hegemonyası altındadır. Öte yandan nüfus yoğunluğu içerisinden bakıldığında Asya, internet erişimine yoğun olarak sahip olan bir Kıta olarak görülse de, nüfusa göre internet erişiminin Avrupa’da en yoğun olduğu gözlenir. Dünya nüfus oranlarına göre internet erişimi ise aşağıdaki tablodan izlenebilmektedir.

Avrupa Birliği içerisinde dahi internet erişiminin, gerçekte, önemli bir eşitsizlikle temsil edildiği de belirtilmelidir. O kadar ki, Avrupa Birliği’nin son genişleme dönemi<sup>vi</sup> ile birlikte, eski ve yeni üyeler arasında, benzeri bir sayısal eşitsizliğin süregittiği belirtilmelidir. Avrupa Birliği için liberalleşme programını ve süregiden üstü örtülü devletsizleştirme politikalarını izlemesinin güçlü nedenleri bulunmaktadır. Öyle ki, bir yandan kültürel alanda Amerika Birleşik Devletleri’nin artan hegemonyası öte yandan Japonya’nın digital teknoloji ve enformasyon sektöründeki ekonomik genişlemesi ile mücadele, Avrupa Birliği’nin sözü edilen alanda izlediği liberalleştirme programını giderek daha da derinleştirmesine yol açmaktadır. Avrupa Komisyonu tarafından, Avrupa Birliği içinde 2010 yılında “rekabetçi politikalar” ve “dinamik enformasyon teknolojileri” temelinde yeni bir enformasyon toplumu oluşturulacağı açıklanmıştır. Avrupa Komisyonu’nun açıkladığı, 2010 yılında dünyanın en büyük bilgi toplumu olma yönündeki hedefi; Avrupalılaştırılmış bir liberalleştirme sürecinin daha da derinleştirilerek izleneceği yönünde “güçlü bulgular”<sup>vii</sup> sergilemektedir (Golding ve Bondebjerg, 2004: 11). Avrupa Birliği ülkelerinde internet erişiminin, en azından dünyanın geri kalan bölgeleriyle karşılaştırıldığında<sup>viii</sup> her ne kadar yoğun olduğu görülse de üye ülkeler arasında sayısal bir dengenin kurulamadığı, hatta internet kullanımı oldukça yoğun ülkelerin

bölgelerinde anlamlı bir sayısal uçurumun bulunduğu dikkat çekmektedir. Tablo 4’de, Avrupa Birliği üye devletlerinin nüfuslarına göre internet erişimi oranları yer almaktadır.

**Tablo 3: Avrupa Birliği Ülkelerinde İnternet Erişimi** (www.internetworldstats.com (c). 14.04.2009).

Avrupa Birliği Üye Ülkeleri	2008 yılı Nüfusu	İnternet Kullanıcıları	Toplam Nüfusa Oranı
Avusturya	8.205.533	5.601.700	% 68.3
Belçika	10.403.951	7.006.400	% 67.3
Bulgaristan	7.262.675	2.368.000	% 32.6
G. Kıbrıs Rum Y.	792.604	324.880	% 41.0
Çek Cumhuriyeti	10.220.911	4.991.300	% 48.8
Danimarka	5.484.723	4.408.100	% 80.4
Estonya	1.307.605	854.600	% 65.4
Finlandiya	5.244.749	4.353.142	% 83.0
Fransa	62.150.775	40.858.353	% 65.7
Almanya	82.369.548	55.221.183	% 67.0
Yunanistan	10.772.816	4.932.495	% 46.0
Macaristan	9.930.915	5.215.400	% 52.5
İrlanda	4.156.119	2.410.549	% 58.0
İtalya	58.145.321	28.388.926	% 48.8
Letonya	2.245.423	1.324.800	% 59.0
Litvanya	3.565.205	2.103.471	% 59.0
Lüksemburg	486.006	363.900	% 74.9
Malta	403.532	95.000	% 23.5
Hollanda	16.645.313	13.791.800	% 82.9
Polonya	38.500.696	20.020.362	% 52.0
Portekiz	10.676.910	4.249.200	% 39.8
Romanya	22.246.862	7.430.000	% 33.4
Slovakya	5.455.407	3.018.400	% 55.3
Slovenya	2.007.711	1.300.000	% 64.8
İspanya	40.491.051	28.552.604	% 70.5
İsveç	9.045.389	7.295.200	% 80.7
İngiltere	60.943.912	43.753.600	% 71.8
<b>Avrupa Birliği Toplam</b>	<b>489.111.662</b>	<b>300.233.365</b>	<b>% 61.4</b>

Avrupa Birliği ile üyelik müzakereleri süren Türkiye, Hırvatistan ve Makedonya’da internet erişimi ile nüfuslarına oranı aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Aşağıdaki tablodan da izlenebileceği gibi, nüfusa oranla internet erişimi en az olan ülke Türkiye’dir.

**Tablo 4: Avrupa Birliği Aday Ülkelerinde İnternet Erişimi ve Nüfuslarına Oranı**  
(www.internetworldstats.com (d). 14.04.2009).

Avrupa Birliği Aday Ülkeleri	Nüfus (2008 yılı)	İnternet Kullanıcıları	Nüfusa Oranı (yüzde)
Hırvatistan	4.491.543	1.984.800	% 44.2
Makedonya	2.061.315	906.979	% 44.0
Türkiye	75.793.836	26.500.000	% 35.0
<b>Aday Ülkeler Toplamı</b>	<b>82.346.694</b>	<b>29.391.779</b>	<b>% 35.7</b>

Avrupa Birliği enformasyon politikaları, alanda süregiden sayısal eşitsizlik ve kültürel yağmaya dair eleştirilerin saklı kalması şartıyla, en azından Amerika Birleşik Devletleri'nin yeni medya ve enformasyon politikaları ile karşılaştırıldığında kamu hizmeti politikaları geleneği ile ulusal kimlik ve kültüre verdiği stratejik önemle ayırt edilebilmektedir. Bu bağlamda, Avrupa Birliği'nin kamu hukuku ve evrensel hizmete erişim ilkesini özel mülkiyet ve hukukun üzerinde tutması, enformasyon toplumu kavramına ancak ulus-üstü bir bütünleşmenin araçları arasında bir gündem olarak yaklaşması (Başaran, 2004: 15), rekabet kuralları ve düzenlemelerini Amerika Birleşik Devletleri'nden çok daha ciddiyle ele almasına yol açmaktadır<sup>x</sup>. Amerika Birleşik Devletleri'nin yeni medya ve iletişim teknolojileri politikalarının kapitalist sermaye birikimindeki yeni döneme koşut bir gelişme izlediği gözlenmektedir.

### **Amerika Birleşik Devletleri ve Enformasyon Politikaları**

Avrupa Birliği'nin enformasyon toplumu politikaları içerisinde, “Avrupalılaştırılmış bir liberalleştirme” politikası izlemesine karşı, Amerika Birleşik Devletleri'nin 1980'li yıllardan itibaren neo-liberal hegemonyanın hem inşasında hem de taşınmasında anlamlı bir işlevinin olduğu açıktır. O kadar ki, Amerika Birleşik Devletleri yeni medya ve iletişim teknolojileri politikalarını, 1990'lı yılların hemen başında, 1993 yılında uygulamaya koyduğu “Ulusal İletişim Alt Yapısı” (*NII, National Information Infrastructure*) politikaları çerçevesinde yalnızca Amerika Birleşik Devletleri'yle sınırlı tutmamıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nin, ulusal iletişim alt yapısı projelerini uygulamaya koymasından yalnızca bir yıl sonra, 1994 yılında Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) toplantılarıyla birlikte, “Küresel İletişim Alt Yapısı Eylem Gündemi” (*GII, Global Information Infrastructure: Agenda for Action*) politikalarıyla yeni birikim düzenini küresel olarak yaygınlaştıracığı da anlaşılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nin 1990'lı yılların hemen başından itibaren inşa etmeye çalıştığı enformasyon toplumu politikaları, aslında kapitalist sermaye birikimindeki yeni dönemin ihtiyaçlarına koşut olarak izlenen bir dizi politika olarak okunmalıdır. O kadar ki, Amerika Birleşik Devletleri 1990'lı yılların başından itibaren, enformasyon toplumu üzerinden, uluslararası yeni bir birikim düzeni tasarımını gerçekleştirmiştir. Amerika Birleşik Devletleri için “Ulusal Enformasyon Alt Yapı” planı, yalnızca enformasyon sektörü ile sınırlı kalmayıp gerçekte emperyalist bir yeniden inşanın aracı olarak kullanılmıştır.<sup>x</sup> Oliver Boyd-Barrett (2006: 24), Amerika Birleşik Devletleri'nin 1984 yılında ülkedeki AT&T kartelini kırmasının ve aynı zamanda yeni birikim düzenine geçilmesi önünde önemli bir engel olarak gördüğü UNESCO'dan ayrılmasının, yeni bir döneme geçişin işareti olarak okunması gerektiğini belirtir. Amerika Birleşik Devletleri'nin yeni medya ve iletişim teknolojileri alanında 1990'lı yıllardan itibaren izlediği medya politikaları, Victor Picard'ın (2007: 135) belirlediği gibi tam da söz konusu yıllardan itibaren, en temel düzeyde, iki ana eğilimi sergilemektedir. Birincisi, bu yıllardan itibaren yeni medya ve iletişim politikalarının, enformasyon toplumu politikaları merkezinde tartışılması ve küreselleşme tartışmaları çerçevesinde, ulus-devletin politika



üretme iktidarının ve araçlarının ulus-üstü örgütlenmelere geçmesidir. İletişim teknolojileri ve yeni medya alanında ulus-devletin elinden alınan politika üretme iktidarı ve araçlarının daha da bir anlamlandırılabilmesi için Amerika Birleşik Devletleri'nin, UNESCO'dan ayrıldıktan sonra oluşturduğu *International Telecommunications Union (ITU)* tarafından düzenlenen *World Summit on the Information Society<sup>xi</sup> (WSIS)* toplantılarını değerlendirmek gereklidir. 1970 ve 1980'li yıllarda UNESCO tarafından düzenlenen NWCO (New World Communications Order) toplantılarından farklı olarak, yeni medya ve iletişim teknolojileri alanında, sayısal bölünme ve erişim eşitsizliği vb, sosyal sorumluluk ve sosyal sorunlar toplantılar boyunca yer almamıştır. O kadar ki, bu toplantıların ana gündemini, neo liberal hegemonyacı söylemlere koşut biçimde telekomünikasyon sektöründeki özelleştirmeler, kamu ve özel sektör arasındaki ortaklıklar ve işbirlikleri ile üye devletlerin ortak medya ve iletişim teknolojileri politikaları oluşturmuştur. WSIS toplantıları ile birlikte; ulus-devletin politika üretme iktidarı, yerini giderek küresel medya ve küresel medya yönetimini gündemine bırakmıştır. Amerika Birleşik Devletleri tarafından izlenen yeni medya politikalarındaki ikinci ana eğilimi ise; söz konusu alandaki politika içeriklerinin anlamlı ölçüde değişmesidir. Böylesi bir eğilim ise, yeni medya ve iletişim teknolojileri alanındaki politikaların öncelikle teknolojik alt yapı ve erişim sorunları ile sınırlandırılmamasına yol açmaktadır. Politika içerikleri; enformasyon toplumu üzerinden ulus-devleti ve işlevlerini yeniden tanımlamaya yönelmektedir. Böylesi bir “yeniden yapılanma”, özellikle gelişmekte olan ülkeler için, yeni medya ve iletişim teknolojileri politikalarında önemli bir belirleyici güç olarak Dünya Bankası'nı daha bir öne çıkartmaktadır. Enformasyon toplumu ve bileşenleri üzerinden ulus devleti yeniden tanımlamayı amaçlayan Dünya Bankası Gelişme Raporları, enformasyon ve iletişim teknolojilerinden uluslararası beklentileri ortaya koyan ve iletişimi ele alan ana akım kuramlara yol gösteren önemli belgeler arasında yerini almıştır (Başaran, 2004: 13).

Amerika Birleşik Devletleri'nin enformasyon ve iletişim teknolojileri alanındaki politikalarının çelişkili bir süreklilik arz ettiği de gözlenmektedir. O kadar ki, ABD tarafından, emperyalizmin bileşeni olarak gelişmekte olan ülkeler için işaret edilen “gelişme” varsayımı, en azından temel bir düzeyde, “bırakınız yapsınlar” olarak da ifade edilebilen vahşi kapitalizm dönemini yeniden üretmektedir. Gelişme için özel sektör ve esnek düzenleme modellerini öngören Amerika Birleşik Devletleri bu alanda, içeriğinin nasıl doldurulabileceği belirsiz olan, “evrensel hizmet” ve “açık erişimi” modellerini öne sürmekte, aslında, enformasyon toplumu kavramını giderek neo-liberalizmin hegemonyasına terk etmektedir. Öte yandan, Amerika Birleşik Devletleri'nin 1990'lı yıllarla birlikte yeni medya ve iletişim teknolojileri politikaları alanında bir dizi proje üzerinden “politika transferi” gerçekleştirdiği gözlenmektedir. Üstelik Amerika Birleşik Devletleri'nin politika transferi<sup>xii</sup>, Avrupa Birliği üyelerinin yeni medya ve enformasyon teknolojileri alanında gerçekleştirdiği politika transferinden hem yapısal olarak hem de pratikleri itibari ile anlamlı ölçüde farklıdır. Peter Humphreys (2002: 53), Avrupa Birliği üye devletlerinin özellikle 1990'lı yılların ardından politikalar için “kitlesel transfer platformu” olarak Avrupa Birliği'nden etkilendiğini belirler. Avrupa Birliği ve üyeleri arasında gerçekleşen söz konusu politika transferleri aslında “politikaların yöndeşmesi” sürecini ortaya çıkartmaktadır. Birlik üyesi devletleri söz konusu politika transferi yöntemine doğru yönlendiren ise küreselleşme ve Avrupalılaştırılma eğilimi olmuştur. Bununla birlikte, söz konusu politika transferinin; Avrupa Birliği için bir dizi amacı bulunmaktadır. Avrupa Birliği böylesi bir pratik üzerinden hem Avrupa'nın kültürel bütünleşmesini hem de ortak pazarı oluşturma amacını gerçekleştirebilmektedir. Bu nedenle, iletişim teknolojileri ve yeni medya sektöründe egemen bir politika üretme biçimi olarak, özellikle aday ülkeleri baskı altında tutarak kullanılmaktadır (Wheeler, 2002: 102). Amerika Birleşik Devletleri'nin uyguladığı politika transferi yöntemi ise hem amaçları hem de transfer gerçekleştirme biçimleri bakımından farklıdır. Küreselleşme açısından

bakıldığında, Amerika Birleşik Devletleri'nin sadece bir model olarak görülmediği, aynı zamanda telekomünikasyon alanındaki gelişmeleri belirleyen bir güç haline geldiği de gözlenmektedir. Özellikle kapitalist sermaye birikimindeki yeniden yapılanma süreci ve bu süreci yönlendiren güç olarak ulus-ötesi şirketlerin ihtiyaçlarıyla birlikte düşünüldüğünde, Amerika Birleşik Devletleri'nin başta telekomünikasyon ve iletişim teknolojileri olmak üzere küresel düzeyde yeni bir tasarım geliştirdiği belirtilmelidir. Ulus-ötesi şirketlerin 1980'li yıllar boyunca sermaye fazlasını telekomünikasyon ve iletişim sektörlerine yönlendirmesi, ulusal PTT'leri ve ulusal yasaları şirketler önünde “sorun” olarak ortaya çıkartmıştır. Haluk Geray'ın (2002: 81) belirlediği gibi; “bazı sektörlerde kendi iletişim ağlarını kuran büyük firmalar, bu ağlarda geliştirdikleri hizmetleri, başka firmalara satmak isteyince, karşılarında PTT'leri ve ulus devlet yasalarını bulmuşlardır”. Amerika Birleşik Devletleri'nin kapitalist sermaye birikimindeki yeniden yapılanma döneminde Dünya Ticaret Örgütü'nün önemli bileşenleri olarak uygulamaya sunduğu bir dizi proje, tam da ulus-ötesi sermayenin, ulus-devletler üzerinde hegemonya kurabilmesine yol açmıştır. Bu bağlamda, Amerika Birleşik Devletleri öncelikle 1974 yılında Ticaret Yasası'nı yeniden düzenleyerek uluslararası ticarete yalnızca malların değil hizmetlerin de yer alabilmesini önermiş, küresel olarak ticaretin sözde serbestleştirilmesini hedefleyen Ticaret ve Tarifeler Genel Antlaşması (GATT) görüşmeleri boyunca ilk kez, uluslararası gündeme getirilmiştir. 1986–1994 yılları boyunca devam eden GATT görüşmelerinin ardından, uluslararası hizmet ticaretinde temel ilkeleri ortaya koyan ve ilk çok taraflı anlaşma olan Hizmet Ticareti Genel Antlaşması (GATS) yürürlüğe girmiştir. Temel Telekomünikasyon Hizmetleri Sözleşmesi (*Agreement on Basic Telecommunication*) ise 1998 yılında GATS anlaşmalarının dördüncü protokolü kapsamında yürürlüğe girmiştir.

Manuel Puppis'in (2008: 411) belirlediği gibi, Temel Telekomünikasyon Hizmetleri Sözleşmesi, en temel düzeyde, iki açıdan önem taşımaktadır. Birincisi, GATS antlaşmalarının odağında özel bir yer alan telekomünikasyon hizmetlerinde başlayan ve süregelen “liberalleştirme” programının kesin ilkelere dayandırılmasıdır. İkincisi ise, izlenen liberal politikaların, ulus devletlerin politika üretme iktidarının önüne geçerek bir bakıma yeni medya ve iletişim teknolojilerinin ulus devletler yerine küresel bir medya yönetimi üzerinden gerçekleştirilmesine yol açmaktadır. Öyle ki; kota düzenlemeleri, yayıncılığın sorumluluğu, kamu hizmeti yayıncılığının ulus devletler tarafından finanse edilmesi bağlamında oldukça “anamlı” bir dizi engel geliştirilmiştir. GATS antlaşmalarının bu boyutu daha çok Avrupa Birliği ve ulus devletlerin politika iktidarı ile ilişkilidir.

Telekomünikasyon sektöründe serbestleştirme, kuralsızlaştırma ve özelleştirmeleri kapsayan liberalleştirme, gündemi kesin çizgileriyle ilk kez belirlenmiştir. O kadar ki, GATS antlaşmalarının dördüncü protokolü bugün dünyada telekomünikasyon servislerindeki ticaretin %90'ından daha da fazlasını doğrudan etkilemektedir. Avrupa Birliği üyeleri veya diğer ulus-üstü örgütlenmelerde benzeri taahhütlerin bulunmadığı düşünüldüğünde GATS antlaşmalarının önemi daha da açık hale gelmektedir (Christou ve Simpson, 2007: 154; Puppis, 2008: 411). GATS antlaşmalarının Avrupa Birliği'ni anlamlı bir biçimde etkilediği de gözlenmektedir. O kadar ki; söz konusu etki Avrupa Birliği'nin pratikte politika uygulamaları ve söylemleri arasında anlamlı bir gerilimin oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Birliğin pratikte izlediği yeni medya ve iletişim teknolojileri alanındaki liberalleştirme politikası ile ortak bir Avrupalılık inşası bağlamında izlediği “kültürel çoğulculuk” söylemi arasında bir gerilimin doğduğu açıktır. Avrupa Birliği'nin endüstriyel çıkarları gereği, medya ve iletişim teknolojileri alanında kültürel çoğulculuktan çok liberalleştirme (özelleştirme) politikalarına ağırlık verdiği belirtilmelidir. Dolayısıyla, Avrupa Birliği medya ve iletişim teknolojileri alanında GATS anlaşmalarında öngörülen politikaları yeniden üreten bir konuma doğru sürüklenmektedir. Avrupa Yayıncılık Birliği'nin 2003 yılında gerçekleştirdiği bir çalışmada,

böylesi bir liberalleştirme programının yalnızca gelecekteki politika üretme pratiklerini değil, belki daha da önemli olarak, Avrupa Birliği'nin bugünkü yayıncılık modelini de yok etmeye doğru ilerlediğini belirlemiştir (aktaran Puppis, 2008: 415). GATS antlaşmalarının bir diğer açılımı ise “fikri haklar” üzerine getirilmiştir. *The Agreement on Trade – Related Aspects of Intellectual Property Rights* antlaşmaları, fikri hakların dünya ticaret rejimi ilkelerince yönetilmesini içermektedir. Dünya Ticaret Örgütü tarafından yapılan diğer antlaşmalarda olduğu gibi, taraf olan devletlerin bu alandaki diğer antlaşmalarını sona erdirmekte ve fikri hakları bir bakıma pazarda alınabilir – satılabilir bir meta haline getirmektedir. Özellikle yeni bir ticareti başlatabilen ve çok uluslu şirketlerin çıkarlarını korumayı amaçlayan söz konusu antlaşma, ulus-devletin politika üretme iktidarının altını oymaktadır. Ancak enformasyon teknolojileri ve fikri haklar, farklı çalışmaların özel gündemini oluşturmaktadır.

Neo-liberal politikalarca ulus devletin giderek nasıl da ulus-ötesi şirketlerin hegemonya alanına itildiğini anlamlandırmak için Türkiye deneyimi oldukça anlamlı bir zemin oluşturmaktadır. Türkiye; bir yandan, yeni birikim düzenine hazırlıksız ve bir dizi politika üretme aracını henüz başlangıcından itibaren kaybederek girmiştir. Öte yandan da, Avrupa Birliği gibi ulus-üstü siyasal bir hegemonya projesine, “sözde”<sup>xiii</sup> yapısal uyum programları ile farklı bir nehrin yatağına sürüklenen bir ülke haline getirilmiştir. Türkiye'nin, telekomünikasyon alanındaki dönüşüm sürecini iç dinamikleriyle değil de, daha çok dış dinamiklerden kaynaklanan unsurlarla oluşturduğu, bu nedenle de bir yandan yeni birikim düzeni bağlamında ABD'nin ve öte yandan Avrupa Birliği'nin hegemonyasında kalarak politika üretme iktidarını henüz başından itibaren kaybettiği söylenmelidir.

### **Neo Liberalizmin Uğrağı Olarak Türkiye**

Neo liberalizmin hegemonya uğrakları arasında Türkiye'nin, yalnızca 1980'li yıllardan itibaren eklemlemeye çalıştığı, kapitalizmin yeni birikim düzeni bağlamında değil bununla birlikte söz konusu eklemleme sürecinde ulus devlete ve ulusal politikalara dair iktidarını elinden kaybeden bir ülke olarak da özel bir yeri bulunmaktadır. O kadar ki, Fikret Şenes'in (2004: 20) belirlediği gibi; küresel sermayenin Türkiye'deki olanaklara erişmesinde belirleyici olgu 1980 tarihli askeri darbe olmuştur. Askeri darbenin sağladığı; toplumsal sınıflar arasındaki uzlaşımın bozulması, sendikaların kapatılması, sermayenin vahşi kapitalizm dönemindeki uygulamalara dönüşü, kamuda sözleşmeli personel uygulamasına geçilmesiyle çalışma uyumunun yok edilmesi gibi bir dizi politika Türkiye'nin küresel sermayenin hegemonyası tarafından yönlendirilen bir ülke haline getirmiştir. Öte yandan yine söz konusu dönemde, etkisi uzun süren bir güçler ittifakının da olduğu gözlenir. Fikret Şenes (2004: 20), sözü edilen ittifakın temel aktörlerinin, ülkede belirli bir hegomonik konuma ulaşan ve verili koşullarda bu konumun devamlılığını sağlayamayan büyük ölçekli sermaye; siyasal temsil krizi yaşayan ve toplumsal muhalefet karşısında güç kaybeden devlet ve siyasal yapılar; ve dünya ölçeğinde piyasa yönelimli yeniden yapılanmanın ve sermayenin aktörleri olan Dünya Bankası ve IMF'den oluştuğunu belirler.

Türkiye için “güçlü devlet ve serbest piyasa mantığı” dolayımında biçimlenen güçler ittifakı, aslında, kesişen çıkarları bağlamında devletin de yeniden biçimlenmesini, kapitalist sermaye birikiminin değişen doğasına uygun bir devlet formasyonunun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ancak söz konusu hegemonya mücadelesi bir yandan devletin verili toplumsal muhalefeti önleyebilmesi için sahip olduğu şiddet tekeline harekete geçirirken, diğer yandan yeniden yapılanma ihtiyacı içerisindeki sermayenin çıkarlarını 24 Ocak 1980 ekonomik istikrar kararları ile karşılamayı hedeflemiştir. 24 Ocak 1980 tarihli ekonomik istikrar kararları devletin ekonomik krizden çıkmasını sağlayacak sınırlı bir istikrar paketi olarak değil, yeni

birikim düzeni içerisinde devlet biçimini yeni baştan yapılandıran ve sermayenin hegemonyasında bir devleti oluşturan düzenlemeler olarak anlaşılmalıdır. Gülten Kazgan'ın (2002: 123) belirttiği gibi, 24 Ocak Kararları, Türkiye için tepeden inmece bir ideoloji değişimi getirmektedir. Avamlaştırılmış liberal ideolojiyi insanlara aşılama, değer yargılarını buna göre değiştirme ile yeni bir insan tipi yaratarak avamlaştırılmış ideolojiyle ekonomiyi yeniden yapılandırma kampanyasına dönüştürmüştür. 24 Ocak Kararları ile temelleri atılan, hurafelerle yoğrulmuş tarikat inançlarını yaygınlaştıracak kurumları, yapılanmaları özgürleştiren siyasal açılımlar gerçekleştirilmiştir (Kazgan, 2002: 123). Toplumda ikili yapıyı pekiştirecek, bölünmeleri derinleştirecek uygulamaların 2009 yılı Türkiye'sinde "laiklik karşıtı eylemlerin odağı olması", ancak kapatılma cezası yerine hazine yardımlarının kesilmesiyle cezalandırılan siyasal iktidarların oluşmasındaki etkisi sorgulanmalıdır. Gerçekten de, Türkiye'de enformasyon ve iletişim teknolojilerine dair politikaların, tam da sermaye birikimindeki değişime koşut olarak devlet yapısındaki değişim adına okunması gereken özel bir uğrağı oluşturduğu dikkat çekmektedir.

### **İletişim Teknolojileri Politikaları ve Türkiye**

Türkiye, neo-liberal tahribatı anlamlandırmaya dair bir çaba için, en azından iki nedenden ötürü, özel bir yere sahiptir. İlk neden, neo-liberalizmin, 1980'lerden itibaren, ülkenin sermaye birikim modelinin yanı sıra resmi ideolojisini de belirleyen neredeyse tek kaynak haline gelmesidir. Üstelik Türkiye'nin siyasal tarihine bakıldığında, 1980'lerden bugüne değin iktidar partilerindeki değişimin, tıpkı Türkiye kapitalizminin çelişkili sürekliliğindeki gibi, ekonomi politik alanda yaşanmadığı belirtilmelidir. Öyle ki; Türkiye'nin 1980'lerin hemen başında liberal ve merkez sağ partilerinin elinde yürütülen yeni sağ politikalarının, Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerinin ardından seçilmiş bir çoğunluk olarak siyasal İslam'ı referans alan ve bu nedenle de Anayasa Mahkemesi tarafından, hazine yardımlarının, ancak bir kısmının kesilmesiyle, cezalandırılan iktidar partisi eliyle sürdürülmektedir.

Neo-liberal politikalar içerisinde Türkiye'nin özel olarak düşünülmesini gerektiren ikinci neden ise, yine 1980'li yıllardan itibaren bir yandan Amerika Birleşik Devletleri öte yandan Avrupa Birliği'nin sarmalında bir ülke olması bağlamında ortaya çıkmaktadır. Dweyne Winseck'in (2002b: 406) belirlediği gibi, Türkiye, İnsan Hakları Evrensel Beyannameyi veya Uluslararası Siyasal ve Bireysel Özgürlükler Sözleşmesi gibi, çok temel antlaşmaları onaylamaktan dahi kaçınan, ancak yeni medya ve iletişim teknolojilerini piyasa güçlerine açan ülkeler liginde yer almaktadır. Türkiye ile birlikte aynı ligi, Antik ve Barbuda, Bangladeş, Brunei, Gana, Endonezya, Malezya, Pakistan, Papua Yeni Gine ve söz konusu antlaşmaları kısmen onaylayan Çin Halk Cumhuriyeti paylaşmaktadır. Türkiye'nin ekonomi politikalarında 1980 sonrasında değişimin iletişim politikaları alanındaki yansımalarını okumak, en azından, iki temel soruyu yeniden, ancak bu kez farklı bir gözle, cevaplandırmayı gerektirir. İlk soru; kamu politikalarının hedef kitlenin yapısal ihtiyaçları ve getirilen düzenlemelerin kamusal yarar ve kamu çıkarı kavramları ile ilişkisini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. İkinci soru ise, bir ülkenin enformasyon ve iletişim teknolojilerinin getirilerinden nasıl yararlanabileceğini anlamlandırmayı amaçlamaktadır. Türkiye'yi, enformasyon ve iletişim teknolojileri özelinde değerlendirmeyi amaçlayan bu çalışma için, söz konusu sorular şu şekilde belirlenmiştir.

- Türkiye'de egemen politika üretme süreçleri içerisinde bakıldığında kamusal yarar ve kamu çıkarı kavramları nasıl yer almaktadır?
- Bir ülkenin enformasyon teknolojilerinden yararlanabilmesinin ön koşulları nelerdir?

Mansell ve When (1998: 192'den aktaran Başaran, 2004: 15), bir ülkenin enformasyon ve iletişim teknolojilerinin getirilerinden yararlanabilmesi için, ilki bir enformasyon alt yapısına sahip olmak ve ikincisi bu alt yapıdan yerel ihtiyaçları gidermek üzere yararlanabilecek uygulamaların geliştirilmesi ile söz konusu oluşumları mümkün kılan bir yaratma ve yönetme kapasitesi olmak üzere bir dizi önkoşulun olduğunu belirtmektedir. Ancak Türkiye özelinden bakıldığında henüz 1990'lı yılların başından itibaren, ulusal yenilik yaratma ve yönetme yeteneğinde yaşanan bir erozyonun egemenliği daha da bir açığa çıkmaktadır. Türkiye'nin, Avrupa Birliği ile bu açıdan karşılaştırılması oldukça anlamlı sonuçlar vermektedir. Maria Michalis (1999: 150), Avrupa Birliği telekomünikasyon politikalarını, birbirleriyle ilişkili, üç önemli ilke tarafından belirlendiğini saptamıştır. Bu ilkeler: 1. Teknolojik ve endüstriyel politika sorunları, örneğin bütünleşmiş servisler, sayısal şebekeler vb. 2. Sektör için bütünleşmiş bir iç pazarın kurulması ve pazarda yer alan "oyuncular" için uyumun sağlanması 3. Özel ve spesifik programlarla söz konusu sektörün desteklenmesidir. Bu bağlamda, ESRIT (Enformasyon Teknolojilerinde Araştırma ve Geliştirme için Avrupa Stratejik Programı) ile RACE (Avrupa'da İleri İletişim Teknolojileri için Araştırma ve Geliştirme Projesi), ulusal yeniliğin sağlanması adına özel düzenlemeler olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye'de ise, ulusal yenilik yaratma yeteneğini geliştirme ve teknolojiye dışa bağımlılığı kırma yolunda PTT ve TÜBİTAK arasında sayısal teknolojiyi geliştirme amacıyla, 1974 yılında imzalanan sözleşmenin üzerinden geçen sınırlı bir süre içerisinde tamamen yürürlükten kaldırılması dikkat çekmektedir. O kadar ki, Türkiye yeni birikim düzenine eklenme dönemi içerisinde, özellikle Turgut Özal iktidarı ile başlayan dönem içerisinde, ulusal yenilik yaratma kapasitesinin geliştirilmesinden de ulusal enformasyon alt yapısının kurulması ve yönetilmesinden de keskin bir şekilde uzaklaş(tırıl)mıştır. Örneğin, Bilim ve Teknolojide Atılım Projesi (1995), ulusal sanayi kuruluşlarına araştırma – geliştirme yardımı kararları (1995) uygulamaya konulduktan sonraki ilk yıl içerisinde yürürlükten kaldırılmıştır. 13 Aralık 2000 tarihinde Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun, Devlet İhale Kanunu'na göre yapılan kamu satın alımlarında, satın alma bedeli üzerinden, katma değer vergisi hariç olmak üzere, yüzde birinin araştırma–geliştirme faaliyetlerinin desteklenmesi amacıyla ayrılması gibi ilkeler ise hayata geçiril(e)memiştir (aktaran Törenli, 2005: 22). Bütün bunlara rağmen, Türkiye'yi, enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında ulusal yenilik yaratma ve yönetme kapasitesini kaybeden bir ülke olarak değil, kapitalist sermaye birikim düzeninin yeni yasaları doğrultusunda, böylesi bir yeterliliği kazanmak istemeyen bir ülke olarak değerlendirmek daha doğru olacaktır. O kadar ki, Bilim ve Teknolojide atılım projesini gerçekleştirebilmenin önemli bir adımı olarak hazırlanan **TUENA** (Ulusal Enformasyon Alt Yapısı Ana Planı) projesinin ülke gündeminden düşürülmesi tam da enformasyon ve iletişim teknolojilerine sahip olmama yönündeki tutumu ortaya çıkartmaktadır. Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun 20 Aralık 1999 tarihindeki toplantısında, Türkiye'nin ulusal enformasyon alt yapısı ana planının, Ulusal Bilgi Teknolojileri Konseyi tarafından uygulanması ve izlenmesi kararı dönemin Başbakanlık Genelgesi'nde yer almamış ve kamuoyunun gündeminden düş(ürül)müştür. TUENA projesi sonuç raporunda da belirtildiği gibi, plan, enformasyon ve iletişim teknolojileri alt yapısının kurulmasında ve enformasyon hizmetlerinin üretilmesinde yerli teknolojinin geliştirilmesi ile iletişim teknolojileri ve enformasyon hizmetlerinde iç talep yaratılarak, ülkenin yetkinleştirilmesini hedeflemekteydi (Törenli, 2005: 23, TUENA sonuç raporu, 1999: 85). Ulusal enformasyon alt yapısı planının reddedilmesiyle birlikte; Türkiye, Dünya Bankası'nın 1993 tarihinde hükümet ile birlikte hazırladığı "Türkiye: Enformatik Sistemler ve Ekonomik Modernleşme Raporu"nu (Törenli, 2005: 23) izlemeye başladı. Ancak söz konusu raporun Türkiye'ye biçtiği rol, teknolojinin üreticisi olmak değil sadece enformasyon ve iletişim teknolojilerinin kullanıcısı, açıkça

söylendiğinde ithalatçısı, olmalı. Raporun ardından Türkiye, enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında yerli sanayisini ve iç pazarını geliştirmek bir yana, giderek o güne değin sahip olduğu teknolojik alt yapı üretebilecek kurumlarını dahi, bütçe açıklarını yamamak için, özelleştirerek birbiri ardına kaybetti. 1999 ekonomik krizinin ardından PTT'nin parçalanması, telekomünikasyon ve posta hizmetlerinin birbirinden ayrılması, telekomünikasyon hizmetlerinin özelleştirilmesi yönünde geçici bir şirketin oluşturulması, yurt içi telefon görüşmesi ücretlerinin daha ucuz koşullarda sürdürülebilmesi için uygulanan çapraz sübvansiyon uygulamasının kaldırılması, iletişim teknolojileri ve enformasyon sektöründe yerli sanayinin payının azaltılması önemli örnekler olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'nin enformasyon ve iletişim politikalarındaki tarihi, aslında, enformasyon ve teknoloji alanında geri bırakılmışlığın tarihi olarak okumak gerekmektedir. Ancak, Türkiye'de enformasyon ve iletişim teknolojileri politikaları alanında gerçekleştirdiği Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin özelleştirilmesi hem söz konusu "geri bırakılmışlık" sürecine eklenen anlam, hem de yapılan özelleştirmenin ilk kez devlet tekelinden özel bir kartel oluşumuna doğru izlediği süreç açısından oldukça anlamlıdır. Bütün bunların yanı sıra, Türkiye bütçe açıklarını özelleştirmelerle kapatmayı amaçlayan ekonomi politikasını sürdürürken, yapılan özelleştirmelerin giderek, devlet iktidarını kaybettiren düzenlemeleri de hayata geçirmektedir.

### **Türkiye ve Telekomünikasyon Alt Yapısının Özelleştirilmesi**

Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin, Türkiye'nin yerleşik, ilk ve tek telekomünikasyon operatörü olduğu dikkate alındığında 24.08.2005 tarihindeki özelleştirme operasyonunun, ulusal enformasyon ve iletişim teknolojileri alanındaki yansıması ve ulus-devlet iktidarının nasıl da elinden alındığını anlamlandırmak zor değildir. Gerçekten de, ekonomik büyüklüğü ve işlevselliği açısından dünyanın 13. Avrupa'nın 5. sırasındaki telekomünikasyon operatörünün özelleştirilmesi, aslında, ülkenin enformasyon teknolojilerine dair tek unsurunu da elinden kaybetmesi olarak görülmelidir. Bununla birlikte, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin özelleştirilmesi, daha çok siyasal iktidarın özelleştirme sürecindeki tutumu ve bu doğrultuda gerçekleştirdiği, yine Türkiye'de ilk kez bir özelleştirme operasyonunda yapılan, bir dizi değişimin sonuçlarını yansıtmaktadır. O kadar ki, dönemin siyasi iktidarı olan Adalet ve Kalkınma Partisi'nin, özelleştirmenin tarafları arasında konumlandığı, üstelik Türkiye Cumhuriyeti tarihinde ilk kez gerçekleştirilen, bir dizi düzenlemeden anlaşılmaktadır. Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'ni özelleştirme operasyonu, diğer özelleştirmelerden farklı olarak, 406 Sayılı Kanun çerçevesinde yapılmıştır. Böylesi bir farklılık ise, siyasal iktidarın özelleştirme süreci üzerinde doğrudan bir denetim gücüne sahip olmasını sağlamıştır. Başbakanlık Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı ve Ulaştırma Bakanlığı üyelerinden oluşturulan özelleştirme komisyonu, siyasal iktidarın, özelleştirme sürecindeki etkisini belirlemektedir. Ancak, özelleştirme için bir yol haritası, 2006 yılına değin belirlenmemiştir. O kadar ki, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin blok satışı için iki kez ihaleye çıkılmış, ancak yeterince talep bulunamamıştır. Bunun üzerine 2003 yılı Nisan ayı içerisinde hükümet tarafından, üstelik birbiriyle önemli ölçüde farklı, iki seçeneğin eş zamanlı olarak yürütülmesine karar verilmiştir. Birbirinden oldukça farklı iki yöntem, halka arz ile şirketin %51'inin blok satışlarıdır. 2004 yılından itibaren, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin blok satış yöntemi ile satılması, kalan hisselerin ise halka arzına karar verilmiştir. Bununla birlikte, Türkiye'nin enformasyon ve iletişim teknolojileri alanındaki tek kamu kurumunun satılması sürecini, diğer özelleştirme operasyonlarından farklı olarak, ilk kez gerçekleştirilen bir dizi düzenlemenin belirlediği gözlenmektedir. Türk Telekom'un özelleştirme operasyonu boyunca gerçekleştirilen "özel" düzenlemeler şöyle gerçekleştirilmiştir: a) yabancılara yönelik sermaye sınırlandırılmasının kaldırılması ve devletin elinde bulunması gereken "altın hisse" oranının kapsamının çok daha

sınırlandırılması: Altın hisse oranı, özelleştirilen kamu kuruluşlarında devletin denetim gücünü düzenleyen önemli bir hisse oranı iken, Türk Telekom özelleştirilmesinde yer verilmemiştir; b) Türk Telekom'un sorunlu alacaklarına ilişkin düzenlemelerin yapılması: Bu düzenlemeler, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin hizmet zararları olarak öne çıkmaktadır. Türk Telekom'un satılmasından önce, o güne değin zarara yol açan borçlarının, tasfiye edilmek istenmesi, satın alacak olan sermaye grubuna borçsuz bir kamu kurumu devretmek anlayışından kaynaklanmaktadır; c) Daha önce hiçbir özelleştirme operasyonunda özel bir madde olarak düzenlenmeyen bir diğer madde ise, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin %100'ünün satılabilmesidir; d) Özelleştirilen şirkette, kamu payının %50'nin de altına düşmesiyle birlikte, asli ve sürekli görevlerde çalışan personelin devirden sonraki bir ay içerisinde başka kurum ve kuruluşlara nakledilmek üzere Devlet Personel Başkanlığı'na bildirilmesi ise bir diğer maddeyi oluşturmaktadır. Özelleştirilen kamu kurumlarındaki personelin diğer kurum ve kuruluşlara gönderilmesi, hem emek üzerindeki tahakkümü hem de söz konusu personelin özlük hakları sorunlarına yol açmaktadır; e) Şirket üzerindeki çeşitli vergi yükümlülüklerinin kaldırılması ise özel düzenlemelerin son maddesini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin kamu yararlı, Deprem Afet Fonu, Sivil Savunma Fonu, Milli Prodüktivite Merkezi, Türk Standartlar Enstitüsü gibi, bir dizi kuruma ödediği verginin kesilmesi ve satın alacak olan şirkete kamu yararına ilişkin hiçbir düzenlemenin gerçekleştirilmemesi dikkat çekmektedir (www.tk.gov.tr, 2009: 8).

Bakanlar Kurulu tarafından gerçekleştirilen, sözü edilen düzenlemelerin ardından Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin 15.10.2004 tarihinde, şirket hisselerinin %55'inin blok olarak satılması kararlaştırılarak duyuruların yapılması aşamasına geçilmiştir. 25.11.2004 tarihinde yerli ve yabancı medya kuruluşlarında ihale ilanı yayınlanır ve ihale, 1.07.2005 tarihinde sonuçlanır. Türk Telekom için, ulus-ötesi 4 büyük sermaye grubu teklif verir ve şirket, en yüksek teklifi veren Suudi Arabistan sermayeli Oger Telecom Ortak Girişim Grubu'na 6 milyar 550 milyon dolara satılır. İkinci büyük grup ise 6 milyar 500 milyon dolar teklif veren İtalyan sermayeli Etisalat ve Çalık Ortak Girişim Grubudur. Çalık Grubu'nun sonraki dönemlerde Türkiye'nin ikinci büyük medya grubu olan Sabah-ATV Grubu'nu satın aldığını belirtmek gerekir. Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin gerçekte bedelinin altında satıldığına ve Türkiye'nin enformasyon ve iletişim teknolojilerindeki tek kamu şirketinin yine kamu kaynaklarıyla özel bir iletişim tekeline "devredildiğine" ilişkin görüşler yaygındır. Örneğin Can Önder (2005: 1), Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin değer/maliyet hesaplarını daha önce bir dizi yolsuzluk olayına karışan Arthur Andersen Danışmanlık Şirketi'nin yaptığını ve gerçeği yansıtmadığını belirlemiştir. O kadar ki Önder, Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin 2003 yılındaki kârı 2.16 katrilyon Türk Lirası iken, özelleştirme sonucunda satın alan Oger Telecom Ortak Girişim Grubu'nun bütün bir şirketi, yaklaşık 3 yıllık kârına ve 5 taksitte satın aldığını saptamıştır. Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin özelleştirilmesi, özelleştirmenin sonuçları ile Türkiye'nin enformasyon ve iletişim teknolojileri alt yapısına yansımaları bağlamında da okunmalıdır.

### **Özelleştirmenin Ardından Türkiye'de Enformasyon ve İletişim Alt Yapısı**

Türk Telekomünikasyon Anonim Şirketi'nin özelleştirilmesi, Türkiye'nin yalnızca enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında sahip olduğu tek ulusal şirketinin satılması ve yerine özel bir kartelin geçmesi ile değil, enformasyon ve iletişim teknolojisi alanında dışarıya bağımlılığı giderek artan bir ülkeye dönüşmesi bağlamında da dikkat çekmektedir. Şirketin satılmasının ardından bir kamu tekelinin yerine bu kez de, devlet eliyle meydana getirilen özel bir tekel ile kartel oluşumuna açık, kırılabilir bir telekomünikasyon sektörü bırakılmıştır. Türk

Telekom, enformasyon ve iletişim teknolojileri sektöründe girdiği mülkiyet yoğunlaşması ve piyasadaki egemen gücünün yanı sıra, ulusal enformasyon alt yapısına tek başına sahip olması nedeniyle de sözü edilen sektörde rekabetin oluşması önündeki temel bir engel olarak dikkat çekmektedir. O kadar ki, Telekomünikasyon Kurumu tarafından hazırlanan raporda (www.tk.gov.tr), alternatif telekomünikasyon firmalarının kiralık devreler, data hatları ve internet açısından Türk Telekom ve TT Net'e "muhtaç" hale getirildiği belirlenmiştir. Bu bağlamda, yapılan özelleştirmenin, Türkiye'de enformasyon ve iletişim teknolojileri pazarının geliştirilmesini engellediği açıktır. Özelleştirme sürecinin ardından bir diğer önemli gelişme ise, yasal düzenlemelerin Türk Telekom ve iştirakleri için boş bırakılan, daha doğru bir ifadeyle, orman yasalarına terk edilen şirketleşmiş yapısıdır. Türkiye'de, Amerika Birleşik Devletleri'nin 1996 yılındaki "**Telecommunication Act**", Avrupa Birliği'nin ise 1998 yılındaki "**Green Paper**" ile yasal olarak düzenledikleri (Michalis, 1999: 163) yakınsamaya ilişkin yasal düzenlemelerini gerçekleştirmemesinden kaynaklanan bir dizi sorunla karşılaşmaktadır. Çünkü yakınsama tek başına teknoloji ve pazar arasındaki sınırların belirsizleşmesi, eski sınırların kalkması değildir. Aksine medyada çoğulculuk, kültürel çeşitlilik, yeni mesleklerin oluşması, sosyal ve bölgesel uyum ile demokratik bir toplum anlayışının gelişmesini yakınsama belirlemektedir. Türkiye'de ise; Türk Telekom'un şirket iştiraklerine bakıldığında, medyada çoğulculuk ve kültürel çeşitlilik kavramlarını yok eden bir yapılanma gözlenmektedir. Türk Telekom, sektörün gelişmesini engelleme tehdidinin yanı sıra TT Net, Argela, Innova, Assist, IES şirketlerinin doğrudan sahibidir. Bunun yanı sıra, Avea ve yurt dışında telekomünikasyon operatörlüğü gerçekleştiren CETELL şirketlerinin kontrol hisselerine sahiptir. Argela'nın yazılım, Innova'nın bilgi ve iletişim teknolojileri, Assist TT'nin müşteri hizmetleri ve merkezi yönetimi, IES'in eğitim içerikleri, TT Net'in ise perakende seviyede internet erişim hizmeti yaptığı gözlenmektedir. Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin alt yapısı ile söz konusu alt yapının kültürel bileşenlerini tek bir şirketin üretmesi medyada çeşitliliği sınırlandırdığı gibi daha da önemlisi kültürel çoğulculuk kavramını da yok edebilecek bir potansiyele sahiptir. Türk Telekom'a alternatif olabilecek, kablo alt yapısı vb. sektörlerin geliştirilmemiş olduğu da dikkate alındığında, "tehdit" daha da bir anlamlı hale gelmektedir. Bununla birlikte, özelleştirmenin piyasa yapısı üzerindeki etkisinin yanı sıra, tüketici üzerindeki etkileri de ele alınmalıdır. Türkiye'de, enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında pazar yapısının değişmemesine ve 2005 yılından itibaren sektörde yeni yatırımların gerçekleştirilmemesine rağmen, Türk Telekom ve 3 GSM firmasının, abone başına elde edilen net kazancı gösteren, "arpu" değerlerindeki artış olarak öne çıkmaktadır. 2005 yılındaki 13 dolardan, 2007 yılında 27 dolar seviyesine yükselen arpu (www.tk.gov.tr) değeri, aslında, tüketicinin aynı hizmet kalitesine daha fazla bedel ödemesi anlamına gelmektedir. Türkiye'nin enformasyon ve iletişim teknolojilerinde dışarıya bağımlı yapısı nedeniyle, tüketici tercihleri çoğu kez dikkate dahi alınmamakta ve döviz fiyatlarındaki değişim, tüketicinin her geçen gün daha da fazla bedel ödemesine yol açmaktadır. Türkiye'de tüketicinin alternatiflere sahip olmadığı ve iletişim teknolojileri pazarının kırılgan yapısı nedeniyle giderek tercih haklarını daha da çok kaybedeceği görülmektedir.

## Sonuç

Türkiye'nin 1980'lerden itibaren, üstelik içsel dinamikleri ve ihtiyaçlarından daha çok dışsal dinamiklerin yönlendirdiği, bir dizi yapısal programla eklemelenmeye çalıştığı neo-liberalizmin, gerçekte, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru tek taraflı bir bağımlılık yaratan, çifte standartları içeren bir doğasının olduğu oldukça açıktır. Bu yönüyle, klasik liberalizmin "bırakınız yapsınlar" anlayışını içeren, vahşi kapitalist düzene geri dönüşü düşündüren bir dizi uygulama bulunmaktadır. O kadar ki, neo-liberal politikaların bu kez de ulus ötesi bağlamda vahşi kapitalist dönem uygulamalarını yeniden ürettiği gözlenmektedir.



Enformasyon ve iletişim teknolojisi alt yapısının küresel piyasa mantığı içerisinde yönetilmesini amaçlayan GATT, GATS, MAI (*Multinational Agreement on Investment*), TRIPS ve uluslararası tahkim gibi bir dizi politika aracı çok uluslu sermayenin hegemonyası için açık bir küresel piyasa oluşturmaktayken, gelişmekte olan ülkeler sınırlandırılmakta hatta ulus devlet giderek tasfiye edilmektedir. Enformasyon ve iletişim teknolojisi alt yapısı, ulus-ötesi düzenlemelere meşruiyet kazandıran politikalarla ticari antlaşmaların önemli bir bölümü haline getirilmekte ve gelişmekte olan ülkelere, üstelik ulusal politikaların tasfiye edildiği bir dizi düzenlemeyle sunulmaktadır. Küresel olarak yönetilen enformasyon ve iletişim teknolojileri pazarı ise, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki “teknolojik farkın” kapatılması bir yana giderek tek taraflı bir bağımlılık yaratacak derecede derinleştirilmektedir. O kadar ki, küresel piyasa ve çok uluslu şirketler döneminde kültürel emperyalizm ve sömürgecilğin yeniden ancak bu kez farklı bağlamlar içerisinde düşünülmesi oldukça anlamlı bir çaba olarak öne çıkmaktadır. Gelişmiş ülkelerin enformasyon ve iletişim teknolojileri alt yapısı üstünlüğünü kullanarak küresel bir kontrol mekanizması oluşturması ve gelişmekte olan ülkelerle gerçekleştirilen ticari ilişkiler, gelişmekte olan ülkelerin toprak, iş gücü ve hammadde gibi yenilenmesi zor kaynaklarının sömürüsüne yol açmaktadır. O kadar ki; neo-liberal politikalar eşliğinde gelişmekte olan ülkelere serbestleşme, özgürleşme, kaliteli, hızlı, ucuz ve verimli hizmet sunumu gibi söylemler eşliğinde dayatılan uluslararası yeni birikim düzeni, küreselleşme sürecinin kuşatıcı ve sömürgeleştirici etkisini anlamlı bir biçimde gizlemektedir. Neo-liberal politikaların bir uğrağı olarak, Türkiye’nin de 1980’li yıllardan itibaren “farklı bir nehrin yatağında” yüzmeye başladığı gözlenir. Türkiye kapitalizminin bir dizi ittifak kurarak oluşturduğu “tarihsel” blokun baskısıyla “ithal ikameci sermaye birikim” modelinden, sözde “ihracata dayalı” birikim modeli ile kapitalizmin yeni birikim düzenine uydurmaya çalıştığı adımları, en az diğer alanlarda olduğu kadar, enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında da birbiri ardına yaşanan kayıplara yol açmıştır. Dünya Bankası’nın 1993 yılındaki raporunda Türkiye’ye biçilen rol, enformasyon ve iletişim teknolojilerinde ulusal yenilik yaratma ve yönetme kapasitesini kaybeden bir ülkeyi daha da görünür kılmıştır. İletişim teknolojilerinde yerli sanayisini kurmak ve geliştirmek yerine dışa bağımlılığını bir bakıma çelişkili bir süreklilik içerisinde sürdüren Türkiye, özelleştirme sonrasında ulusal enformasyon alt yapısını dahi kaybetmiştir. Özelleştirmenin ardından, bölgeler arasında varolan sayısal eşitsizlik, hizmet ulaştırılmadığı için, giderek daha da derinleşmektedir. Oysa 2003 yılında Birleşmiş Milletler’in girişimi ile bilgi toplumuna dönüşüm ile enformasyon ve iletişim teknolojileri potansiyellerinin tartışıldığı Dünya Bilgi Toplumu Zirvesi’nin “Türkiye Katkısı” özel bölümünde, enformasyon hizmetlerine erişimin gelişmiş ülkelere daha çok, gelişmekte olan ülkeler için yaşamsal bir sorun olduğu vurgulanmaktaydı. Bilgi toplumuna dönüşüm için toplumun tüm kesimlerinin evrensel hizmetlere eşit ölçüde ve eşit erişim gücüyle katılması gerektiği vurgusuna rağmen, Türkiye alt yapı hizmetlerini bir bakıma tek bir şirketin “insafına” terk etmiştir. Türk Telekom, alt yapı açısından dünyanın 13. Avrupa’nın ise 5. büyük sabit telefon operatörü olmasının dışında, Avea’nın da %81 oranındaki hissesini elinde bulundurmakla sabit ve mobil telefon, veri ve internet hizmetlerinde ülkenin geleceğini belirleme gücüne sahiptir. Üstelik diğer operatörlerin alt yapı hizmetlerinde piyasaya giriş koşullarını önemli ölçüde belirlediği de dikkate alınmalıdır. Türkiye’nin bir “bilgi toplumuna” dönüşmesi sözü edilen bütün bu etkenlerden ötürü oldukça güç görünmektedir ki, bu durum 30 Temmuz 2009’da Türkiye’nin neredeyse dünya sonuncusu olarak, “Uluslararası Telekomünikasyon Birliği – 2000” veya daha da bilinen ismi ile 3G standartlarına geçişiyle daha net ortaya çıkmıştır. Japonya’da 2001, Avrupa Birliği’nde ise 2003 yılından itibaren kullanıma sunulan hizmetler, Türkiye’de ancak 2009 yılında sunulabilmektedir. Türk Telekomünikasyon Kurumu’nun 7 Eylül 2007 yılında açtığı 3. Nesil lisans ihalesi, ihaleye tek bir operatörün katılması, diğerlerinin ise numara taşınabilirliği olmaksızın ihalelere katılmayacaklarını bildirmesi üzerine iptal edilmiştir. İkinci ihale dönemi

ancak 5 Haziran 2008 tarihinde başlamıştır. İhale süreci 2009 başında tamamlanabilmiş, Temmuz ayının sonunda da yeni hizmet dönemi başlamıştır. Türkiye bu teknolojiye Angola, Özbekistan, Ermenistan, Nijerya, Nikaragua ve Suriye'den sonra dünyanın 121. ülkesi olarak geçebilmiştir. Söz konusu standartlara geçiş dönemindeki problemlerin yanı sıra, Türkiye'nin daha da bir önemli sorunu, söz konusu standartların nasıl geliştirileceği ve yeni iletişim teknolojileri bileşenleri olan yeni medyanın nasıl yönetilebileceğidir. Türkiye için, 3G ihalesinin ardından geleneksel olarak birbirinden ayrı sektörler halinde düzenlenen hizmetlerin ortak bir platformdan verilmesi, yaygın ismi ile yakınsama (*convergenecy*), geçmişte ayrı teknoloji, piyasa veya politikalarla tanımlanan endüstriyel yapıları bir araya getiren kapasitenin yönetilebilirliğine dair önemli soruları da birbiri ardına getirecektir. Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri'nin politika pratikleri arasında da bir dizi farklılığın gözlemlendiği, yakınsamanın nasıl yönetilebileceği Türkiye için belirgin değildir. Geçmişte birbirinden ayrı politikalarla tanımlanabilen yayıncılık ve telekomünikasyon sektörleri arasındaki sınırların giderek birbiri içerisinde erimesi yeni politikaların ve yeni kurumların hazırlanmasını dayatacaktır. Ancak, Türkiye'nin, henüz geleneksel yayıncılık sektöründe kurallarını geliştiremediği, frekans tahsislerini yapamadığı, 4756 sayılı Yasa ile değişik 3984 sayılı Yasa'da düzenlenen medya mülkiyeti ve tazminat cezalarının Anayasa Mahkemesi tarafından iptal edilmesine rağmen hükümetin yeni bir yasal düzenleme getirmemiş olduğu düşünüldüğünde, yeni medyaya dair düzenlemelerin nasıl yapılabileceği ise ayrıca tartışılmalıdır. Örneğin Türkiye, İngiltere'nin 2003 yılında gerçekleştirdiği, birbirine yakın düzenleyici otoriteleri tek bir çatı altında birleştirerek sistematik bir politika üretme kararlılığına sahip olabilecek midir? İngiltere, 2003 yılında hem geleneksel yayıncılık sektöründe hem de telekomünikasyon alt yapısında faaliyet gösteren 5 farklı düzenleyici otoriteyi<sup>xiv</sup> birleştirerek "İletişim Ofisi" (Ofcom) halinde tek bir otorite altında birleştirmiştir. Türkiye'nin yayıncılık ve telekomünikasyon alanında karşılaşılabileceği bir yakınsama sürecini, sistematik politika sürecinin eşlik ettiği tek bir düzenleyici otorite ile yönetebileceğine dair bir eğilimi ise bulunmamaktadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurumu ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu ve Rekabet Kurumu arasında bir koordinasyon gerçekleştirilmesi bu bağlamda anlamlı olacaktır. Türkiye'nin kapitalist sermaye birikimindeki değişime koşut olarak geçirdiği bir dizi değişim, aslında bir yanı sıra Amerika Birleşik Devletleri'nin inşa ettiği medyanın küresel yönetimi ve diğer yanı sıra ulus-üstü bir proje olarak Avrupa Birliği düzenlemeleri karşısında bir bakıma "arada kalmışlığı" dayatmaktadır. Türkiye, enformasyon ve iletişim teknolojileri alanında daha çok politika üreten değil, gelişmiş ülkelerden politika ithal eden bir ülke konumundadır. Ancak; gelişmiş ülkelerin 1980'den önce iletişim alt yapısına dair sorunlarını çözdüğü dikkate alındığında, Amerika Birleşik Devletleri veya Avrupa Birliği'nde üretilen politikaların ülkeye transfer edilmesinin anlamlı bir katkı sağlayamadığı da süregiden özelleştirme operasyonları, düzenleyici otoriteler arasında herhangi bir koordinasyonun dahi kurulmadığını ortaya çıkartan yönetmelikler içerisinden okunmaktadır. Bununla birlikte, medya politikalarının işlevleri yalnızca medya sektörünü yönetmek değildir. Medya politikaları, toplumdaki çoğulcu ve çok sesli yapının yansıtılması bağlamında ülkenin siyasi yapısını da olanca açıklığı ile sergileyen düzenlemelerdir ve Türkiye'nin bu bağlamda, medya ve demokrasi arasında köprü oluşturmaya dair önemli görevleri bulunmaktadır.

Türkiye'nin medya ve demokrasi arasındaki köprüsünü oluşturabilmesi, bilgi toplumu ve bileşenlerini, toplumun refahını yükseltmeye yönelik kullanabilmesi için harekete geçmesi gerekmektedir. Bu bağlamda Türkiye'nin iki alternatif arasında bir seçim yapması gereklidir. Türkiye'nin ilk alternatifi, bugün olduğu gibi, serbest pazar düzenlemelerini sürdürmek ve enformasyonu ticari antlaşmaların bir parçası olarak kabul etmektir. Türkiye'nin ikinci alternatifi ise, Amerika Birleşik Devletleri'nin vetosuna rağmen, otuz ülkenin onaylaması ile

Mart 2007 tarihinde yürürlüğe giren ve Unesco tarafından düzenlenen “***Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expression***” sözleşmesine taraf olmayı, en azından düşünmesinden geçmektedir.

Sözleşme, taraf olan diğer ülkelerde olduğu gibi, Türkiye’ye de hem gelişmenin sömürgeleşme olmadığını yeniden hatırlatacak hem de Türkiye’nin, yayıncılığın görevleri arasında kamu hizmetinin de yer aldığını yeniden fark etmesini sağlayacaktır. Türkiye’nin enformasyon toplumu olma yolunda ilerlemesi, süregiden özelleştirme ve bilgiyi ticari meta haline dönüştürmekten değil, kamu yararını yeniden düşünmesinden geçmektedir.

## Kaynakça

- Bar, F. ve Sandvig, C. (2008). "US Communication Policy after Convergence," *Media, Culture and Society*, vol. 30(4): 531-550.
- Barrett, O. B. (2006). "Cyberspace, Globalization and Empire," *Global Media and Communication*, vol. 2(1): 21-41.
- Başaran, F. (2004). "Enformasyon Toplumu Politikaları ve Gelişmekte Olan Ülkeler". *İletişim Araştırmaları* (Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları), s.7-31.
- Bondebjerg, I. ve Golding, P. (2004). "Introduction: Changing Media – Changing Europe: Interdisciplinary and Dynamic Research Agenda." *European Culture and the Media: Changing Media – Changing Europe Series içinde*. Editör, Ib Bondebjerg ve Peter Golding. Volume 1. Bristol: Intellect Books, s. 9-19.
- Christou, G. ve Simpson, S. (2007). "Gaining a Stake in Global Internet Governance: The EU, ICANN and Strategic Norm Manipulation," *European Journal of Communication*, vol. 22(2): 147-164.
- Collins, R. (2006). "Internet Governance in the UK," *Media, Culture and Society*, vol. 28(3): 337-358.
- Cooke, L. (2007). "Controlling the net: European Approaches to Content and Access Regulation," *Journal of Information Science*, vol. 33(3): 360-376.
- Geray, H. (2002). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Golding, P. (2003). "Küresel Köy mü, Kültürel Yağma mı?" *Kapitalizm ve Enformasyon Çağı: Küresel İletişim Devriminin Ekonomi Politikası içinde*. Der. Robert McChesney, Ellen Meiksins Wood, John Bellamy Foster, çev. Nil Senem Çınga, Erhan Baltacı, Özge Yalçın, Ankara: Epos Yay., s. 85-100.
- Humphreys, P. (2002). "Europeanization, Globalization and Policy Transfer in the European Union: The Case of Telecommunications," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 8(3): 52-79.
- Kazgan, G. (2002). *Tanzimattan 21. Yüzyıla Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Livingstone, S., LUNT, P. ve Miller, L. (2007). "Citizens, Consumers and the Citizen – Consumer: Articulating the Citizen Interest in Media and Communications Regulation," *Discourse & Communication*, vol. 1(1): 63-89.
- Michalis, M. (1999). "European Broadcasting and Telecoms: Towards a Convergent Regulatory Regime?" *European Journal of Communication*, vol. 14(2): 147-171.
- Önder, C. (2005). "Türk Telekom'un Özelleştirilmesi: İslami Sermaye Üzerine, İtalyan Sosu," <http://www.sendika.org>
- Picard, V. (2007). "Neo Liberal Visions and Revisions in Global Communication Policy From NWICO to WSIS," *Journal of Communication Inquiry*, vol. 31(2): 118-139.
- Puppis, M. (2008). "National Media Regulation in the Era of Free Trade: The Role of Global Media Governance," *European Journal of Communication*, vol. 23(4): 405-424.

Raboy, M. (2002). "Media Policy in the New Communications Environment." *Global Media Policy in the New Millenium içinde*. Der., Marc Raboy. Luton: University of Luton Press. s. 3-16.

Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Chambridge: MIT Press.

Schiller, D. (2006). "İletişim ve Kriz: Enformasyona Dayalı Kapitalizm ve Kontrol Devleti," *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları), sayı 23: 27- 40.

Schneider, V. (1997). "Different Roads to the Information Society? Comparing U.S and European Approaches from a Public Policy Perspective." *The Social Shaping of Information Superhighways içinde*. Der., Herbert Kubicek, Robin Williams ve William H. Dutton. Frankfurt: Campus Verlag Press, s. 339-357.

Simpson, S. (2005). "Telekomünikasyonda Pazarın Serbestleşmesi ve Avrupa Birliği Düzenleme Çerçevesinin Doğuşu: Yapısal Değişim ile Ulusal ve Avrupa Düzeyleri Arasındaki Etkileşim." *Avrupa Birliği ve Türkiye'de İletişim Politikaları: Pazarın Düzenlenmesi, Erişim ve Çeşitlilik içinde*. Der., Mine Gencil Bek ve Deirdre Kevin. Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi, s. 37-75.

Şenes, F. (2004). "Sermaye Birikiminin Çelişkili Sürekliliği Türkiye'nin Küresel Kapitalizmle Bütünleşme Sürecine Eleştirel Bir Bakış." *Neoliberalizmin Tahribatı: 2000'li yıllarda Türkiye içinde*. Der., Neşecan Balkan, Sungur Savran. İstanbul: Metis Yayınları, s. 9-44.

Törenli, N. (2005). "Türkiye'de Telefon Haberleşmesi Alanında Yaşanan Dönüşüm: Neo Liberal Politikalar Eşliğinde Ulus Devletin Elinden Alınan Politika Araçları," *Kültür ve İletişim*, cilt 8(1): 11-40.

Wheeler, M. (2002). "Tuning into the New Economy: The European Union's Competition Policy in a Converging Communications Environment," *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 8(3): 98-116.

Winseck, D. (2002a). "Netscapes of Power: Convergence, Consolidation and Power in the Canadian Mediascape," *Media, Culture & Society*, vol., 24: 795-819.

Winseck, D. (2002b). "Wired Cities and Transnational Communications: New Forms of Governance for Telecommunications and the New Media." *Handbook of New Media içinde*. Der., Leah A. Lievrouw ve Sonia Livingstone. London: Sage, s. 393-410.

### **İnternet Kaynakları**

<http://www.bilgitoplumu.gov.tr/yayin/TUENA – RAPOR.pdf>

<http://www.internetworldstats.com> (a). "Internet Usage Statistics: The Internet Big Picture. World Internet Users and Population Stats". 14.04.2009

<http://www.internetworldstats.com> (c). "Internet Users in the European Union". 14.04.2009

<http://www.internetworldstats.com> (d). "Internet Usage in the European Union Candidate Countries". 14.04.2009

<http://www.tk.gov.tr/Türk Telekom'un Özelleştirme Süreci ve Sonrasındaki Gelişmeler ve Sektöre Etkileri. Hazırlayanlar: M. Kasım Cantekinler, A. Deniz Çaycı, Özlem Daşdemir, Faruk Yayla, Ramazan Yılmaz.>

---

Notlar

<sup>i</sup> Özellikle söz konusu iddia, internete dair politika çalışmalarının yalnızca DNS (Alan Adı Sistemi) ve ICANN (Internet yönetiminde kabul edilen isimler ve sayılara dair şirket) ile sınırlandırılmasına yol açmakta ve ulusal internet yönetimini yine söz konusu alanlarla sınırlandırmaktadır.

<sup>ii</sup> Üçüncü Dünya ülkeleri

<sup>iii</sup> Haluk Geray (2002: 80), AT & T şirketinin yedi ayrı bölgeye ayrılmasıyla aslında yeni bir tekelin bu kez de Bell şirketinin tekelinin oluştuğunu belirler. Dönem içerisindeki egemen görüşe göre, AT&T'nin yerel ve uzun mesafe hizmetlerinde evrensel hizmetten kaynaklanan yükümlülüğü gereği uluslar arası telefon görüşmelerini yüksek tutarak diğer hizmetlere yönelik çapraz sübvansiyon yaptığını inanılmaktaydı.

<sup>iv</sup> Bununla birlikte, 1987 tarihinde yürürlüğe giren Avrupa Tek Senedi gereğince başlatılan Topluluk "iç pazarını" oluşturma programı ile telekomünikasyon sektöründe standartlarının sağlanması ve uluslararası arenada Avrupa ortak polarizasyonunun belirlenmesi hedeflenmiştir. Aynı yıl yayınlanan Yeşil Kitap ile telekomünikasyon hizmetleri ve cihazlarda ortak bir pazar anlayışının geliştirilmesi amaçlanmıştır.

<sup>v</sup> Roma Sözleşmesinin özellikle 90(3). , 100. ve liberalleştirme programının izlenmesi bağlamında 97. maddeleri örnek olarak verilebilir.

<sup>vi</sup> Tİ'ler giderek bağımsızlaşıp pazar yeni işleticilere serbest rekabet olanağı verecek biçimde açılmaya başlandıktan sonra, pazara girenlerin evrensel hizmet yükümlülüğünün maliyetini paylaşmasını düzenleyecek olan ilkelerin açıkça belirlenmesi gerekli olmuştur. Bölgesel/küresel telekomünikasyon hizmeti pazarlarının oluşmasının önkoşullarından birisi rekabetin benimsenmesidir. Tİ'lerin eşit koşullarda rekabet edebilecekleri bir ortamın yaratılması, aynı zamanda ülke evrensel hizmet yükümlülüklerinin karşılanabilirliğini varsaymaktadır (www.tubitak.gov.tr).

<sup>vii</sup> Özelleştirme eğiliminin artarak devam etmesi, yeni medya ve iletişim teknolojileri alanında yurttaş yerine tüketici tercihi öne çıkartan politika yapma eğilimi vb.

<sup>viii</sup> O kadar ki, Avrupa Birliği içerisinde internet kullanım ortalaması %60,7 iken, dünyanın geri kalan bölgelerindeki ortalama %20,5 dir.

<sup>ix</sup> Avrupa Birliği yeni medya ve iletişim teknolojileri alanına çoğu kez işsizliği azaltan, alandaki artan rekabetin sektörde düzenli bir gelişmeye yol açacağı ve internetin akademik bir araştırma alanı olarak da kurumsallaşabileceği varsayımlarına dayanmaktadır.

<sup>x</sup> Enformasyon yazılım uygulamaları, ağ standartlarının geliştirilmesi, ara bağlantılar ve gönderim protokolleri ve tüm süreci hem işletecek hem de kullanacak olan insan gücü vb

<sup>xi</sup> 2003 yılı toplantısı ise, Amerika Birleşik Devletleri'nin küresel hegemonyasına tanık olmuştur. 176 ülkeden 11.000 katılımcı ile gerçekleşen toplantıya, 50 ülke cumhurbaşkanı, başbakan veya eski başkan düzeyinde, 82 bakan ve 26 delegasyon başkanının yanı sıra çok uluslu şirketler, sivil toplum kuruluşları ve uluslar arası organizasyonlardan da geniş bir katılım sağlanmıştır.

<sup>xii</sup> Dolowitz ve Marsh'ın (aktaran Humphreys, 2002: 53) ifadeleri ile politika transferi; eski veya yeni bir siyasal sistem içerisindeki düşünceler, kurumlar, kurumsal düzenlemeler ve konu üzerindeki bilgi birikiminin diğer bir siyasal sistem tarafından politikaların geliştirilmesinde kullanılmasıdır.

<sup>xiii</sup> Makalenin bu kısmında yer alan "sözde" kelimesi akademik jargona uymamasına rağmen Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarının uygulamaları ile Avrupa Birliği özelinde batılılaşma ve çağdaş uygarlığa ulaşma idealinden ne kadar da uzaklaşıldığını vurgulamak amacı ile kullanılmıştır. Böylesi bir süreç, Adalet ve Kalkınma Partisi'nin, Amerika Birleşik Devletleri'nde ki Rogers & Peppers Danışmanlık Şirketi'ne hazırlattığı ve Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe giren 2006 – 2010 yılları Bilgi Toplumu Stratejisi ve Eylem Planı politikasında daha da bir görünür kılınmıştır. Örneğin siyasa içerisinde yalnızca bir bilgisayar sahibi olarak bütün hayatı değişen Sencer Ailesi, muhafazakâr ve demokrat bir siyasal kimliği resmi söylemi haline getiren AKP'nin, "fırsatçı" bir aile tasarımı arayışını da yansıtmaktadır.

<sup>xiv</sup> Independent Television Commission (ITC), The Broadcasting Standards Commission (BSC), The Radio Authority (RA), The Radiocommunications Agency, Office of Telecommunications (OFTEL).

## **Tracing the Life Cycle of Water Conflict News Coverage: A Case study of Cauvery River Tribunal Final Verdict**

Chandrasekaran Velayutham & I. Arul Aram\*

### **INTRODUCTION**

#### **Background of the Study**

The study focuses on the life cycle of a news issue and the researcher has chosen the final verdict of the Cauvery tribunal as the news issue whose life cycle is to be traced and analyzed. The Cauvery River Dispute has been selected among the major interstate water disputes in India, because it is the oldest and most contentious one. The study is centered on the Cauvery tribunal's final verdict. So it is necessary to delve a little into some background information about the river, the history of the conflict, the recent tribunal's verdict and the reaction of the people of the two states to this verdict. An understanding of these points will help in analyzing the content of the regional media and draw conclusions about its coverage of the issue.

#### **Tracing the course of Cauvery**

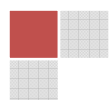
The River Cauvery is an Inter-State river in Southern India. It is one of the major rivers of Peninsular India whose basin covers the four South Indian political units of Karnataka, Kerala, Tamil Nadu and Pondicherry of which the last one is a union territory and the first three are states. Cauvery originates at Tala Cauvery in Karnataka and empties itself through two principal mouths into the Bay of Bengal in Tamil Nadu. The total length of the river is around 820 kilometers out of which 380 kilometers lie in Karnataka and 352 kilometers lie in Tamil Nadu.

#### **History of the Conflict**

The British controlled both Mysore and Madras for a short period in the middle of the 19th century. During their regime, numerous plans were drawn up for the utilization of the Kaveri waters by both states. However, the drought and subsequent famine in the mid 1870s put a hold on the implementation of these plans. The plans were revived by Mysore in 1881 by which time Mysore was back in the hands of the Mysore kings while present day Tamil Nadu continued to remain a part of the Madras Presidency.

Mysore's plans to revive the irrigation projects met with resistance from the Madras Presidency. Mysore state made a representation to the then British government as a result of which, the Agreement of 1892 was signed. Karnataka deems this agreement as having been between

\* *Department of Media Sciences  
Anna University Chennai  
Chennai – 600025, Tamil Nadu, India.  
e-mail: vels@annauniv.edu*



unequal partners because while Mysore state was a princely state, Madras formed a part of the British Raj. Karnataka also considers this agreement to have been severely inimical to its interests as it gave sweeping powers and prescriptive rights to Madras, the lower riparian state. As per this agreement, Mysore was required to obtain Madras' consent for any water it wished to utilize or for any project it wished to undertake to utilize the waters. In other words, Madras was vested with powers to veto any plans Mysore state might draw up for utilization of the waters.

Things came to a head in 1910 when Mysore, under Nalvadi Krishnaraja Wodeyar as the king and Sir. M.Vishweshwariah as Chief Engineer came up with a plan to construct a dam at Kannambadi village to hold up to 41.5 TMC of water. The dam was planned to be built in two stages. In the first stage a capacity of 11 TMC was envisioned, while in the second stage the full capacity was set to be realized. Madras however, refused to give its consent for this move as it had its own plans to build a storage dam at Mettur with a capacity of 80 TMC. The dispute continued.

After a reference to the Government of India, permission was accorded to Mysore, but for a reduced storage of 11TMC. Mysore had no option but to accept the decision and proceeded with the construction. During construction, however, the foundation was laid to suit the earlier desired full storage. This raised Madras' hackles and the dispute continued. As a result, the then British Government of India referred the matter to arbitration under Rule IV of the 1892 Agreement. The Cauvery dispute thus had come up for arbitration for the first time. Sir H D Griffin was appointed arbitrator and M. Nether sole, the Inspector General of Irrigation in India, was made the Assessor. They entered into proceedings on 16 July 1913 and the Award was given on 12 May 1914. The award upheld the earlier decision of the Government of India and allowed Mysore to go ahead with the construction of the dam up to 11 TMC.

Following numerous meeting and discussions between 1910 and 1924, a consensus was reached with the signing of 1924 agreement. . The 1924 agreement was set to lapse after 50 years, a very long run by any standards. As a result of these agreements, both Mysore and Madras were able to complete their projects at Kannambadi and Mettur respectively. While Mysore constructed the Krishna Raja Sagar dam at Kannambadi to a capacity of 45 TMC, Madras built the Mettur Dam to hold 93.5 TMC.

The 1924 Agreement also gave the upper limit to irrigated lands in Mysore at 110,000 acres. Similarly, the Madras government agrees to limit new areas of irrigation from the mettur project to 301,000 acres. It was also decided that the limitations mentioned in the agreement is open to reconsideration after 50 years. It is due to these agreements that the stretch of river between KRS and Mettur dam acquired the centre-stage in Cauvery water dispute.

Following the expiry of the 1924 agreement, several discussions were held between Karnataka and Tamilnadu post independence in 1960's and 70's over the allocation of water among the states. But these meetings and negotiations did not yield any result. By 1981 the claims made by the riparian states became quite divergent with each state demanding their share of t.m.c.ft of water from Cauvery.



### **Four phases in the history of the dispute**

The First phase of the disputes surrounding the waters of Cauvery lasted from the earliest times till the end of the 19th century. This was concentrated primarily round the regulatory and diversionary issues and was minor in character. The second phase lasted from 1892 to 1934 with 1924 as a land mark and it centered round the construction of Kannambadi and Mettur Dams. The third phase lasted from 1934 to 1990 and centered on issues relating to anekats and ayacuts. The fourth phase lasted from 1990 to 2007 and in this phase the dispute shifted to the legal arena with the site of action shifting to the Cauvery Tribunal and the Supreme Court.

### **The Cauvery river water tribunal verdict**

The Cauvery Water Disputes Tribunal was established under the formal request of Government of Tamil Nadu in July, 1986 under the provisions of Inter State Water Disputes Act, 1956 for constitution of a Tribunal (Tribunal has adjudication powers). Notification to this effect was issued on 2nd June, 1990 and the Cauvery Water Disputes Tribunal was established having the headquarters at New Delhi.

The interim order of the tribunal dated June 25, 1991 directed Karnataka to release 205 tmcft of water to Tamil Nadu on weekly basis. Karnataka opposed the very setting up of the Tribunal in 1990 and had also enacted a law against the interim award which was later struck down by the Supreme Court. This outraged the people of Karnataka and lead to widespread violence and protest in the state, the same year. The tribunal was reconstituted in 2003 comprising of three members under the chairmanship of Justice N.P. Singh and members Justice N.S. Rao and Justice Sudhir Narain, gave the much-awaited final verdict after more than 16 years of hearings, the Cauvery Water Disputes Tribunal gave its Final Verdict on 5<sup>th</sup> February, 2007, which allocated 419 tmc ft of water annually to Tamil Nadu and 270 tmc ft to Karnataka which however will actually release only 192 tmc ft of water to Tamil Nadu in a year. The Tribunal also awarded 30 tmc ft of Cauvery river water to Kerala and 7 tmc ft to Puducherry, the other parties to the dispute.

The verdict came amid tension in Karnataka and Tamil Nadu, where inter-states buses stopped plying and schools were closed partially. With tension building up on both sides, security has been beefed up with 43 platoons of police, 18,000 security personnel and 600 home guards deployed in Karnataka to thwart any untoward incident. Tamil Nadu state government buses cancelled trips to Karnataka as a precautionary measure. Karnataka has secured one battalion of police force from neighboring Andhra Pradesh.

Technically and legally, the dispute is over after the tribunal pronounced the final verdict on 5<sup>th</sup> February 2007, but the irony is the Inter-State Water Dispute tribunal can only give an award; it has no role to play in its implementation. Apart from the fact that once the tribunal has given its final award; it will cease to exist. It has no powers of enforcement. Even when it is in existence. It has not been clothed with powers of punishment for contempt. Now that the dispute is back in the Supreme Court by a special leave petition by both the riparian states, and it may take some or many more years before whatever final verdict is announced. The legal course has already taken one full round without any prospect.

The main focus of the study is to find out how the Newspapers reported this sensitive final tribunal verdict through their coverage and how the Life Cycle of this particular issue is has been followed –up. The time frame of this analysis has been decided from 4<sup>th</sup> February, 2007 (a day before the final verdict) to one month (4<sup>th</sup> March, 2007) or to the extent the particular newspapers followed the issue.

### **Aim of the Study**

To Trace and Document the Life Cycle of the Post Cauvery Tribunal’s Final Verdict as News Coverage by the Newspapers in Tamil Nadu with special reference to ‘The Hindu’ and ‘Dinathanthi’.

### **Objectives of the Study**

1. To analyze the birth stage and disappearance of the News follow up pattern.
2. To analyze the various life stages of the News Coverage of a Water Dispute.
3. To analyze the key factors that propels the news Coverage during Cauvery Dispute coverage.
4. To analyze the key factors that acts as the buffering agent in diluting the news Coverage.
5. To compare the coverage on the taken news item by “The Hindu and Dinathanthi”.

### **Need for the Study**

Each news Coverage undergoes different phases starting from birth to disappearance stage of it in any media, but the life cycle differs from media to media. Hence to determine the life cycle of a news item with its coverage in two different news papers. The results of this study will help us to determine the various factors involved in increasing or decreasing the life cycle of Water Conflict coverage in a regional and English newspaper in Tamil Nadu.

### **Limitations of the Study**

The researcher had chosen “the Cauvery tribunal's final verdict” as the case study because the whole life cycle could be analyzed on the basis of the coverage given for it in two newspapers “the Hindu” and “Dinathanthi”. Further the researcher had determined the birth and death phase of the Cauvery verdict for the better convenience to finish the study within the given time period and to avoid the study getting diverted from its main objective of Tracing the life cycle. The researcher mainly concentrates on the life cycle of the news item and not the Cauvery issue.

## **REVIEW OF LITERATURE**

Jake Lynch & Annabel McGoldrick (2005) defines Conflict as, relationship between two or more parties (Individual or groups) who have, or think they have, incompatible goals, needs and interests. Conflict can be also conceptualized as a ‘distribution’ or ‘collaboration’ problem between parties with competing and incompatible demands.(Zartman & Rubin, 2000) commonly in such a situation, one party (intentionally or otherwise) frustrates over another actor’s objectives (Frey, 1993). Conflict can also be perceived as a contest that parties try to win

through various strategies (Schelling, 1960) Inequality can also be a decisive influencing variable that determines the level of conflict (Dutta & Mishra , 2005), and it is important to understand that this extend to both inter-state and intra-state scenarios.

According to Ross Howard (2006), predominantly conflict arises typically in circumstances where:

- Resources are scarce
- Power is unevenly distributed
- Unresolved grievances exist from the past.

and at the same time conflict becomes intractable when:

- Poor or no Communication exists between the parties
- Parties have incorrect or biased perceptions of each other
- Lack of trust
- Parties do not value the relationship (Simon Cottle, 2005)

Different roles are attributed to the media: to report and cover events; to interpret and suggest a broader meaning to events; to monitor the powerful and strong in society; to advance the weak and promote social justice; to mediate between the public and the political leadership; and to enable individuals to practice their freedom of speech. Some expect journalists to report conflicts “objectively.” However, the very presence of the media might change the course of the conflict, and in fact interfere in its dynamics. Sometimes the media becomes an active actor within the controversy (Gamson & Modigliani, 1992).

Gadi Wolfsfeld (1997) in his article *Promoting Peace through the News Media* states that there are at least three major ways in which the news media can serve as obstacles to peace:

1. By focusing on events rather than processes;
2. By focusing on the unusual, the dramatic, and the conflictual aspects of the process;
3. By making it difficult to conduct successful negotiations.

In the 1960s, the conflict theory in the social sciences pointed out the emergence and escalation of many conflicts. Sometimes the media plays a double role in conflicts. On one hand, it covers them; and on the other hand, the media’s very choice of topics and words reflects a point of view with regard to the conflicts at stake. The more the media covers disputes – the more arrows of public criticism might be pointed at it. As with any other representation of reality, the media’s picture of it is, by definition, partial, and does not necessarily reflect it without bias. The more a complex a conflict, the harder it is to agree about its coverage by the media (Caspi, 1995).

In a linear model suggested by Wanta (1997), the types of sway and the extent to which the media influences the agendas of individuals are determined by a set of variables that include demographic traits, behavioral patterns, and dependence on the media as a reliable source of information. Printed newspaper shaves an advantage over television because they enable readers to perceive the dispute’s depth and complexity, and they allow each reader to process the information at his or her own pace.

Reporters and editors are structurally dependant on dominant power groups as sources of information, partly because they offer a regular supply of news. Although journalists tend to support the dominant value system (Gans, 1979), other research shows that they tend to be slightly more liberal than either the general public or the elite groups (Weaver & Wilhoit, 1986). This also suggests that media at times have the capacity to produce stories critical of the status quo.

The media can also influence the strategies and behavior of those in power. When violence breaks out for example, leaders come under tremendous pressure to do something and the press is the important agent for creating this sense of urgency. The influence of a news media on a peace process is best seen in terms of a cycle in which the changes in the political environment lead to changes in media performance that often lead to further changes in the political environment. This principle is referred to as politics-media-politics (PMP) cycle.

The myth circulated by news media helps consumers of mass media to construct a world view. This worldview in the long run can make the consumers accept as being 'natural' something in fact is a manufactured reality, created to mask the real structures. In other words mass media plays a crucial ideological role, promoting the values and interest of dominant groups and implanting beliefs and representation that sustain and legitimize their domination (Thussu, 2006).

The propaganda model argues that there are 5 classes of 'filters' in society which determine what 'news' is; in other words, what gets printed in newspapers. Herman and Chomsky's model (1998) also explains how dissent from the mainstream is given little, or zero, coverage, while governments and big business gain easy access to the public.

Gadi Wolfsfeld (2004) quotes that the news media can have four major types of impact on any peace process.

1. They can play a major role in defining the political atmosphere in which the process takes place.
2. The media can have the important influence on the nature of the debate about a peace process.
3. They can have an impact on antagonist strategies and behavior.
4. They can raise and lower the public standing and legitimacy of antagonist involved in the process and their positions.

## **RESEARCH DESIGN**

The Parameters of content analysis in this research are:

- Photograph (color/black white)
- Number of Columns
- Page Number
- Placement of News
- Protest / Event based News item.
- Political Statement
- Type of news item

- Nature of the issue covered
- Content of photograph
- Factors affecting the growth and decline of the life cycle.

The researcher had chosen two Newspapers namely The Hindu and Dinathanthi, Chennai edition. Other important reasons for choosing these two newspapers are that these are the only newspapers which are popular and widely read as well as no affinity to any political parties in the state in terms of ideology as well as ownership.

The Hindu is English daily, published from 13 locations with a circulation of 1.45 million. The Hindu is the second-largest circulated daily English newspaper in India, next to the Times of India. According to the Indian Readership Survey, 2009, The Hindu is the third most-widely read English newspaper in India with a readership of 5.2 million. It has its largest base of circulation in South India, especially TamilNadu. Headquartered at Chennai, The Hindu was published as a weekly when it was launched in 1878, and started publishing as daily since 1889.

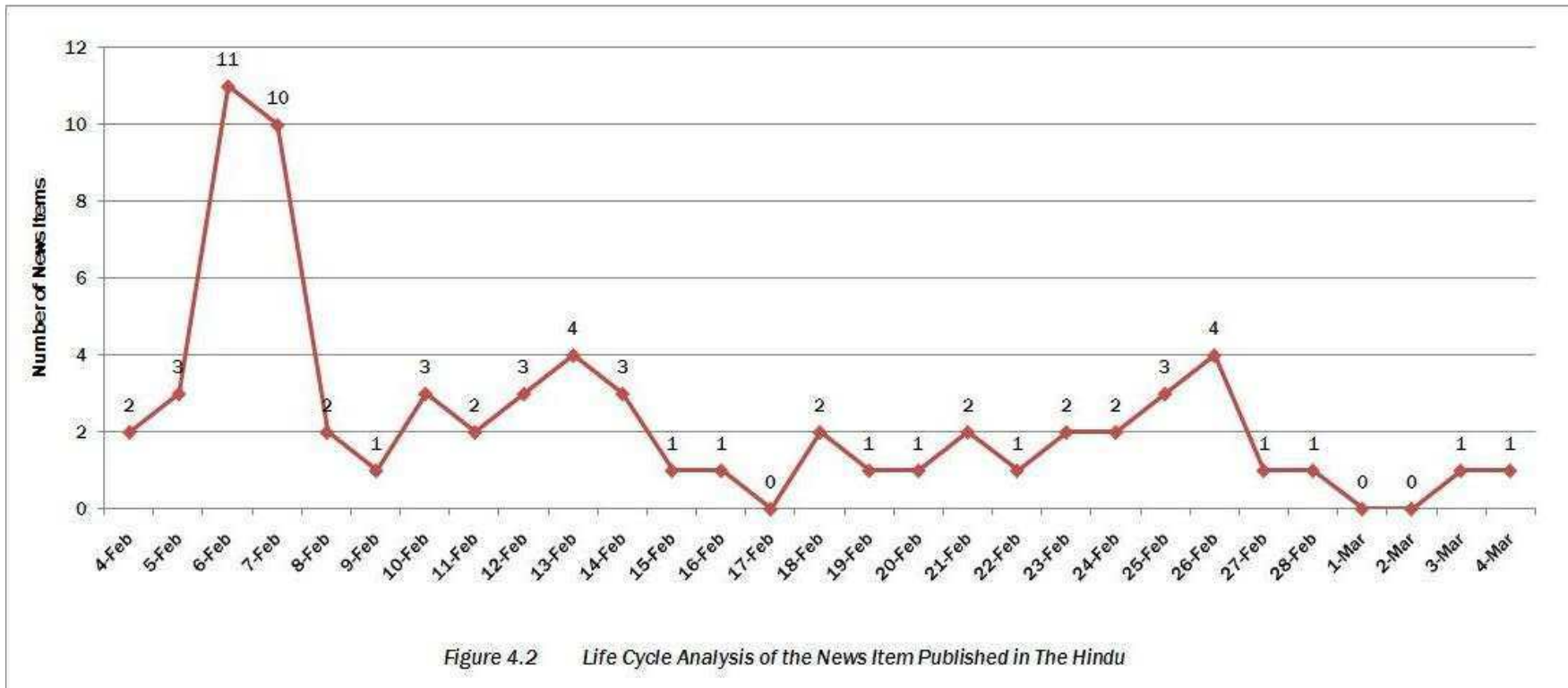
Dinathanthi is a Tamil daily newspaper, published from 14 locations. It is the second highest circulated Tamil daily newspaper with a circulation of 790,900 copies daily in TamilNadu. It was founded by S.P. Adithanar in 1940. It is the highest circulated Tamil daily newspaper in Bangalore and Pondicherry and one of the largest in Tamil Nadu. Dinathanthi's simple language and presentation style is commended by people of the state over the decades.

The researcher explains the said life cycle of news item as follows “When the number of news items related to chosen Cauvery tribunal verdict carried by a newspaper is greater than one before the verdict is to be announced, then it is considered as the birth stage. The death or fading point is considered to be the disappearance of the news item in the newspaper. When the daily carries no news item for a continuous week, then the researcher considers that to be the death period”

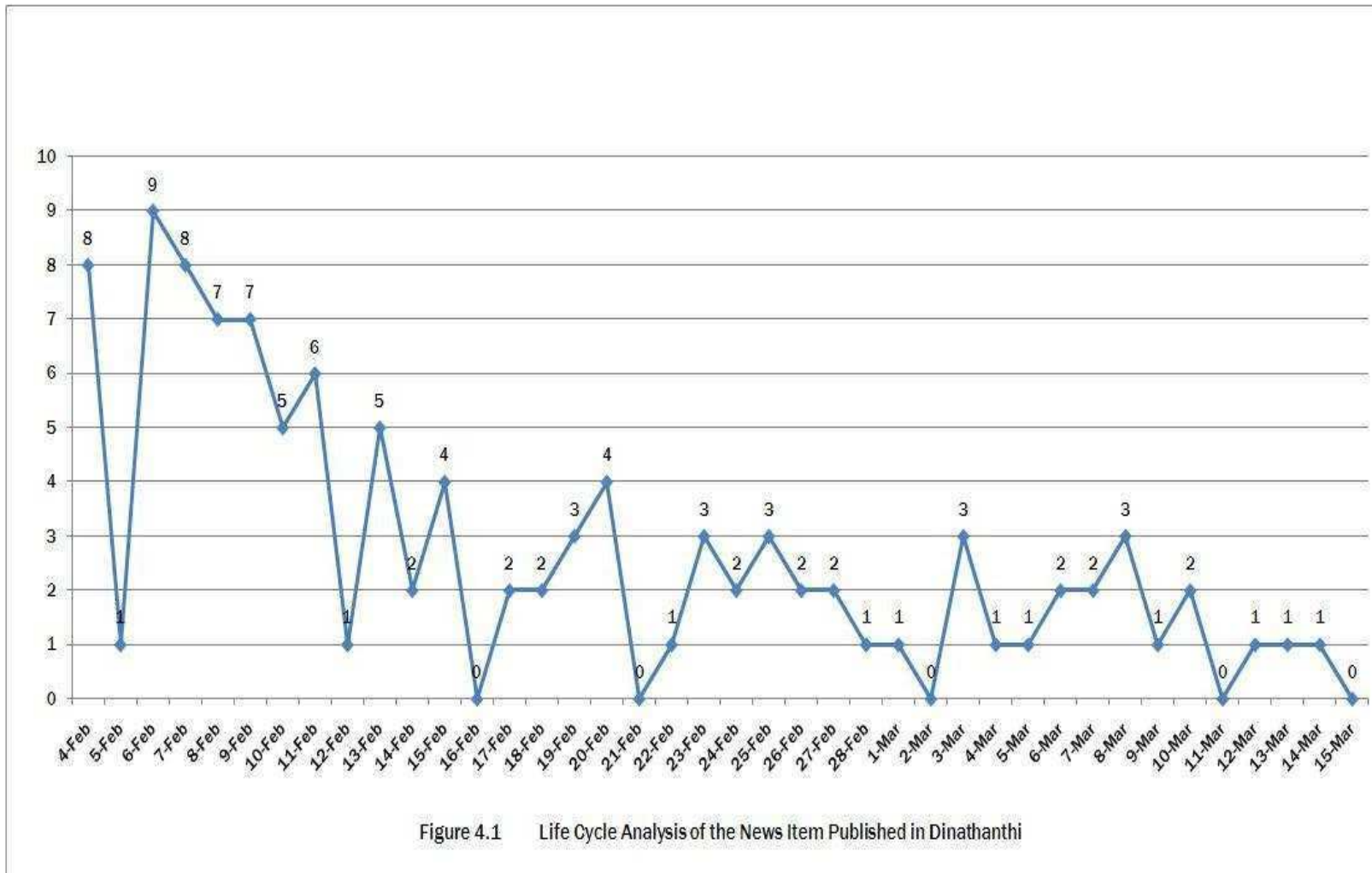
### **Interpretation of the content analysis**

The researcher analyzes the life cycle of the news item i.e. the Cauvery tribunal's final verdict in “The Hindu” is for 29 days(4th February – 4thth march, 2007) . The total number of articles covered within the said so life period is 68 articles. The researcher considers Feb. 4th being the birth Stage or starting point of the news cycle, since it was the day, the daily started covering the news on tribunal verdict. The coverage was in peak between 5th Feb. to 8th Feb. with almost 11 articles per day.

The curve fell down on 9th February with just 1 article. But later gradually raised and reached another peak point on Feb 13th with four articles. From that point the coverage gradually dropped to null point on 17th Feb. Till 24th Feb the coverage curve sketched uniformly with one or two articles. On 26th Feb the coverage reaches its third peak point with 4 articles then immediately the number fell. from next day From 27th feb to 4th march, the coverage was at its very low with null or one news article, hence the researcher considers the above mentioned period to be the death/Fading point of the news item.(*Figure 4.2 Life Cycle analysis of The Hindu* ).



Dinathanthi Life cycle was is longer than The Hindu by 11 days. (*Figure 4.1 Life Cycle analysis of Dinathanthi*) The Dinathanthi had covered 107 articles within the identified life period whereas The Hindu had covered only 68. Almost 40% more than the Hindu's coverage. On Feb 4th Dinathanthi had the wide coverage on the background of the Cauvery issue as a full page special with 8 articles but the The Hindu gave a less teaser article with just counting one to its credit.

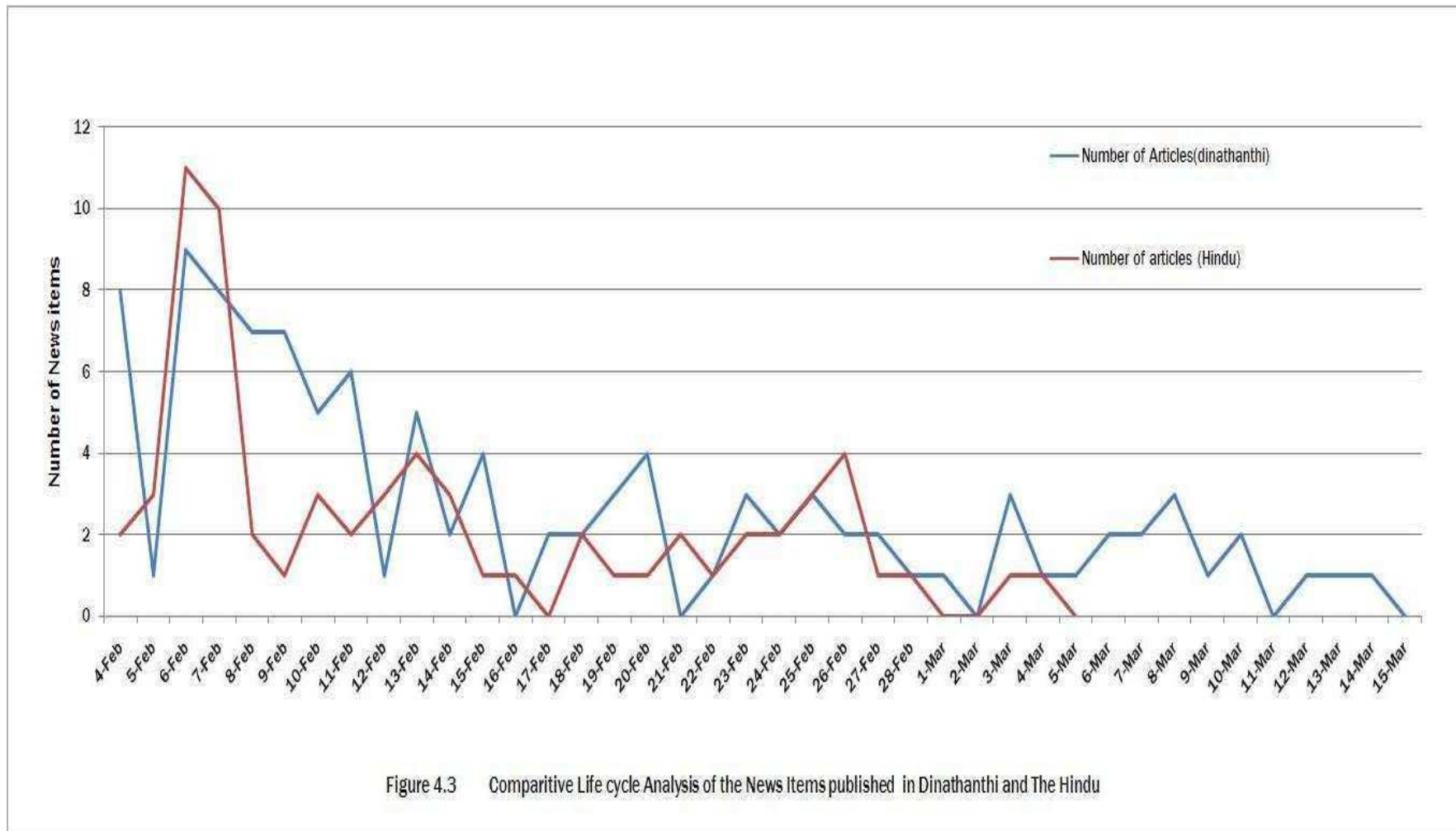


On the day of verdict Dinathanthi just had one news item on verdict but the The Hindu had 3 news items explaining the background of the issue. This background news reports were carried in Dinathanthi on the previous day itself. That's why the life cycle starts with peak on Feb 4 in Dinathanthi. The Hindu records the highest number of articles registered in a day (11 articles on 6th Feb) that's because of the immediate political statements from all political parties was covered by Hindu on all riparian states but the life period is too shorter with 29 days when compared to Dinathanthi's 40 days. Both the dailies reached their peak coverage on 6th and 7th of March because of the verdict analysis and political statements. The peak level prevailed in the The Hindu for 2 days where as the peak continued in Dinathanthi for 4 days. Since Dinathanthi gave much coverage to political statements this stable peak level was possible. There was a rise in curve on both cases whenever a political event or protest was held. (15&25 Feb in Dinathanthi and 13th and 26th of Feb in Hindu).

Follow-up political reports played as key factor in maintaining the life of the news item. More than 50% of the news items covered in both the dailies were political origins and leads. One third on the total days of the verdict's life cycle in Hindu as well as Dinathanthi was covered as headlines in FrontPage.

In Dinathanthi Only 13% of the total news items came as headline in first page whereas 18% of the total news items of The Hindu appeared as the headline in FrontPage. But when compared in numbers Dinathanthi had more headlines Coverage than Hindu. On an average Dinathanthi carried 2.8 articles per day on Cauvery tribunal's verdict and its post happenings throughout the life cycle. Whereas Hindu carried 2.3 articles per day during the news cycle period. Wide coverage on the local protest and political statements by Dinathanthi had let the life cycle of the verdict news to get extend longer when compared to the Hindu. **(Figure 4.3 The Comparative Life Cycle Analysis of both the newspapers).**





Dinathanthi had published twice the amount of photographs when compared to the The Hindu. Photographs also played a key role in keeping the core issue in lime light. One fourth of the news item carried by the Hindu on Cauvery verdict carries a photograph where as 37% of the articles covered by the Dinathanthi within the life period carries photograph. 14% of the news items carried by Dinathanthi with in the period of analysis were of analysis type, whereas the Hindu shares 9% of the total news as analysis news item.

One third of the news item parting with the news cycle of the Hindu was of political statements. Whereas 54% of the Dinathanthi's coverage was political statements. Almost both the papers gave equal importance in covering the events (mostly political) related to the verdict nearing 15% of the total coverage. One fourth of the Dinathanthi news items were focused on protest but the Hindu had only 10% share of protest based news items. Dinathanthi gave much importance to protest based news that's why it gave a longer life cycle for the news item.

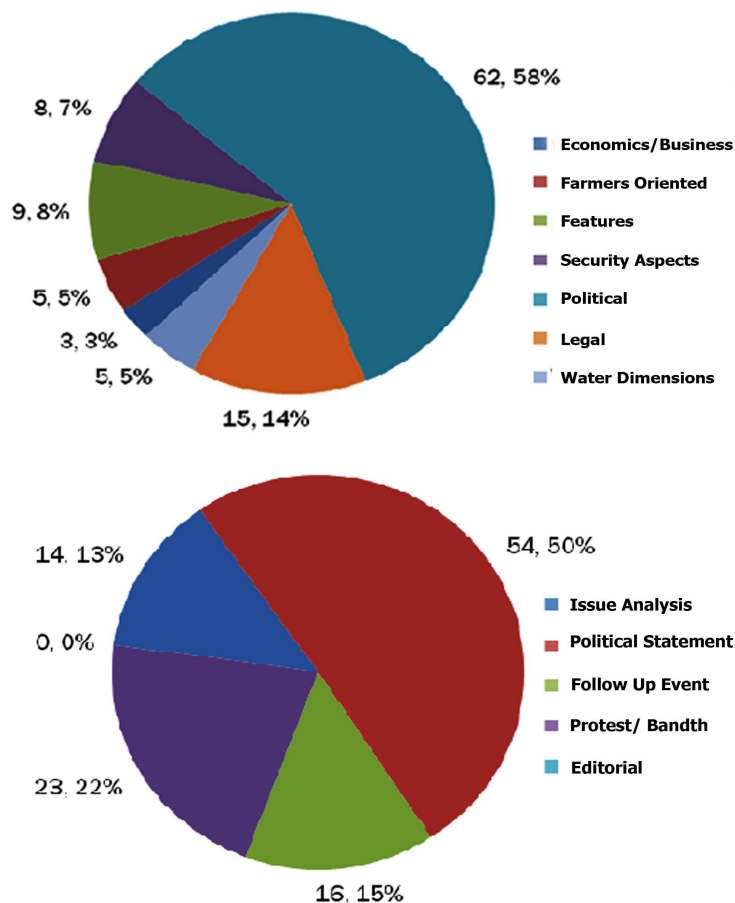


Figure 4.4 Nature of the news item covered by Dinathanthi

The Hindu had parted 5% with the editorials but the Dinathanthi never carried any editorials. During February end the decrease in the graph was because of the Dharmapuri case final verdict

and in March Salem railway division protest steals the importance enjoyed by the Cauvery issue. mullai periyar issue also came to lime light in later Feb and March.

9% of the news items by The Hindu were of legal point of view on the issue. Whereas Dinathanthi had 15% of its news items focusing legal aspects. 3% of the Hindu's coverage was focused on agriculture and farmers but the Dinathanthi has focused 3% of its coverage on economic angle and repercussions of the verdict.

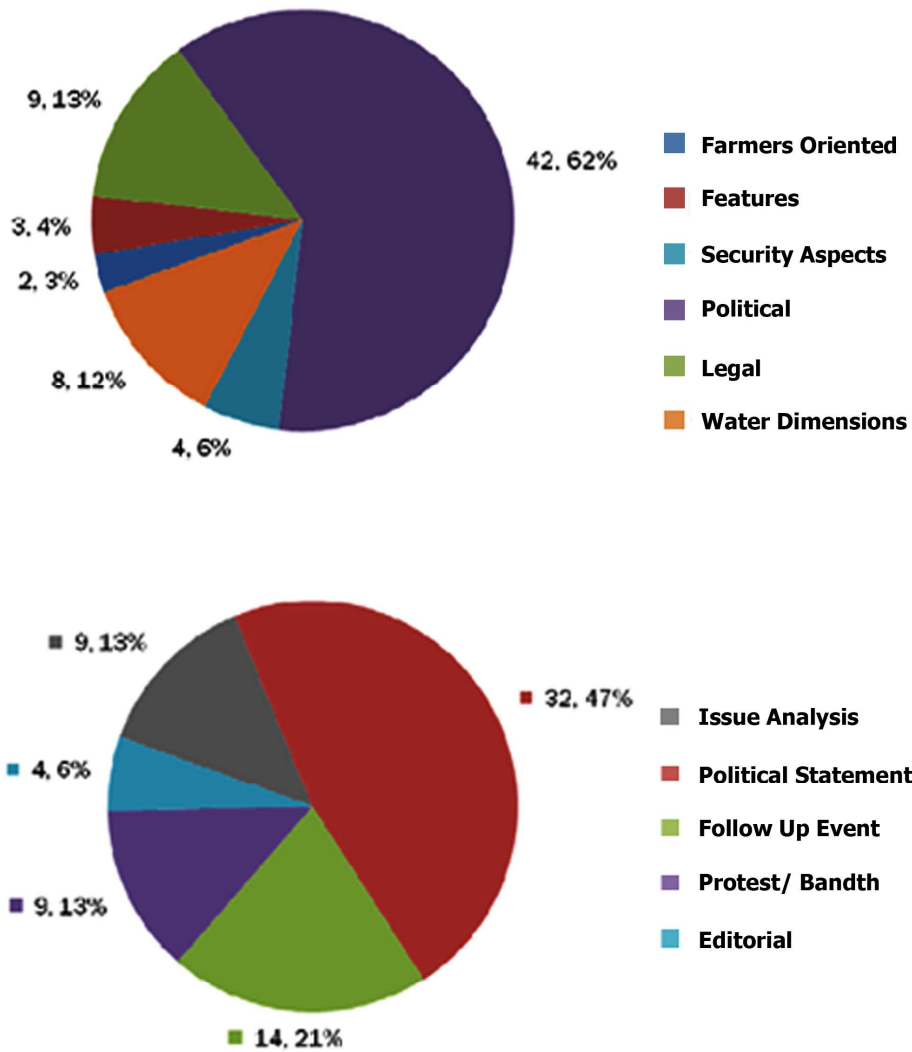


Figure 4.5 Nature of the news item covered by The Hindu

Both the papers life cycle had contributed equally to law & order and security angle in riparian states (nearly 9 %). The Hindu has also covered twice the number of water angled news item when compared to Dinathanthi

Almost two third of the photo content was political leaders and protest in both cases. The Hindu gave much more importance in publishing graphics (map, pictures & tabular columns) for the better understanding than the Dinathanthi. Dinathanthi carried photos of dam and Cauvery River but The Hindu never carried any photo of Dam or River even once.

The main reason that the life cycle in Dinathanthi is longer because of the coverage given for the opposition party leaders which resulted in much more political space thus increasing the life cycle of the issue.

The protest based news items covered by Hindu mostly focused on Karnataka, but Dinathanthi covered both Tamilnadu and Karnataka hence larger number of news on protest enabling longer life cycle on the issue.

## **CONCLUSION**

### **Summary of the Study**

The researcher had used the Cauvery Tribunal's Final verdict as a case study to obtain News Life Cycle. The researcher had chosen two Newspapers namely The Hindu and Dinathanthi for sketching the Life cycle. Here the researcher analyses how a news item got framed into a core public issue and what are the various factors that makes the issue to reach the peak level by more coverage, and those factors that leads the fading of the issue in the same newspapers. The findings as follows:

### **FINDINGS**

On comparing the Life Cycle of the Cauvery Tribunal Verdict by The Hindu and Dinathanthi, the Life period of the news item in Dinathanthi is longer than that of The Hindu.

Photographs of the protests and the regular follow –ups contributed more to the life cycle of the news item on both cases of The Hindu and Dinathanthi. It helped the cycle to reach the peak level (More Articles) but not for the prolonged presence of the news item for longer days. In both cases of Hindu and Dinathanthi, the political statements and events contributed more to the lifecycle prolongation than the other angles/ leads of the news articles.

Following factors decide or has a greater role to play on the life cycle of news items coverage in taken newspaper.

- Political orientation of the newspaper
- Ownership policy
- Sensationalism given priority.
- Extent of local relevance.

- Space for the follow-up.
- Regional sentiment that the story possesses.
- Events like Bandh and Protest ... etc)
- Hydro- political nature of the issue
- Involvement of the people of all walks of life as the stakeholders.
- Nature of the other issues within the life period of the news item taken.

This study proves that, any news which is related to the natural resource Sharing conflict especially water conflict, could have a longer life cycle than other nature of news. This kind of sensitive issue fuels up and increase the scope of the nature of the news follow ups, since the people of the entire state gets involved as a activist or the stakeholder in the conflict. Even though it's a purely a farmers issue of the delta region, but starting from politicians cutting across national or regional political parties, government and private sector employees, Film industry, and School and College students took part in the protest and bandth, supporting and hailing the Tribunal verdict and unanimously stood together condemning Karnataka.

## REFERENCES

- Anand, P. B. (2007). 'Capability, Sustainability, and Collective Action: An Examination of a River Water Dispute', *Journal of Human Development and Capabilities*, 8:1,109 — 132.
- Anand, P. B. (2004) 'Water and Identity –An Analysis of the Cauvery River Water Dispute'- Bradford Centre for International Development, University of Bradford.
- Chomsky, Noam, Herman, S. E. (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Press.
- Conca, K. (2006). The New Face of Water Conflict. Policy Brief no. 3 of the Navigating Peace Initiative, Environmental Change and Security Program, Woodrow Wilson International Center for Scholars.
- Folke, S. (1998). 'Conflicts over Water and Land in South Indian Agriculture: A Political Economy Perspective', *Economic and Political Weekly*, 33:7.
- Fraley, T. & Kavoori P. A. (2006). *Media, Terrorism and Theory*, Rowman & Littlefield Publisher, Oxford, UK.
- Gleick H.P (1993). *Journal of International Security Vol 18*. "Water and conflict: Fresh water resources and international security"
- Miller, F. & Hirsch, P. (2003). Civil Society and Internationalized River Basin Management, AMRC Working Paper Number 7, University of Sydney, June 2003
- Ramanathan, A. (1995). 'Sharing of Inter-state River Water Resources: Case Studies of Two Major Irrigation Systems in Tamil Nadu- India', *International Journal of Water Resources Development*, 11: 4,443— 456 (14).
- Ramaswamy, R. I. (1994). 'Indian federalism and water resources', *International Journal of Water Resources Development*, 10:2,191 — 202.
- Ramasamy, R. I. (2003). 'Towards Water Wisdom'- *Limits, Justice, Harmony* – Sage Publication India Pvt Ltd, Mathura Road, New Delhi.
- Ramasamy, R. I. (2003). 'Water Perspective Issues and Concern' Sage Publication India Pvt Ltd, Panchsheel Enclave, New Delhi-110017.
- Richards, A. & Singh, N. (2001). 'Inter State Water Dispute in India: Institutions and Policies'- Department of Environmental Studies, University of California, Santa Cruz.

Roy, K. J., Gujja B. (2008). 'Water Conflicts in India' A Million Revolts in the Making- Routledge , Tolstoy Marg, New Delhi – 110001

Saravanan, v. (2001). 'Technological Transformation and Water Conflicts in the Bhavani River Basin of Tamil Nadu, 1930-1970', *Environment and History*, 7:3, 289— 334(46)

Shah, R. B. (2000). 'Inter-State Water Disputes: A Historical Review', *International Journal of Water Resources Development*, Vol. 10, No.2, Oxford, UK.

Swain, A. (2001). *The Journal of Futures Volume 33* "Water wars: fact or fiction?"

Varady, R. G., and Lenard Milich. 1999. Openness, sustainability, and public participation: new designs for transboundary river basins. *Journal of Environment and Development* 8 (3): 258.

Wolfsfeld, G. (1997). 'Promoting Peace through the News Media', *the Harvard International Journal of Press/Politics*, Vol. 2, No. 4, 52— 70

Wolfsfeld, G. (2004). 'Media and the Path to Peace', Cambridge University Press, Newyork, ISBN 0521538629.

Wolf, A. et al (1999). 'International River Basins of the World', *International Journal of Water resources Development*, Vol.15 No.4, December.

## Alternatif Küreselleşme Hareketi ve Alternatif Medyalar: Karşı Hegemonya ve Perspektivist Eleştiriler

Fabien Granjon\*

Egemen medyalara karşı gösterilen uyanıklık, alternatif küreselleşmenin çeşitli bileşenleri tarafından en çok paylaşılan duyarlılıklardan biri olarak ortaya çıkmaktadır. Sermayenin yeni egemenlik biçimlerinden kurtuluş için gerekli olan mücadeleye bağlı eleştirel önerinin yeniden silahlanması, liberal küreselleşmenin ideolojik vektörü sayılan kitle iletişim araçlarının eleştirisiyle sıkı ilişkidir. Bu nedenle, alternatif küreselleşme evreninde paylaşılan çeşitli talepleri arasında bilgi üretimini gerçekleştiren meslek örgütlerinin eleştirisi *yanal (transversal) bir gaye* gibi gözükmektedir. Örneğin medya, kamu gündeminin önceliklerini iyi bir şekilde sıralandıramamaktan, sanayi odalarının baskılarına boyun eğmekten, uluslararası kurumların ve yönetenlerin egemen söylevlerini kayıtsız şartsız tekrarlamaktan, tek bir düşüncenin üretilmesine katkıda bulunmaktan ve alternatif önerileri olağandan uzaklaştırmaktan sorumlu tutulmaktadır. Ancak bilgi endüstrilerinin eleştirisi bilgiye dair meselelerin etrafında belirli seferberlikleri yaratan aktörlerin bütünü için *özgül bir gaye* de oluşturmaktadır. Alternatif medyalar, kanuna aykırı veya umuma zararlı hareketlere karşı tetikte olan kimseler veya makamlar, bilgiye ulaşımı demokratikleştirmeyi amaçlayan dernekler, medyatik alanı düzenleme yöntemlerini değiştirmeyi isteyen baskı grupları, iletişim sorunlarında uzman üniversitelerin öğretim görevlileri, internet vatandaşlığını savunan militan gruplar, bilgisayar korsanları (*hacker*) vs. çeşitli şekillerde alternatif küreselleşme hareketine dahil olmuşlardır.

Bu hareketin ortasında bilgiye dair seferberlikleri, iki ayrı eleştiri anlayışı yapılaştırır. Bunlardan ilki, *karşı hegemonya* olarak adlandırdığımız eleştiridir: Egemen medyaların işleyişini daha bağımsız, çoğulcu, tarafsız ve dürüst başka medyalar tasarlayarak kökünden değiştirmeyi önererek onların gücüne saldırmayı ilke edinmiştir. *Perspektivist* olarak adlandırdığımız ikinci eleştiri ise bireylerin kendi koşullarını simgeleştirmeyi ve temsil araçlarına hâkim olmayı vazife edindikleri ifade mekanizmaları ortaya çıkaran bir mücadele ilkesinin üzerine kurulmuştur. Bununla birlikte, her iki çerçevede karşı hegemonya mücadelesine veya perspektivist eleştiriye verilen anlama göre çok değişik şekillerde benimsenebilir, tematikleştirilebilir ve araçsallaştırılabilir. Teorik olarak belki rahatça egemen medyaya duyulan güvensizliğin iki farklı şekli olarak gösterilen ve genel olarak birbirine benzemeyen alternatif medyaların yaratılmasına doğru giden bu iki eleştiri, uygulamada bazen daha sıkıntılı kimliklere bilgi seferberlikleri doğuracak şekilde birbiriyle karışmış bulunmaktadır. Bize öyle gelmektedir ki bu, alternatif küreselleşme hareketinin 2002 ila 2006 yıllarındaki uluslararası karşı zirveleri ve Dünya Sosyal Forumları (DSF) esnasında etkin olan ve aynı zamanda hem karşı hegemonya hem de perspektivist eleştirileri benimseyen alternatif medya Attac-Info'nun durumudur.

İki çeşit kamusal alanda da yer alan Attac-Info, bireylerin ortak bir proje etrafında seferber olduğu (perspektivist eleştirinin bazı beklentilerine yakın olan) bir *eylem topluluğu* olmakla birlikte, aynı zamanda bu seferberliğin sonucu olan (karşı hegemonya eleştirisinin ilkelerine

\*Laboratoire Sociology and Economics of Networks and Services  
(SENSE – Orange Labs)

[fabien.granjon@wanadoo.fr](mailto:fabien.granjon@wanadoo.fr)





duyarlı) bir *temsil alanı*dır. Bu iki konumlandırma arasında oynayan eytişimsel (diyalektik) ilişkilerden birkaçını bu somut örnek üzerinden düşüneceğiz. Asıl olarak bu bilgi seferberliğinin deneyimsel şekillerine ve özellikle 2003 DSF<sup>1</sup> esnasında Attac-Info'da açığa çıktığı şekilleriyle anlam inşasının somut biçimlerini inceleyeceğiz.

### **Karşı hegemonya ve perspektivist eleştiriler**

Burada bilgi seferberliklerinin aynı anda egemen medyalara yönelen eleştiri tarzlarını ve onlara karşı olan karşı-model tarzını niteleyen başlıca iki çerçeveleme şeklini ayırt edebilmenin mümkün olduğu olgusundan yola çıkmaktayız. Birinci çerçeve, eleştirisini bilgi üreticilerin çemberinin kendi üzerine kapalı olmasının ve egemen medyaların kamuya göre sürdürdüğü asimetrinin reddine dayandırır. *Perspektivist* dediğimiz bu eleştiri biçimi bu haliyle sözün profesyoneller, sözcüler ve uzmanlar tarafından tekelleştirilmesini reddeder. Kitle iletişimlerini ve profesyonel gazeteciliği yeniden oluşturmayı, bireysel söylemi özgürleştirmeyi ve “medyaların kolektif benimsenmesinin olasılığını açan, sadece ‘geniş kitlelere’ değil, aynı zamanda azınlıklara, marjinallere, her tabiattan sapkın gruplara gerçek iletişim araçları veren, minyatürleştirilmiş sistemleri” (Guattari, 1977: 367) terfi ettirmekten daha az önerir. Burada doğruluk konusu (ya da başka bir hakikatin açıklanması) olası nesnellik ufku içinde değildir çünkü imkânsız ve istenmeyen bir soru olarak görülmektedir. Bu eleştirinin başlıca hedefi öznelliklerin ifadesidir. Önemli olan, bilgi üreticilerin sayısının artmasıyla mümkün kılınan bakış açılarının çeşitliliğini sağlamaktır. İfade hedefinde böylece değerlendirilen şey, toplumsal aktörlerin toplumsal dünyayı temsil ve tasvir kaynaklarına ulaşım kapasitesinin yeniden dağıtılması ve genelleşmesidir. Perspektivist eleştiri (Indymedia'nın iyi bir örnek oluşturduğu) alıcıların edilginliği prensibini sorgular ve konuşmacıların haklarının savunulmasına ve yaygınlaştırılmasına tutunur: Bilgiyi birinci şahıstan üretmek, söylemek ile yapmak arasındaki mesafeyi reddetmek, bilgi yayıcıların sayısını çoğaltmak, yayın merkezlerini yaygınlaştırmak vs. Medyatik kamu alanında gücünü uygulayan teknelci eğilimlerin karşısında perspektivist eleştiri açık söz alma mekanizmalarının kurulmasını istemektedir. Kendisinin toplumsal ve kültürel gereksinimlerine şeref verme kabiliyetine sahip olan konuşmacıların ifadesine öncelik verme ve bunu yapamayan, istenilen niteliklere ve yeteneklere sahip olmayanları dışlama eğiliminde olan medyatik formatların dayattığı engellemelerden özgürleşmekten yanadır. Öyle ki bu eleştiri tarafından hedef alınan alternatif, “çağdaş öznelliği ezen kitle medyalarının iktidarının değişimi ve bilgi, iletişim, zekâ, sanat ve kültür makinelerinin bireysel ve kolektif biçimde benimsenmesine ve yoğun kullanımına denk gelen post-medya çağına giriş”tir (Guattari, 1990).

*Karşı hegemonya* olarak adlandırdığımız ikinci eleştiriye gelirse, egemen medyalar olan “küreselleşmenin ideolojik aygıtları”nın propagandacı işlevini gün ışığına çıkarmaya tutunduğunu görürüz. “Muhafif eleştiri”nin yaratılmasına çağrıda bulunur: Bilgi akışlarının dünyanın her yerine karmakarışık biçimde eşitsiz dağılımını, Batılı medyaların kültürel hegemonyasını, medya şirketlerinin politik ve ekonomik dünyaya olan sadakatini, gazetecilik

---

<sup>1</sup>Dikkatimizi eylemle ve eylemin içinde inşa edilenlere vererek, çeşitli veri derlemelerine başvurduk. Attac-Info'nun içerisinde gerçekleşen somut ilişkileri ayrıntılı biçimde değerlendirmemizi sağlayan etnografik gözlemlere (2002 ve 2003 DSF esnasında üretilen ve – 2003 Mayıs-Haziran G8 Evian zirvesine yanıt - yasadışı G8 karşı-zirve esnasında tamamlanan notlar, röportajlar, fotoğraflar, video belgeler) başka kanıtlar eklemelendi: Yayın listelerinin analizi, ulusal seferberlikler esnasında bazı militanların izlenmesi, resmi olmayan görüşmeler, vs. Çeşitli milletlerden olan yirmi kadar militanla (Fransızlar, Almanlar, İtalyanlar, İsviçreliler ve Arjantinliler) yapılan bir dizi yarı-yapılandırılmış görüşme, bize bunların kendi uygulamalarına verdikleri anlamı daha iyi anlamamıza ve bireylerin Attac-Info'yla sürdürdükleri ve sürdürdüklerini söyledikleri ilişkileri değerlendirmemizi sağlamıştır.

alanının kendi profesyonel meseleleri üzerine kapanmasını, kâr arayışını ve sansasyonelliğini vs. ifşa eder. Bu açıdan gazeteciler ideolojiden, suç ortaklığından ya da bilgi üretiminin koşullarının dayattığı engellemelerin sonucunda egemen olan düşünceyi yeniden üretmektedirler. Her şekilde gazetecilik sapmalarının başlıca belirleyicisi olarak araya giren, bilgi endüstrilerinin mülkiyet yapısıdır. Doğruluk ve yanlışlık, aldatma ve körlük, dünyanın temsilindeki asimetrikler ve deformasyon meseleleri ise bu yapının sonuçları olarak ortaya çıkmıştır. Ayrıca, alternatifler acaba medya endüstrilerinin düzenlemesindeki yapısal değişimler, jeopolitik çağlar arasında bilgi akışlarının yeniden dengelenmesi, bilginin kamu sektörünün güçlenmesi ve dahası, dinleyici, izleyici ve okurların baskısı karşısında bağımsızlaşması aracılığıyla mı ilk olarak belirtilmiştir? Öte yandan, karşı hegemonya eleştirisi kendilerine silah ve savunma verme konusunda katkıda bulunan sosyal bilimlerden bolca etkilenmiştir. Öyle ki, egemen medyaların suç ortaklıklarına ve sansasyonelliğe karşı bilgi modelinin, bilimsel çalışmanın gereksinimlerinden yola çıkarak belirlenmiş olması şaşırtıcı değildir: Doğruluk modeline gönderme, olabildiğince mesafe almak, uzun soruşturma süresi, kısa formatlarla ve formüllerle kopuş, okuyucunun yazarın uğraşlarıyla zayıf entegrasyonu vs.

Alternatif küreselleşme bağlamında, bu iki eleştiri modelinin uygunluğu hâlâ sorundur. İlk gerilim noktası, karşı hegemonya ve perspektivist eleştirilerin aktörlerinin güvensizliği ve düşmanlığında değilse de temas yokluğundadır. Tarihsel sebeplerden dolayı karşı hegemonya aktörleri Dünya ve Avrupa Sosyal Forumlarının tartışmalarının merkez alanı ile sıkı bir biçimde bütünleşmişlerdir (Cardon ve Granjon, 2005). Genel kurullar esnasında kürsüyü işgal ederek, perspektivist medyaların temsilcilerine fazla yer vermeden kendi konularını empoze ederler. Dolayısıyla sosyal forum tartışmalarında perspektivist eleştiri tarafındaki medyalarından çok yerel ve topluluk medyaları federasyonlarına daha kolayca yer verilir. Her şey sanki karşı hegemonya eleştirisinin savunucuları militan medyalar ve topluluklar ile Yeni Dünya Enformasyon ve İletişim Düzeni (NOMIC – MacBride, 1986) üzerine sürdürdüğü tartışmaların uzatmalarında dokuduğu söyleşi tipini alternatif küreselleşme hareketinin ortasında devam ettiriyormuş gibidir. Öyle ki, onlar için *açık yayıncılıktaki (Open Publishing)* gibi perspektivist evrenlerde hükmeden düzensiz canlılığı kavramak güçtür. Çok “saf” saydıkları varsayımları, açık bir katılımın olasılığına olan inançları, görecelilikleri ve internet teknolojileri tarafından önü açılan olası gelişmelere olan kuvvetli ilgileri karşısında kendilerini çoğu zaman çok eleştirel gösterirler. Bu iki dünyanın arasındaki ilişkiler, karşılıklı tanımama ve anlamamadan oluşuyormuş gibi görünür. Perspektivist eleştiriye gelince, kültür hegemonyasını ve egemen medyaların kapitalist yoğunlaşmasını bildirmesinin gerçek alternatifler yaratmakta yetersiz kaldığını farz eder. Bunu özellikle de sözde uzmanların ya da militan örgütlerin sözcüleri tarafından el konulmasının başka şekillerinin yeniden oluşmasına karşı hiçbir teminat vermediği için düşünür. Resmi programların ve Sosyal Forum tartışmalarının görece dışında kalan katılımcılar, “merkez” örgütler tarafından şüpheyle ve mesafeyle karşılanır. Buna karşılık, perspektivist medyalar sosyal forumların çevre alanlarında çok bulunurlar: Gençlik köyleri, no-vox konaklamaları, alternatif basın salonları, eylemler, itaatsizlik davranışları, *hacklab*<sup>2</sup>lar vs. Geert Lovink ve Florian Schneider’in da (2002) açıkladığı gibi, karşı-zirve ve sosyal forumların organizasyonu bürokratik tehditlerle ve aşırı sol başta olmak üzere siyasi örgütlerin arasındaki iktidar mücadelesinin yeniden canlanmasıyla lekelenmiştir. Kendiliğinden oluşçu ve özgürlükçü bir mantıkta, perspektivist

<sup>2</sup> Hacklab: Bir grup bireyin internetle, yeni teknolojilerle ve sivil haklarla ilişkili olan konular üzerinde sosyal açıdan deneyler yaptıkları, yayınladıkları ve tartıştıkları otonom bir mekandır. Bu terim *hackerin* ve *laboratuvarın* birleşiminden ortaya çıkmıştır. Karşı kültürün ifadelerinden birini temsil etmektedir.

medyalar, kurulmuş olan güçlere güvenmemekte, Chomsky'nin komplo teorileriyle alay etmekte ve öznelliklerin otonom ve özgür ifadesine değer vermektedir.

### **Attac-info örneği: Eylem topluluğu ile temsil alanı arasında**

Türkçeye Yurttaşlarla Dayanışma Amacıyla Finans İşlemlerinin Vergilendirilmesi Derneği<sup>3</sup> olarak çevirdiğimiz Attac örgütünün Fransız kanadıyla kısmî bir şekilde bağlı olmasına rağmen, Attac-info kendini buradan ayıran, otonomiye sahip bir gruptur. Resmi olarak on beş Attac militanının (Fransız, İsveçli, Avusturyalı, İtalyan, Kebekli ve Arjantinli) birleşip uluslararası bir idare takımı oluşturmasından önce, İtalya'da (2001'de Cenova'da ve 2002'de Floransa Avrupa Sosyal Forumu'nda) ve Brezilya'da (2002 Porto Alegre'deki Dünya Sosyal Forumu'nda) alternatif küreselleşme olaylarıyla ilişkili bilgilerin internette üretimi ve bulunması deneyimleri gerçekleştirilmiştir. Bu önemli konjonktürler sırasında, karşı zirveler esnasında organize edilen çeşitli militan eylemleri (eylemler, atölyeler, forumlar, vs.) konu alan alternatif medya raporları sunmak amacına dayalı ortak tertibatlar denenmiştir. Attac-Info böylece kendisini, “olabildiğince çok dilde birinci elden bilgi üretme” amacına yönelik olan “açık, kolektif, uluslararası, çok dilli ve militanlar tarafından özyönetimli” bir medya olarak göstermektedir. Aynı zamanda, zımnen, kendini ne “tek bir siyasî çizgiyi” takip eden “Attac'ın resmî sesi” olarak, ne de “nesnelligi ve olayın etraflıca raporunu vermeye çalışan bir medya” olarak tanımlamaktadır.

Dolayısıyla Attac-Info, geniş ölçüde Attac şebekesinin (ne yetki ne de güçlü sorumluluklar uygulayan) esas militanlarından oluşmakla beraber yalnızca bu örgütün militanlarından ibaret değildir. Katılımcıların kabul edilme süreci farklı şekillerde gerçekleşir: Öncelik bütünleşme olarak tanımlayabileceğimiz *de facto* seferberliğin, bireylerin yaşam alanlarında gerçekleştirilmesine verilse de eğilim veya doğrudan siyasi olmayan yetenek kriterlerine bağlı bir nevi “askere alınma” şeklinin de olduğu çeşitli yöntemlerdir. (Gelecekte) bir “editörün” yakın arkadaşı veya yakını olmak, kapsanan etkinlik yerinde bulunmak ve bilgi üretimiyle ilgilenmek, Attac-Info'ya dâhil olmak için oldukça yeterli koşullar gibi görünmektedir. Medyanın militan çevresine ait olan herkes, önceden üyelik koşullarına tabi olmadan kendilerini ifade etmeye davet edilmiştir. Toplu eylem sosyolojisinin bir klasiği olan (bkz. Klandermans ve Oegema, 1987), “katılımcıların alınma sürecinin birbirini tanıyan, arkadaşlık ve taahhütü birleştiren, önceden kurulmuş sosyal ağlara katılan küçük birey nişlerinin varlığı temelinde gerçekleşmesi”nden bahsedebiliriz. Genel olarak, Attac-Info her iki cinsiyette (erkeklerin biraz fazla temsili ile), her yaştan, farklı milletlerden, ancak çoğunlukla üst mesleki kategorilerden oluşan, farklı mesleklerden gelen, farklı bireylerin ilgili olduğu heterojen bir yerdir. Çeşitli topluluklara daha geniş (çoklu) katılım dinamiğine eklenen deneyimli militanlar, başka hiçbir ek taahhütü olmayan birincil Attac militanlarının büyük bir kısmı ve Attac-Info'daki faaliyetleri sosyal çatışmaya bağlı her türlü işten ayrı olan militan derneğe bağlı olmadan katkıda bulunanlarla yakın ilişki içindedirler. Katılımcı alımlarıyla ilgilenen “eskiler”, yetenek kriterlerini veya militanların belirli bir alandaki bilgilerine dayalı seçim ilkelerini açıklamaktan kaçınıyorlarsa da Attac-Info katılımcıların büyük çoğunluğunu önemli bir kültürel sermayeye ve genelde bilginin işlenmesine doğrudan yatırılabilir yakınlık sahibi bireylerdir. Dolayısıyla yeni katılımları kuruluşla bağdaştırma biçimleri çoğu zaman, Attac-Info'ya faydalı ve bilgi militanlarının ortaklıklarını onlardan yola çıkarak düşündükleri ve doğruladıkları yetenek alanları olan programlama, çeviri veya yazı tekniklerini kapsayan belirli becerilere hâkim olmasına bağlıdır. Attac-Info'ya giriş “alanları” çok çeşitlidir ancak

<sup>3</sup> Attac, Fransızca «Association pour la Taxation des Transactions financières pour l'Aide aux Citoyens»'nin kısaltmasıdır.

katılımcı alımları ihmal edilmeyecek bir ölçüde, bireylerin, onlara sunulan özellikle takdir ettikleri uygulayıcı faaliyetleri geliştirme fırsatına dayanarak bütünleştikleri beceriklilik arenalarının varlığına endeksli bir taahhüt modeline göndermede bulunurlar. Birliğin inşası burada kişisel yetenekler dizisini seferber etmeye bağlı katmana dâhil olma aracılığı ile projeye hizmet etmesi, olası militanların artma işlemi gibi tasarlanmaktadır. 2003 Dünya Sosyal Forumu esnasında Attac-Info, etkinliğin bu şekilde yedi dilde (Fransızca, İspanyolca, İtalyanca, Almanca, Portekizce, İngilizce ve Fince) kapsanmasını teklif etmiştir. Böylece altı gün boyunca yüze yakın çeviri (en çok paylaşılan içerikler, en çok çevirilen belgeler bölümünde olanlardır) ve 260 yeni yazı (makaleler ve belgeler) internette yayımlanmıştır<sup>4</sup>.

## Eylem topluluğu

Her gün, prensip olarak mecburî olan ve katılımcıların çoğunluğunun mevcut olması gerektiği yazım toplantısıyla başlamaktadır (gerçekte, katılım değişken ve ılımlı olmaktadır – içerik üretmiş bireylerin tümünün üçte birinden azı sabah erken saatte gerçekleşen bu toplantıları katılmıştır). Bu toplantıların her biri değişik milletlerden gelen kişiler tarafından gerçekleştirilebilmektedir. Masada yer alan her kişiye, ele almak istediği konu/konulardaki niyetleri gruba (İngilizce) açıklaması için söz verilir. Seçilen konular, herkesin günün sonunda internete konulması gereken içeriklerin genelini görmesini sağlayacak duvara asılı geniş kâğıtlara geçirilir. Bu prosedür, birçok yazarın aynı konuda çalışmasını önlediği gibi daha iyi bir iş bölümü de sağlamaktadır. Ancak gerçekten mevcut sayısına göre, bir katkıya malzeme olabilecekler konusunda çok belirsiz bir fikri olan büyük bir çoğunluğun tasarılarını açıklamada yetersiz kalması ender değildir. Bu zaman dilimi, en iyi bilgilendirilmiş militanların (yani önemli siyasî kapitale sahip olanların) ve Attac'ın etkinliklerinde (atölyeler, seminerler, konferanslar v.b.) en çok yer alanların kapsanılmasının gerekli olduğunu düşündükleri ve onlar için mümkün olduğunca çok reklam yapmayı istedikleri etkinlikleri hatırlattıkları veya yer aldıkları andır. Dünya Sosyal Forumu'nun programı hızlıca gündem taslağı ve gelecek makaleler, ses kayıtları ve fotoğraflı röportajlar için birkaç yol çıkarmayı sağlayan bir dergiye dönüşmüştür.

Bilgi militanları tarafından özgürce dile getirilen hiçbir öneri, tartışmaya neden olmamaktadır. Karşıtlıklardan kaçınma mantığıyla anlaşmayı amaçlayan bir teşebbüsün sonucu olan ve kolektif kararların nadiren oylamaya sunulduğu alternatif küreselleşme hareketinin dâhilindeki uygulamaları kıstas alırsak, Attac-Info'nun “sabah toplantılarında” eleştirel hiçbir tartışma olmamaktadır. Her şey polemiklerden, ideolojik karşılaşmalardan kaçınmak, katılımcıların eyleminin ve yorumsal çerçevelerinin yargılarını harekete geçirebilecek siyasî fikir alışverişlerinden kurtulmak için yapılmaktadır. Her şey, inançların ve temelde bazı katılımcıların militan deneyimlerinin haklılığı, eylemin etkinlik derecesiyle orantılı olarak bir çeşit temize çekilmesi ile olmaktadır. Hiçbir anda örneğin şu ya da bu eylemin ya da etkinliğin hesabını vermenin olası (siyasî) gerekliliği gerçekten tartışılmamaktadır. Aynı şekilde hiçbir zaman belirli bir konuda (hücum açısı, bilginin hiyerarşileştirilmesi, otosansür, vs.) kendine özgü bir ifade biçimi ya da bir bakış açısı getirmiş olmanın hipotetik mecburiyeti müzakereye konulmamıştır. Yazarların çoğunlukla son derece kritik yaklaştığı, profesyonel alanı (gazetecilik alanını) niteleyen teknikleğe muhalefet gibi gözükebilecek şey, aslında pahalıya savunulmuş olan bireysel özerkliğe engel olabilecek örgütsel kurallara uymayı ve ideolojik olarak bazılarının siyasî konularıyla aynı evrede olan olmayan hiçbir editöryal çizginin beklentilerini karşılama gerekliliğinin reddedilmesinin tercümesi olarak ortaya çıkmaktadır. Faaliyetlerin çokluğu yazarlara Forum'un içerisindeki yollarını çizmek için

<sup>4</sup> Bu üretimlere, <http://www.archive.attac.org/indexfla.htm> adresinden ulaşabilirsiniz.

verecekleri kararların her birinin kesin nitelikte olacağı duygusunu verebilir. Forum'un Porto Alegre'deki coğrafi dağılımından, konuların ve organizatörler tarafından desteklenen tartışma fırsatlarının artmasından dolayı yazarlar, Attac-Info okurlarının en büyük ilgisiyle karşılaşabilecek birkaç militan eylemi, önerilen etkinliklerin bolluğu içerisinde sınırlandırmayı ümit ederek çoğu zaman farklı sahnelere katılımlarını çoğaltmayı denemektedirler. Kolektif mübadele alanı olan ve Attac-Info'dan çeşitli aktörlerin abone olduğu webinfo-poa2003\_1 yayın listesi aynı zamanda yazarların kapsamı ve ilgilenmesi beklenen bilgilerin geçişini de sağlamaktadır. Ancak zamanları, istekleri ve ele alınacak olan militan durumların ilgilerini hızlıca kavramak için gereken siyasî birikimleri olmalıdır.

Aktif bir bütünleşme, önemli bir sosyal sermaye ve yaygın çoklu-aidiyet, gerçekte yazarların kendilerini haberdar tutma ve yazı malzemesi bulma yetenekleri için bilinen avantajlardır. Bilgi militanlarının Porto Alegre'deki mevcudiyeti genel olarak tek bir örgüte bağlıysa da onların öteki militan (örgütlü, sendikacı, siyasî) kimlikleri onlara farklı gruplarla etkileşime geçme ve birbirinden hassas biçimde ayrışan militan evrenlerde dolaşma olasılığı verir. Katılımcıların örgütsel aidiyetleri büyük bir kısmıyla önerilen etkinliklerin arasında kendine rehberlik edebilmek için neredeyse kaçınılmaz bir kaynaktır. Dünya Sosyal Forumu gibi ağ etkinliklerinde, etkinliğin çevresini tam olarak sınırlayan eksiksiz bir bilgi sistemine ulaşmak kolay değildir. Geniş ve kurumsal bir tanıtımdan yararlanmadan gerçekleşen pek çok etkinlik yer alır. Etkinliklerin bilinmesi daha çok azar azar seyrederken, bilgi, ağın belli kısımlarında herkes tarafından tanınmasına gerek olmadan daha gönüllü bir biçimde seyreder. Forum üzerinde olan bilgilerin ihmal edilmeyecek bir bölümü bu şekilde örgütlerin ve ağ yapıların ortasında en çok bütünleşmiş olan aktörlerin bilgiye daha çok hakim olmalarına imkân verecek şekilde ilerler. Bazı sahnelere ulaşımın gizli olduğunu söyleyemesek de en nadir bilgilere ulaşmak için geniş ve açık bir ilişkisel ağa sahip olmak yararlıdır. Dışlama biçimleri, farklılıkların damgalanması ve bireyler arasında asimetrielerin yaratılması hiçbir zaman açıklanmamıştır. Ancak olayları anlama yetenekleri doğrudan militan ağı tanımaya endeksli olduğu için zımni bir şekilde yaratılmaktadır.

### **Değişen kolektif kimlik**

Özellikle, kıtasal ya da bölgesel Dünya Sosyal Forumlarına ve karşı zirvelere eşlik eden kitle hareketlilikleri esnasında gerçekleşen alternatif küreselleşme hareketi örneğinde, Attac-Info “kendini hazırlayan ve gizlilik halinde besleyen bir potansiyeli görünür kolektif bir eyleme” (Melucci, 1983: 15) dönüştürmektedir. Bilgi militanlarının fiziksel olarak biraraya gelişinde ara sıra görülen ve “ağ halindeki bir çalışma ve başlama-bitiş tarihleriyle sınırlanmış bir süre içerisinde belirli projelerde işbirliği” ile eşanlamlıdır. Böylece az çok, alternatif küreselleşme hareketinin kolektif hareketlilik dönemlerini niteleyen, art arda gelen yakınsama ve “askıya alma” evreleri takip edilmektedir. Buna kıyasla, bu toplanma ancak hareketliliklerin arasında uzman ve/veya militan bazı duygulu ilişkileri devam ettirmek için bir çaba harcanırsa devamlılık kazanır ve kolektif kimliğine hakim olabilir. Örneğin, şenlikli gecelerin düzenlenmesi, aynı coğrafi bölgede bulunan birkaç katılımcının, biraraya gelip, kesikliliğin çarpmış olduğu gruplaşmaya en azından bir birlik temin etmeye yönelik “kendi aramızdalığın” inşası için çalışmalarına müsaade edilmektedir. Ancak şimdi “bilgilerin dolaşımı vasıtası ile bir dizi bağlantıdan oluşan [...] yalnızca, üzerinde, sonrasında tekrardan gündeliğe dalmak üzere yüzeye çıkan gizli ağın olduğu sorunlar etrafındaki kolektif hareketlilikler dolayısıyla belirginlik kazanan bağlantılar olan” (Melucci, 1983: 15) ağların kendini, kolektif hayatı yapılaştıran temel öğelerden biri gibi de gösterdiği akla yatmaktadır. “Tarihseller” takımı genelde her hareketlilikten önce en az bir defa toplanmaktadır, ancak en aktif militanlar, yani çoğu zaman en az bütünleşmiş olan bilgisel militanlar haricindeki

uluslararası idare ekibi arasındaki ortak alan görüntüsünü korumayı sağlayan esas özel yayın listesi (webinfo\_1) üzerinden yapılan mübadelelerdir. “Bireylerin, grubun değerleriyle önceden bütünleşmesi gerekmeden harekete geçirilen” bireysel yeteneklere ya da seçici eğilimlere bağlılık gösteren Attac-Info’yla bütünleşmenin tipik geçişsel bağlılıkları, “her an geri çekilebilecek, zamanda ve yerine getirilecek olan görevde kısıtlı olan geçici bütünleşmiş bireyleri” (Ion, 2001: 29) karşılayan kolektif kimliğinin sabitlenmesini kolaylaştırmamaktadır. İnternet üzerinden yürütülen etkileşimler açıkça varolan en sağlam bağlantıları koruyor hatta güçlendiriyorsa da kuruluşa o ya da bu şekilde katılmış olan bireyler arasındaki daha zayıf ilişkilerin söz konusu olduğu kolektifi inşa etme kapasitesine sahip değildirler. Ayrıca militan yatırımların devamsızlığının daha az yoğun dönemlerde en aktif olan üyelerin otoritesinin ve gücünün birikmesini desteklediği gerçeğinin de üstünü örtmemektedirler.

Bu koşullarda, kolektifi yaşamak ve kendi-aramızdalığı paylaşmak artık eylemin ön koşulu olmaktansa onun sadece sonucu olabilir. Eylem sırasında en bütünleşmiş olanlar kendilerini bu şekilde olabildiğince katılımcıları birleştirmek, kurumun yenilikçi yanını göstermek ve Attac-Info’da idare edilen eylemin alternatif küreselleşme hareketine getirdiği değer arttırımı üzerinde durmak için zorlamaktadır. Bu gösteri işlemlerinin en geniş şekilde bilgi militanlarını özgün ve gerekli bir maceraya katıldıklarına ikna etmekten başka amaçları yoktur. Buna karşılık, kendilerini “tarihin zanaatçıları” olarak gören (Gaxie, 1977: 151) uluslararası idare ekibinin üyeleri emsalsiz ve duyulmamış bir hareketin özünde olmanın güçlü duygusunu paylaşmaktadırlar. Kendilerinin hayırlı icatları olarak gördükleri internet aracı, onların gözünde kökten yeni bir girişim olmakta ve dolayısıyla genel olarak sınıf çatışmalarına bağlı alternatif ya da komünal medyaların daha eski deneyimleri hakkında hiçbir bilgileri bulunmamaktadır.

Kendisini güçlendirmek ve istikrar kazanabilmek için Attac-Info’nun belirli bir kolektif kimlik arayışına ve ortak bir hayalin paylaşımına yakınlaşan ayinsel ve simgesel beceriler kurmaya ihtiyacı vardır. Eğlenceli durumların (yemekler ve içkili eğlenceler), nesnelere (denklik belgeleri, çıkartmalar), davranışlar (kucaklaşmalar, keyifli haller), konuşmaların tümü; bu şekilde bir rekabet, suç ortaklığı ve önceden verilmemiş bir “birlikte olmayı” inşa etmeyi hedefler. Bilgi militanları güçlü bir şekilde organik bağlılıkları ifşa etseler de buna karşılık, gruplaşmanın ortasındaki arkadaşça mikro-bağımlılıkları değerlendirmektedirler. Attac-Info’ya bağlılık duygusu bu şekilde kendini daha çok, “militanların arkadaşlığının, dayanışmasının, bağlılığının, duygu ve zevk ortaklığının, bir grupla özdeşleşmesinin [...], sevgisinin, suç ortaklığının, dostluğunun yarattığı sevinçler, ikincil ya da bayağı olarak yargılayabileceğimiz ancak güçlü bir bağlılık aracı olduğu” (Gaxie, 1977: 137) duygusal nişlerin varlığına dayanmaktadır. En çok deneyime sahip olan bilgi militanları, bu niş toplumluluğunu grubun tümüne yayacak ve bir ekip ruhu yetiştirecek şekilde davranmaktadırlar. Kucaklaşır, birbirimizi kollarımızın arasına alır, arkadaşlık ve karşılıklı selamlaşma hareketleri ile eskiye dayanan ilişkilerdeki gibi çoğaltırız. Görünen o ki, temelinde karşı hegemonya eleştirisine yakın olan ideolojik bir suç ortaklığı üzerine kurulmuş, üstü kapalı bir uzlaşmayı paylaşmaktadırlar. Ancak gerçekte bu daha çok, *önsel (a priori)* olarak bulunmayan bir kolektif birliğin sunî korunmasına ve “aynı somut koşulları paylaşan tekil bireylerin uygulanımlarının” (Ion, 2001: 40) hareketlendirilmesiyle “biz”in kurulmasına denk düşer.

Projenin tanımlanmasına ve Séville Avrupa Zirvesi esnasında duyurulmasına başından beri iştirak etmiş bir düzine kurucusu olan hemen hemen sürekli bir uluslararası idare ekibi varolmasına rağmen, Attac-Info’yla bütünleşmiş olan bireylerin büyük bir çoğunluğu, “yakından kesinleştirilmiş ortak pratikler” tarafından bir araya getirilmiş, belli anlarda

hareketlendirilen ve açılacak “davalara” göre yeniden tanımlanan belirsiz çevreleri, esnek ve dağınık bir yapının katılanları olan “vekilleri” gibi gösterilebilir. Üye olmadan katılabilen konjonktürel eylemler topluluğu Attac-Info’nun dinamiği üyelerinin bütünleşmelerine bağlı ve paralel olarak gelişmektedir. Attac-Info, perspektivist eleştiri tarafından övülen düzenlenme biçimlerine yakın bir “azad edilmiş bütünleşmeye” (Ion, 2001) karşılık gelmektedir. O zaman katılım fikrinin kendisi “tam bilerek” gerçekleşen bir bütünleşmeye üstündür. No Vox ağındaki bütünleşme biçimleri modeline göre, Attac-Info’ya katılım esasen somut uygulamaların paylaşımıyla doğru orantılıdır. Burada savunulan amaca (medya otonomisi kazanmak) bağlılık, bilgi militanının bütünleşmesinin ana dinamiği olmadığı açıktır. Dolayısıyla kültürel sermayesi örnek teşkil edecek kadar önemli olan Attac-Info militanları, Attac’ın ideolojik araçlarına ve genel olarak alternatif küreselleşme hareketine görece iyi hâkim olsalar da bu bilgi üretimiyle olan özel bütünleşme seçimini çok kısmî biçimde açıklamaktadır. Attac’ın başlıca amaçlarından birinin “yönetmelikle ilgili kararları doğrudan etkilemek [değil], kültürel değişimi başlatmak [amacıyla] farksız bir görüşü hareketlendirmeyi [aramak ve] meydana getirmek” (Patou, 2000: 81-85) olduğunun ve bu amacı bakımından, Attac-Info’nun çalışmaları meşru olup, buna katılmanın akıllıca olduğu gerçeğinin keskin bir bilinci vardır. Ancak bu böyle olsa da militan bağlılığın çıkarının psikolojik ve duygusal parametreler (McAdam, 1988), birincil dayanışma arayışı (Melucci, 1983) ve sembolik ödüller bütünü (Gaxie, 1977) ile de gerekçelendirildiğini biliyoruz. Ayrıca, görüşülen militanların çoğu hiçbir zaman tek bir çıkar gözetmeyerek bu işe girdiklerini savunmamışlardır. Kendi üzerlerinde düşünme dereceleri, seçmiş oldukları sefereberlik biçimini, siyasi dürtüleri dışında açıklayan başka nesnel faktörlerin varlığını düşünmeye itmektedir. Bilgi üretimine olan bağlılıklarının sebebini bu şekilde, her zaman günlük militan etkinliklerine değil, propaganda ile kamu görüşünün manipülasyonuna, yanlış bilgilendirmeye ve “rızanın üretimine” (Chomsky ve Herman, 1988; Chomsky ve McChesney, 2000) karşı bir mücadeleden uzaklaşmış görünen belirli tatminlere yüklemektedirler.

Büyük çoğunluğu üretilenleri okumasalar da Attac-Info, katılımcılarının doğrudan yararlanabileceği ancak kendini açıkça kamu yararı hizmeti vermeyen bir mekanizma olarak tanımlamaktadır. Militan topluluk, temelde bilinçli üyeler ve kaynak-bireyler (McCarthy, Zald, 1987) tarafından oluşmakta, seferberliğin uğruna yürütüldüğü bireylerden ayrı tutulmaktadır. Yürütülen seferberliğin ve elde edilen ödüllerin, elde edilen seçmeli yararların doğrudan kişilerin her birinin militan etkinliğine bağlı olması sebebiyle, burada kamu yararı olamaz. Attac-Info’ya katılmıyaz, aktif üye olunur ve “çoğu zaman her üyenin biyografisine ve sosyal kaynaklarının yapısına göre değişen” (Gaxie, 1977: 136) dolaylı ve sembolik bireysel kazançlar işte bu katılımından ortaya çıkar. Attac-Info militanlarının büyük bir çoğunluğu için çeşitli kitlelerin (bilhassa okuyucu kitlelerinin) verdiği ve çalışmanın daha çok her zaman sahip olmadıkları siyasî ve örgütsel yeteneklerin ortaya konulmasıyla değerlendirildiği “klasik” bir alternatif küreselleşme militanlık uygulamasında elde edemeyecekleri sembolik ödüller bütününden yararlanmalarını, bu aygıtın içerisinde buldukları mevki sağlamaktadır. DSF’ye ve Attac-Info’ya katılmak, ayrıcalıklı tanıklara ve istisnai bir olayın sözcülerine dönüşerek alternatif küreselleşme hareketinin aktif ve kamusal aktörleri olarak konumlanan ve kendilerini, denklerinin dikkatini ve sonunda onaylarını kazanmak için önlerine serilen bilgi militanlarının değerlenmesini sağlamaktadır. Genelde kendilerini uluslararası düzeyde eyleme geçmek için gereken kapasitelerden yoksun hisseden militanlar, burada dış ülkelerde gerçekleşen çokkutuplu bir projeye gerçekten katılan bir eylem yürütme arzularında onları memnun eden bir eylem aracı bulmaktadırlar. Kendilerini “hareketin gazetecileri” olarak gören militanlar, entelektüel (bilirkişililiğin ve analizin daha önemli bir yere sahip olduğu bir bağlamda değerinin yüksek olduğu) bir çalışma gerçekleştirirler ve kamu sahnesinde bu şekilde, Walden Bello ya da Jean-Baptiste Eyraud

gibi Attac-Info üyesi olmamalarına rağmen çeşitli makalelerde katkılarını bulduğumuz hareketin fener figürlerinden bazılarıyla aynı zamanı ve sembolik mekanı (aynı kürsüyü değil!) paylaşarak, normal zamanlarda yatırım yapamayacakları bir rol oynamış olurlar. Bu avantajlar dolayısıyla katkılarının altına, sembolik ödüllerin aktifleştirilmesinin gerekli koşulu olan imzayı atmayı hiçbir zaman unutmayan yazarlar ve çevirmenler tarafından özellikle iyi algılanılmaktadır. Bu “büyük bir şeyin parçası olma” duygusu öte yandan her kişinin çalışmasını değerlendirme ve grubun sosyal birliğini güçlendirme fırsatını kaçırmayan “tarihî” militanlar tarafından bilerek devam ettirilmektedir.

Atta-Info'nun kolektif kimliği önceden belirlenmemiş olmakla birlikte geniş ölçüde değişkendir (transient identity – Klandermans, 1994). Kendisini eylem içerisinde, “birlikte yapmanın” çevresinde inşa eder ve Attac-Info'nun içerisindeki seferberliklerini, çoğu zaman kendilerini verdikleri başka olası bağlılık biçimlerinden *a priori* olarak benzer bir etkinlik biçimini meşrulaştıran bilgi militanlarının arasındaki etkileşim fırsatlarından ortaya çıkar. Bilgi militanlarının bireysel kimlikleri ve Attac-Info'nun kolektif kimliği arasındaki uygunluk sembolik üretim faaliyetiyle çok marjinal biçimde bağlantılı olan referans işaretlerine dayanır. Daha çok, bazılarının Attac'ın konumlarıyla sürdürüldüğünü ifade ettiği, bazılarının daha küresel olarak alternatif küreselleşme hareketine özdeşleştirdiği çeşitli ideolojik temaslardan kendini besler. Bilgi militanları bu şekilde mücadelelerini sembolik sahadaki muharebelerinin özelliğini silmeye yönelik bir genellik ve özel olan “militan profesyonellik” seviyesinde konumlandırılır. Bilgi üretimi alanında çalışan militanlar, örneğin kendilerini hiçbir zaman diğer alternatif medyalara göre konumlandırmazlar ve çoğu zaman onları sadece belli belirsiz tanıdıklarını söylerler. Birkaçı hariç, “yazarlar” üretimlerinin arasındaki farkı belirlemede yetersiz kalır.

## Temsil alanı

Eylem topluluğu olan Attac-Info aynı zamanda bir temsil alanı olmaktadır. Bu temsil alanı mutabakatın seferberliğine katılarak Attac'a hizmet ettiğini, yani alternatif küreselleşmeci talep görüşlerine, “yaşanmış olan tedirginliği; adaletsizliğe, rezalete dönüştürmek, onu değerler ve normlar dizgesinde meşrulaştırmak, dünyayı düzenleyen kelimeler, sınıflamalar, açıklamalar [getirmeyi]” (Neveu, 1996: 89) sağlayan birleşik bir söylem sunarak, dayanak sağlanmasına katkıda bulunduğunu meşru biçimde ileri sürebilecek uluslararası bir medya taslağı betimler (Klandermans, 1988; Klandermans ve Oegema, 1987). Bu durumda, birbiriyle eşleşmiş çeşitli “bilgi etkileri” (Gerstlé, 2001), okuyucuların muhtemel bir “katılımına” götürmeye elverişlidir. Ancak bunu pek az algı ve yorum çerçevesi sunan Attac-Info'dan ziyade, daha fazla ve düzenli bilişsel işaretler tedarik eden Attac'ın farklı siteleri, kuşkusuz daha iyi temin etmektedir. Editoryal çizgiden muaf olan Attac-Info, “çerçevelemenin deneme yanılma yöntemleriyle”<sup>5</sup> inşa edilmiş bir söylem geliştirmemekte olup “sorun olarak tanımlamadan çok, seferberliğin bir temsilini [yaymaktadır]. Söylem tekrarlayıcı değildir, sorun belirlenmemiştir, sorumlular [hâlâ] tayin edilmemiştir ve çözümler [genelde] eksiktir (Patou, 2001: 68).

Alternatif küreselleşme hareketinin çeşitli bileşenleri ortak bir mücadelenin (tek bir eylem cephesinin) prensipleri üzerinde uzlaşmakta; ancak bir proje üzerindeki birleşik tanımlama ya da sentez girişimlerinden ve konum/çıkar farklılıklarını ortaya çıkarabilecek kolektif bir

<sup>5</sup> «Klandermans (1988) bir grup muhalifin gerçekliği kodlamada kullandığı dört unsuru belirler: Bir sorunu tespit etme; onu siyasî bakımdan tanımlama; sorumlularını tayin etme; bir çözüm önerme. [...] Buradaki çerçeveleme, medya iletişimdeki bir sorunu yayınlama sürecidir » [Patou, 2001: 65-66].



platform (siyasî ve “programatik” tek bir cephe) geliştirmekten kaçınırlar. Bu bileşenler gibi, yorumu çerçevesinin özellikle genel olan “dünyanın metalaştırılmasının” reddiyle, Attac-Info’nun üretimi okurlara, “başka olası dünyaların” gerçekleşebilmesi için ortaya konulması gereken araçlar hakkındaki öz bakış açılarını muhafaza etmelerine izin verir. Çok net biçimde ancak belli bir istek olmadan ve bir yayının ilkesinin sonucunu meydana çıkarmadan, makaleler örneğin Marksist eleştirel analizlere hiçbir şekilde yer vermezler. Bu şekilde basit olgusal betimlemeler için “sosyal sınıflara ve sömürüye dayalı bir dünya gramerinden” (Sommier 2001: 81) vazgeçerler. Bu sorumlulukları yüklemeye biçimleri çok geniş ölçüde, bir bakıma siyasî yetenekleri harekete geçirmekte ve en az donanımlı olan yazarlara değin yetersizliğin sonucu olduğu hipotezini öne sürebileceğimiz, moral düzeydeki argümanları kullanır. Olayları işlemedeki “siyasî yetersizlik” aynı şekilde, beyan edilen ya da çok belirginleşen ideolojik konumlanmaların zararına, öncelikle kamu olaylarının bölgesini, orada olmayanlara ya da uzakta olanlara yaymanın bir yolunu bulma isteğiyle açıklanabilir. Attac-Info’nun amaçlarından biri diğer ülkelerdeki militanların DSF’lerine uzaktan bağlanma isteğini yanıtlamaktır. Bu şekilde yazarlar alternatif küreselleşme hareketinin kolektif referansı haline gelen olayı paylaşmak isteyen herkese uzaktan erişilebilir kılma ve yayınlama baskısını yaratarak, siyasî ailelerin karşı muhalif oldukları dünya üzerine eleştirel bakış açıları geliştirmeyi kendilerine yasaklarlar. Böylece hareketi bölmeye elverişli öğretisel ayrımları (bkz. Islahatçılar ve devrimciler arasındaki. Attac-Info üyesi olmanın bu seçeneklerden ne birine ne ötekisine yatkın bir konumlamayı işaret etmediğini not edelim) onaylamış olurlar. Birçok içerik bu şekilde karşı hegemonya ve perspektivizm arasında, olayların tarafsız raporu ve duygu içeren ama ideolojik yükümlerden yoksun öznel tanıklıklar arasında gidip gelen ifade biçimlerine ayrıcalık vermektedir. Yayın ya geribildirim kişiselleşmesiyle ya da polemik “doğru” bir temsile yer verdiği iyilik içeren tarafsızlıkla birlikte. Attac-Info’nun yazarlarının başlıca uğraşı açıkça belirlenmiş (varolmayan) siyasî çerçevelere saygı göstermek değil, daha çok heyecanlı anlarını internet üzerine aktarma kapasiteleridir.

Attac-Info’nun güçlerinden biri de kuşkusuz Attac hareketi için, daha geniş ölçüde, şirketleşmiş küreselleşmeye (corporate globalization) karşı mücadele hareketinin, kamusal kolektif bir kimliğin sembolik inşasına katkıda bulunmasıdır. Bilhassa eleştiri biçimlerinin yenilenmesi için çalışmalara ve (bazen manalı kaçışlarla komşu olan) kamu alanının radikalleşmesine katkıda bulunan perspektivist medyalardan çok farklı biçimlerde (Cardon ve Granjon, 2003), Attac-Info ilk adımda olay esnasında “çeşitli Attac katılımcılarına ortak bir görüş” sağlamak ve “farklı ülkelerdeki Attac militanları arasındaki bağı güçlendirmek” olduğundan çok farklı bir rol oynamaktadır. Attac-Info, Attac’ı, uluslararası niteliğini ve sosyal mücadelelerinin gücünü kanıtlayan temsil araçlarıyla silahlandırıp teşkilatlandırmakta, militanlara kendilerini “kolektif kimliklerle özdeşleştirmelerini ve kamusal olana dönmelerini” (Cefaï ve Trom, 2001: 12) sağlamaktadır. Attac-Info’nun üretimi, alternatif küreselleşme hareketi tarafından yürütülen sosyal çekişmeleri anlamsal olarak homojenize edebilme yeteneğinden yoksun olsa da, fikirlerin ve taleplerin heterojen birliğine ve liberal küreselleşmeye karşı ortaya çıkan mücadele hareketlerinin ortak bir görünürlüğünü amaç edinmiştir. Bu haliyle Attac-Info, işleyişiyle, hareketin uluslararası ortak temellerde örgütlenme kapasitesini kanıtlar ve Attac’ın, liberal küreselleşmeyi reddeden militanların milletlerarası ağı olarak olumlu temsillerini düzenler. Bunu üretimlerin niteliğinin ve mizacının gerçekten belirleyici bir rol oynamasına gerek kalmadan yapar. Buna, 2003 DSF esnasında Attac-Info’nun birçok kere anıldığı ve alternatif küreselleşme hareketinde sürdürülmesi gereken çalışma biçiminin, yani (neredeyse bütün olası bağlantılara) açık, eşitlikçi (katılımcıların arasındaki farklılıkları suçlamama gayretini gösteren) ve esnek (bozulmaların çevresinden dolaşan ve uyumsuzlukları gizleyen), yaşanılabilir bir birarada varoluşu sağlayabilen, onu oluşturan çeşitli varlıklar için dinamik bir proje olan uluslararası bir

topluluğun seferberliğinin sembolik kurumu olarak tanıtılan Attac-Dünya'nın toplantıları tanık olmaktadır. Attac-Info'nun tanımladığı kamusal alan bu açıdan bir bilgi ve tartışma alanından ziyade kamusal alanda kendisini ifade etme fırsatı bulan uluslararası niteliği ve mücadeleleriyle siyasî bir topluluğunun sembolik inşasını amaçlayan “kimlikel öneriler alanıdır” (Neveu, 1999: 45).

## Sonuç

Kimsenin yeni uluslararasılaşmanın inşası olarak tanıtmadığı ve çevresinin hâlâ belirsiz olduğu alternatif küreselleşme hareketinin seferberliklerinin genişliği ve niteliği çok mürekkep döktürmektedir. Buna karşın, alternatif küreselleşme hareketine has ulusaşırı bir medya repertuarının, eylem ve çeşitli temsil alanları toplulukları tarafından, karşı hegemonya ve perspektivist eleştirileri birbirine karıştıran ve aynı zamanda yerel, ulusal ve uluslararası boyutlarının güçlü bir şekilde içiçe geçtiği medyanın çokbiçimli kamusal bir alanının yapılması fikrini öne sürmek şüphesiz daha sağlamdır. Attac-Info'nun bir örnek teşkil ettiği bu “yeni” medya arenası, büyük ölçekte bir seferberliğin inşasını kolaylaştıracak olan uluslararası bir kamusal alanın yokluğunu ya da şimdiye kadar bölük pörçük oluşunu kısmen örtbas etme olasılığını sunan internet teknolojilerine şüphesiz büyük ölçüde borçludur. İlerleyecek durumu olmadan bunun gibi kamusal alanlar, etkin bir biçimde eylemin seferberliğine katkıda bulunmaktadır (Klandermans, 1984, 1988). Kuşkusuz daha rahatça varlıklarının; en azından alternatif küreselleşme mücadelelerinin çıkarlarının daha iyi temsil edilmesini temin ettiğini ve doğrudan yapılışına çalışan militan çevrelerin ötesinde büyümekte olan bir hareketin kimliklerinin sembolik inşasına katkıda bulunduğunu düşünmemizi sağlamaktadır.

Önceki çalışmalar esnasında (Cardon ve Granjon, 2002, 2003, 2005), bu “yeni” kamusal alanların siyasî ve sosyal eleştirinin bazı figürlerinin yeniden inşa edildiği yer olduğu, politik vasfın kaldırılma ve kamusal ifade biçimlerinin müşfik tanıklığına doğru bir yönelim fikrini yalanlayan bir söylemi taşıdığı fikrini savunuyorduk. Sürdürdüğümüz son araştırmalar kamusal vaadin repertuarlarının daha kesin olan niteliğinin tersini söylemese de burada bilgi alanlarından birinin somut işlemlerine gösterdiğimiz dikkat, bizi bununla birlikte temsil alanlarının görece radikalleşmesinin hiçbir şekilde otomatik olarak onları taşıyan eylem topluluklarının ideolojik sağlamlaşmasını kanıtlamadığını belirtmeye itmektedir. Attac-Info, egemen medyaların kapsama alanından açıkça kendini ayırt eden belirsiz bir üretim yaratsa da örnek teşkil ettiği yayın aygıtını, bireysel dünya görüşlerinin keskin ve siyasî olarak yontulmuş kuralcı güçler üzerine kurulu olan militanlar tarafından götürülmemektedir. Şüphesiz, bazı bilgi militanlarının yazılarını etkileyen siyasî ve toplumsal karşıtlık anlayışı vardır. Ancak yazarların çoğunluğu başkalarının yapmış olduğu analizleri ve tespitleri *in fine* tanıtmakla yetinmektedir. Bu açıdan, Attac-Info kendini gerçekten siyasî olarak organize olan kolektif bir aktör olarak tanıtmamakta, daha çok esnek bir bilgiden pay alma aygıtı, ortak paydalarının kapitalist küreselleşmeye karşı mücadele olan otonom kolektif aktörler bulutundan (belirsizliğinden) oluşan heterojen alternatif küreselleşme hareketine hizmet edecek konjonktürel bir çalışma ve tanışma alanı oluşturmaktadır. Çeşitli eleştiri biçimlerine, heterojen yatırımlara ve oportünist angajmanlara açılrsa da Attac-Info kamusal olana katılım biçimlerinin yenilenmesine katkıda bulunmaktadır.

Fransızcadan Çeviren: Dilara Vanessa Trupia\*

---

\* Silicon Sentier

## Kaynakça

Cardon, D. ve Granjon, F. (2005). "Médias alternatifs et médiactivistes." *L'altermondialisme en France. La longue histoire d'une nouvelle cause içinde*. Der., Eric Agrikoliansky, Olivier Fillieule ve Nonna Mayer. Flammarion, Paris, s. 175-198.

Cardon, D. ve Granjon, F. (2003). "Peut-on se libérer des formats médiatiques? Le mouvement alter-mondialisation et l'Internet," *Mouvements*, sayı 25, La Découverte, Paris, Janvier-Février, s. 67-73.

Cardon, D. ve Granjon, F. (2002). "La radicalisation de l'espace public numérique par les média-activistes. Les pratiques du Web lors du second Forum social mondial de Porto Alegre," VIIème congrès de l'Association Française de Science Politique, Lille, Septembre.

Carroll, W. K. ve Hackett, R. (2003). "Social Movement Theory and Democratic Media Activism", Paper presented at the Annual Meeting of the Canadian Communication Association, Dalhousie University, Halifax, Juin.

Cefaï, D. ve Trom, D. (2001). *Les formes de l'action collective. Mobilisation dans des arènes publiques, Raisons pratiques*, no 12, EHESS.

Gaxie, D. (1977). "Economie des partis et rétributions du militantisme," *Revue française de science politique*, s. 123-154.

Guattari, F. (1990). "Vers une ère post-média," *Terminal*, no 51, Octobre-Novembre.

Guattari, F. (1977). *La révolution moléculaire*. Paris, UGE-10/18.

Ion, J. (2001). *L'engagement au pluriel*. Publications de l'Université de Saint-Etienne, Saint-Etienne.

Klandermans, B. (1994). "Transient Identities? Membership Patterns in the Dutch Peace Movement," *New Social Movement. From Ideology to Identity içinde*. Der., Enrique Laraña, Hank Johnston ve Joseph R. Gusfield. Temple University Press, Philadelphia, s. 168-184.

Klandermans, B. (1988). "The Formation and Mobilization of Consensus," *International Social Movement Research içinde*. Der., Bert Klandermans, Hanspeter Kriesi ve Sidney Tarrow, vol. 1, JAI Press, Greenwich, s. 173-197.

Klandermans, B. Ve Oegema, D. (1987). "Potentials, Networks, Motivations and Barriers: Steps Toward Participation in Social Movements," *American Sociological Review*, vol. 52, s. 519-531.

Lovink, G. ve Schneider, F. (2002). "From Tactical Media to Digital Multitude: A Virtual World is Possible," liste de diffusion Nettime.

MacBride, S. (1986). *Voix multiples, un seul monde*. Unesco, Paris.

McAdam, D. (1988). *Freedom Summer*. Oxford University Press, Oxford.

Mc Carthy, J. ve Zald, M. (1987). *Social Movements in an Organizational Society*. Transaction Books, New Brunswick.

Melucci, A. (1983). “Mouvements sociaux, mouvements post-politiques,” *Revue internationale d’action communautaire*, 10/50, Automne, s. 13-30.

Neveu, E. (1999). “Médias, mouvements sociaux, espaces publics,” *Réseaux*, vol. 17, no 98, s. 17-85.

Neveu, E. (1996). *Sociologie des mouvements sociaux*. La Découverte, Paris.

Patou, C. (2001). “La gestion de l’incertitude dans la définition de la mondialisation par Attac,” *La mondialisation comme concept opératoire récente*. Dir., Charles Patou ve Marie-Cécile Naves. L’Harmattan, Paris, s. 65-84.

Patou, C. (2000). “Usages militants de la formation et de l’information. Les exemples d’AC! et d’Attac,” *Cahiers politiques*, no 4, CREDEP, Université Paris IX-Dauphine, s. 76-91.

Sommier, I. (2001). *Les nouveaux mouvements contestataires à l’heure de la mondialisation*. Flammarion, Paris.

## **Tüketim Kültürünün Var ettiği Reklam Objesi Kadınlar ve Satın Alma Kararlarına Etkisi**

Gülay Hız\*  
Oya Dinçer\*  
Kübra Karaosmanoğlu\*\*

### **Giriş**

Yirminci yüzyılda tüketim alanında ivme kazanan gelişmeler, bireyi birçok açıdan hem bilgi edinmesi hem de kendini yenilemesi bakımından değişime zorlamıştır. Bu zorlama ile meydana gelen değişimde bireylerin ilgi alanları doğrultusunda bilgiye erişmeleri de farklı bir durum sergilemiştir.

Günümüzde birey tüketim sonuçlu enformasyona farklı kanallardan erişebilmektedir. Bu kanallardan biri olan reklam, ürün ve hizmetlerin pazarlamasında önemli bir işleve sahiptir. Çünkü reklam hem gereksinime ait bilgi vermekte hem de kültürel bir metnin içinde yer alarak toplumsal cinsiyet gruplarına da ayrı ayrı mesajlar iletmektedir.

Reklamın tüketiciler üzerindeki etkileri toplumdan topluma, kültürden kültüre büyük farklılıklar göstermektedir. Hatta aynı ülkede varlığını sürdüren alt kültürler arasında bile değişik etkiler söz konusu olabilmektedir. Birçok tüketim malı reklamında ikna yoluyla satın alma kararını destekleyen kadın olgusu farklı amaçlarla kullanılmıştır.

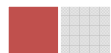
Reklam tüketicie gerekli haberleri ve bilgileri çabuk ve sürekli ulaştırma işlevi ile çabuk (yığınsal) üretimi, çabuk tüketimle eş zamanlı hale getirmektedir. Tüketici ise üreticinin çabuk üretiminin aksine daha yavaş tüketim eğilimindedir. Böylelikle reklam, tüketimi çabuklaştırarak üretimle eş zamanlı hale getirmeyi amaçlar. Kadınların piyasa için daha çok tüketecek bir kesim olarak algılanması ve kullanılması, yeni dünya düzeninin kültür formlarında kadını tüketilecek nesnelere dönüştürme sınırına taşımıştır. Kadının geleneksel rolleri bir yandan özenle korunmaya çalışılırken, diğer yandan da bu gelenekselliklerden uzak bireyci, rekabetçi ve egosantrik yanını ortaya koymasına yönelik zemin hazırlanmıştır. Reklamlar aracılığıyla satınalma kararı bu fedakârlığın, cefakârlığın ölçütü haline gelmiştir. Böylelikle kadınlar, iknanın yeni yüzünde bir otorite olarak yeni görünüm kazanmışlardır.

Bazı çalışmalarda kadın, reklam, tüketim ve satın alma kararları arasında ilişkiler kurulmaya çalışılmıştır. Örneğin; “Kitle İletişim Araçlarındaki Reklamlarda Kadın ve Erkek Objelerin Kullanılması” adlı çalışma ile Uğur ve Şimşek (2004), ürün satışını arttırmak amacıyla yapılan reklamlarda kullanılan kadın ve erkek objelerin önemini ortaya koymaya çalışmışlardır. Kadınlar reklamcılar tarafından: reklamın hedef kitlesi olmalarından dolayı ve başkalarını etkilemek ve ikna etmek için kullanılmakta olduğunu ifade etmişlerdir. Reklamlarda rol alan kadın ve erkek objelere özenen tüketiciler ürünleri daha kolay satın aldıklarını belirtmişlerdir (Uğur ve Şimşek, 2004: 549).

\* Gülay Hiz & Kübra Karaosmanoğlu

Muğla Üniversitesi, MMYO, İskender Alper Cad. No: 13. 48000, Muğla  
E-mail: [hgulay@mu.edu.tr](mailto:hgulay@mu.edu.tr), [kkara@mu.edu.tr](mailto:kkara@mu.edu.tr)

\*\*Oya Dinçer, TRT, İzmir  
E-mail: [oyadincer@gmail.com](mailto:oyadincer@gmail.com)



Demir (2006), yaptığı çalışmada, 2000-2004 yıllarına ait toplam 200 reklamı içerik analizi yöntemi ile incelemiş ve televizyon reklamlarında yer alan kadın ve erkek tiplerini ortaya koymuştur. Genç, güzel ve çekici kadın tipinin reklam metinlerinde giderek daha fazla yer aldığını ve reklam metinlerinde ataerkil kültürün kadına ve erkeğe attığı değerlerin değişmeye başladığı sonucuna varmıştır (Demir, 2006: 303). Sarı'ya göre (1999), reklamlardaki görüntülerde erkeklerin davranışlarıyla ön planda olmasına karşın, kadınların görüntüleriyle ön plana çıktıklarını ifade etmiştir (Sarı, 1999: 362). Şimşek ve Uğur bir başka çalışmada (2003) star tanımına uyan kişilerin toplum içindeki önemi ve oynadıkları reklam filmlerindeki inandırıcılıklarını ele almışlardır. Son zamanlarda Türkiye'deki ürün reklamlarında ünlü kişilerin kullanımının arttığını ileri sürmüşlerdir. Böylece reklamın hem dikkat çekici olduğunu hem de hedef kitle tarafından ürünün satın alınma olasılığını yükselttiğini vurgulamışlardır. Reklamcıların ünlü kullanımında ürün özellikleriyle ünlünün kişiliğini birleştirmeyi amaçladıklarını, böylelikle de hedef kitlede güven oluşturmada olduklarını ileri sürmüşlerdir (Şimşek ve Uğur, 2003: 356). Yağcı ve İlarıslan ise (2010) reklamların ve cinsiyet rolünün tüketicilerin satınalma davranışı üzerindeki etkisini ölçmüşlerdir. Tüketicilerin cinsiyet kimliklerinin satınalma kararlarında ve reklama yönelik verdikleri tepkilerde önemli bir faktör olduğu sonucuna varmışlardır. Feminen bireyler feminen reklama, maskülen bireyler ise maskülen reklama olumlu tepki gösterdiklerini ileri sürmüşlerdir (Yağcı ve İlarıslan, 2010: 152).

Bu çalışmada ise tüketim kültürünün değişen yönü ile reklamlara konu olan görünümü yani popüler kültürün uygulama biçimleri ele alınmıştır. Reklamlarda bir ikna stratejisi olarak kullanılan kadın kimliğinin farklı görünümünü sergileyen örneklerle satın alma kararına ilişkin vurgulamalar öne çıkarılmıştır. Bu vurgulamalarda tüketici pazarına konu olan ürünlerde kullanılan kadın objeli reklamlar değerlendirmeye tabi tutularak durum analizi yapılmıştır.

### **Popüler Kültürden Etkilenen Tüketim, Tüketici ve Reklam İlişkileri**

Evrensel inanışlara göre dilediği her şeye özel bir çaba sarf etmeden sahip olan "insan" ne zaman ki cennetten kovuldu ve kendini dünyada buldu gerçek öykü o zaman başladı. Çünkü gereksinim duyduğu her şeye sahip olabilmesi için çalışıp didinmek zorundaydı. Bu zorunluluk bireyi farklı dönemler içerisinde farklı serüvenler yaşayarak toplumun birçok alanına taşımıştır.

İnsanın, içinde yaşadığı toplumun gelişme düzeyine bağlı olarak, sayıca artıp farklılaşan sınırsız sayıdaki ihtiyaçlarının pek çoğu bir kere karşılanmakla ortadan kaldırılamaz (Şimşek, 2006: 9). Devrim halinde olan bireyin duyumsadığı ihtiyaçlar da kendi içinde yeni bir dönüşüm yaratmaktadır.

Tüketim kavramının kültürel bir konu olarak ortaya çıkışı, 1950 sonları ve 1960 başlarında tüketim toplumu ve gelişimi hakkında yapılan tartışmalara dayanmaktadır. Daha sonra 1970'lerin kültürel çalışmaları kapsamında yapılan ve alt kültürlerin, ticaret ürünlerini ne şekilde kendine mal ederek alternatif ve karşıt anlamlar üretmeyi amaçladıklarını inceleyen bir çalışma ile tamamen açığa çıkmıştır (Storey, 2000: 136). Tüketimin verdiği tatmin, başkalarına yetişmek ya da onları geçmek ve hatta bir önceki yılı aşmakla mümkün olmaktadır. Bu yüzden "bireysel mutluluk" daha çok, tüketimi belirtilen biçimdeki yüksek tüketimden yukarı çıkarmanın bir işlevi olarak kabul görmektedir.

Tüketim kavramının toplumsal boyutuna bakacak olursak, tüm toplumsal kategorilerin sürekli yeniden tanımlandığı aktif bir süreç olduğunu görebiliriz. Tüketim, kişilerin ve olayların sınıflandırıldıkları akışkan süreçlerde ortaya çıkan belli bir yargı öbeğini sağlamlaştırmak ve görünür kılmak için malları kullanır (Douglas ve Isherwood, 1999: 83). Tüketicinin davranışının gerçekten anlaşılabilmesi için, tüketim kalıplarının toplumsal niteliğini önceden tanımlamak, bu sürece katkı getirecektir.

Sanayi toplumunda üretimin, sanayi sonrası toplumlarda ise tüketimin sembol olduğu gerçeğinden hareket eden sosyal bilimciler tüketim toplumu kavramıyla yaşanan değişimleri ve mevcut durumu analiz etmeye çalışmaktadır (Şan ve Hira, 2003). Tüketim toplumu ile ortaya çıkan mallara yönelme çoğunlukla insanların geçmişte yalnızca temel ihtiyaçlarını gidermeye yönelik yaptığı harcamalardan bir hayli farklılaşmıştır.

Reklam, medya ve malların teşhirine yönelik teknikler yoluyla malların orijinal kullanım değerleri yani malların anlamları istikrarsızlaştırılarak, bunlara birbirleri ile bağdaştırılan bütün bir duygular ve arzular silsilesine davetiye çıkarılabilen yeni imge ve imajlar iliştilmiştir. Bu sebepten ötürü post modern tüketim toplumunda tüketilen mallardan öte, bu mallara biçilen sembolik anlamlar öne çıkmaktadır (Featherstone, 1994: 164). Baudrillard'ın belirttiği gibi, artık ihtiyaçlar medya tarafından belirlenmekte, neyin ihtiyaç olduğunu düşünecek zamanı bulamayan tüketici, önüne sunulan alternatiflere “evet-hayır” cevabından birisini verebilecek kadar bir zamanı ancak bularak, şuurulu olmaktan çok, gayri iradi ve şuursuz bir şekilde cevaplar üretmektedir (Baudrillard, 1995: 89-102). Tüketim faaliyetini gerçekleştiren birey bu anlamda nesne olma durumu ile karşı karşıya kalmaktadır.

Bilgi çağında yaşamlarını sürdürmeye çalışan kurum ve kuruluşların temel amaçları; sahip oldukları fiziksel ve beşeri kaynakları en verimli biçimde kullanarak hedeflerine ulaşmak, ürün ve hizmetleri üretip pazarlamak ve daha fazla kâr sağlamaktır. Bu amaçlara ulaşmak ve rekabet ortamında ayakta kalmak isteyen işletmeler için en etkili pazarlama iletişimi uygulamalarından birisi de reklamdır.

Reklamcılık Uygulamaları Enstitüsü, reklamcılığın tanımını şöyle yapmaktadır: “Reklamcılık bir ürün ya da hizmeti mümkün olabilen en doğru görünümle en düşük fiyata sunan en inandırıcı satış mesajını vermektir” (Jefkins, 1985: 8). Satın alma kararına etki eden satış mesajındaki kodu çözümleyecek olan tüketici olduğu için reklamcı etkili ve inandırıcı satış mesajını vermeyi hedeflemektedir. Bunu yaparken de içinde bulunduğu toplumun değerlerini tüketim alışkanlıklarını, sosyal ve kültürel yapısı öncelikle dikkate alması gerekmektedir.

Modern pazarlamanın ve işletmeciliğin vazgeçilmez bir parçası olan reklam, mal ve hizmetler ile tüketici arasındaki iletişimi kuran ve bilgi akışını sürekli hale getirerek kişilerin satın alma kararlarını etkileme yönünde başvurdukları ikna etme ağırlıklı bir tutundurma aracıdır. Gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ekonomilerde yaygın olarak kullanılan reklam, aynı zamanda bir kitle iletişim aracı olarak da kabul görmüştür. Sağlıklı bir ekonomide mal, hizmet, simge ve fikirlerin belirli isimler altında pazara arzı, böylece mal ve hizmetlerin kişilik kazanması reklamın düzenleyici bir rolünün olduğunun göstergesidir.

Tüketici açısından ise reklam, kendi gereksinimlerini tatmin etmek üzere pazara sunulmuş binlerce ürün ve hizmet içinden, kendi yararına en uygun ve rasyonel olanı tercih etmesine yardımcı olacak bir rehber görevini ifa etmektedir (Avşar, 2003). Gerçek hayatta tüketiciler reklamlar aracılığıyla bilgilendirilmektedirler. Popüler imaj çağının en önemli belirleyicilerinden biri olarak kabul edilmekte olan reklam, bu bağlamda insanlara bir tüketim

cenneti sunmaktadır. Satın alma kararı verebilen ve harcama yeteneğine sahip olan herkesin girebildiği bu cennette, tüketim arttıkça imajlar, mal ve hizmetler de çoğalmaktadır.

Ürün ve markaları tanıtarak yarattığı firma ve marka imajı sayesinde tüketiciler tarafından ailenin bir üyesi gibi algılanmalarını sağlayarak, üretici ile arasında bir diyalog kuran reklam, bir yandan ekonomik yapının gelişimini yönlendirmekte diğer yandan da yerel kaynakların etkin kullanılmasına ve verimliliğin artırılmasına destek olmaktadır. Reklam, medya yoluyla tüketiciyi bilinmezden kurtararak harekete geçirmeyi amaçlamaktadır. Tüketici bilinmezlik durumundan bilgi sahibi olma, kabul etme ve ikna olma evrelerinden geçerek olası hareketi tamamlamaktadır. Bu doğrultuda medyanın amacı ise hedef bilgileri duyurmak, tanıtmak, mesajı mümkün olan en geniş kitleye ulaştırmak ve bilgi ulaşım oranını yükseltmek olacaktır.

Kitle iletişim araçları bilgiyi üretme ve yönlendirme açısından yaşanan değişimler sonucunda kendini yenilemiş, güçlendirmiş ve sonuçta hem ekonomik bir ünite hem de bilgi üretme ve aktarma aracı olarak dördüncü kuvvet şeklinde gündeme alınmıştır. Ancak sahip olduğu bu güç, çeşitli tartışmalara da neden olmuştur (Güneri, 2002: 50). Kitle iletişim araçları, toplumsal idealleri yansıtan kurumlar olduklarından, bu araçların temsili olarak yansıttıkları kadınla erkek tanımlamaları toplumsal gerçeklikle birebir uyum sağlamasa da toplumun ulaşmak istediği idealleri hayata geçirmektedir.

Serbest rekabet sisteminin ve ticari faaliyetlerin tamamlayıcısı olan reklamın en önemli fonksiyonu tüketiciye doğru ve yararlı bilgi vermektir. Bugün reklam sadece bilgi verme ve ikna etme gücü ile sınırlandırılarak tanımlanamamaktadır. Özellikle kültürel aktarıma ve sosyal yapıya etkisi dikkate alındığında sosyal bir güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Reklamın bu yönü, onu bir yol gösterici haline getirmekte ve sosyo-ekonomik yapının gelişimini destekleyici önemli bir diğer güç olarak nitelemektedir. Reklam bu yönleri ile sürekli eleştiri alan bir görünüm taşımaktadır. Bu eleştirilerde reklam; insanların doğal isteklerini yok etmekte, sanal ve suni gereksinimler yaratmakta, iktisadi kaynaklar boşa harcanmakta, bazı ürün ve markalar için akla ve mantığa aykırı imajlar konumlandırılmaya çalışılmaktadır.

Reklam mesajlarını hedef kitleye farklı tarzlarda iletebilmek için güncel, düşsel ya da bilimsel olarak seçenek geliştirilebilir. Akılcı ve duygusal yaklaşımli mesajlar verilmek istenen mesajın nasıl söylendiği ile ilgilidir. Akılcı mesajlar daha çok ürüne ve soruna dönüktür. Tüketicinin karşılaştığı bir sorunu çözmeye ve kullanım yararlarını göstermeye odaklıdır (Babacan, 2005: 102). Hijyen sorunu ile baş etmek zorunda olan annelerimiz, selülit problemi ile uğraşan kadınlarımız, teknik servis yetkililerinin mesajları, sindirim kolaylaştırıcı ürünlerin uzman görüşleriyle sunulması reklamlarda yoğun kullanılan örneklerindedir. Duygulara ve dolayısıyla tüketiciye seslenen mesajlarda mizah, müzik, cinsellik, özelemler ve düşlerden yararlanılır. Reklamda kullanılan temalar aynı zamanda hitap edeceği kitleyi de ayırmaktadır. Reklam mesajı aşk, nefret, seks, korku ve mizah gibi hitap etme yaklaşımlarından yararlanılarak hazırlanılmaktadır.

Özellikle farklılaşan tüketim kalıpları reklamın özünü korumakla beraber işlevsel olarak bir değişime uğratmaktadır. İnsanların her şeye sahip olabileceği ve de olması gerektiği şeklindeki toplumsal telkin, giderek temel yaşam amacımız olmakta, yaşamımızı “şeylere” sahip olma çerçevesinde oluşturarak” iyi yurttaş” olmaktan daha çok “iyi tüketiciler” olmayı şekillendirmektedir.



Modern pazarlama ile kazandırılmaya çalışılan tüketici kimliklerinin istenen başarıyı kaydedememesi sebebiyle, 1990'lı yılların sonuna doğru tüketici satın alma karar sürecine etki etme özelliği açısından sosyo-kültürel etmenlerden, aile ve demografik etmenlerden, cinsiyet kavramı belirgin kalıplardan çıkartılarak popüler kültürün de etkisi ile dönüşüme tabii tutulmuştur.

Günümüzün gelişmiş toplumlarında kadın ve erkek rolleri arasında farklar giderek azalmaktadır. Ülkemizde de cinsiyet rolü normları konusunda da önemli değişiklikler olduğu görülmektedir. Bu değişiklikler gerek giyim tarzında gerek meslek seçiminde gerekse aile içinde üstlenilen görevlerde kendini bulmaktadır (Tosun, 2006: 89).

Bireyin gereksinimleri tarafından belirlenen ekonomik yönlü tüm satın alma kararları bir tüketici davranışı olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketicinin davranışları ve satın alma kararları, kültürel, sosyal, kişisel ve psikolojik olmak üzere pek çok faktör tarafından etkilenmektedir. Bu faktörlerin dikkatle incelenmesi tüketicilerin ihtiyaçlarını ve davranışlarını anlamakta faydalı olmaktadır (Çağlar ve Kılıç, 2005: 75).

Farklı özellikler taşıyan kadın ve erkek tüketici için belirleyici olacak temel faktör, bu satın alma kararı sonucunda kimin hangi ürün ve markadan ne şekilde tatmin olabileceği sorusunun ne kadar doğru cevaplandırılabilmesine bağlıdır. Aslında bu karar günümüzde pek çok pazarlama yöneticisinin de çözmeye çalıştığı temel problemdir. Çünkü tüketici davranışını ve satın alma karar sürecine psikolojik ve sosyo-psikolojik etmenler, sosyo-kültürel etmenler ve demografik etmenler biçimlendirmektedir.

Bir kişinin tutum ve davranışlarına dolaylı veya dolaysız olarak etki eden bütün gruplar referans gruplarıdır. Referans grupları bir kimseyi yeni davranışlar ve hayat tarzlarıyla tanıştırmak için onu kendilerine nasıl baktıklarını belirler ve bir kimsenin herkes gibi olması için düşüncelerini etkileyerek ürün ve marka seçmekte ona baskı yapabilirler. Bu durumu reklamlarda farklı cinsiyetteki referans üyeleriyle izlemekteyiz. Örneğin Arzum Onan'ın "her işin bir arzumu vardır" sloganı ile anne-çalışan kadın-ev kadını kimlikleri referans edilmektedir. Bu referans sunumunu gerçekleştiren farklı statülerdeki kadın her ne kadar genç güzel ve başarılı olsa da teknolojinin desteği olmazsa bir hiç görünümündedir. Günümüzde pazarlama yönetimi ailedeki bireylerin, kocanın, karısının ve çocuklarının çok çeşitli ürün ve hizmetlerin satın alınmasındaki rollerini ve nispi etkileriyle ilgilenmektedirler. Benzer yönlendirmeler, annesinden çorba tarifi isteyen, annesi ile reçel yapan, annesinin kullandığı her türlü tüketim malından etkilenen kadın objeli reklamlarla şekillenmektedir. Kadın geleneksel olarak yiyecekler, ufak tefek eşyalar gibi mal alımlarında satınalma kararları kolaylıkla verebilirken; beğenmeli mal grubunda yer alan tatil, ev, sigorta poliçesi ve dayanıklı tüketim malı gibi erkek ile beraber karar verdikleri görülmektedir.

İstek ve gereksinimler kadın ve erkek tarafından farklı algılanmakla beraber satın alma kararı esnasındaki etkileşimler de yine farklı bir seyir izlemektedir. Yaşı, statüsü, eğitim ve mesleği birbirinden farklı olan kadın ve erkek grupları ile yapılan incelemelerde satın alma kararları farklılıklar göstermektedir.

Satın alma kararının "Rol ve Statülerin" etkisi altında olduğu bilinmektedir. Bir kimsenin yapması gereken aksiyonu rol olarak tanımlarsak, her rolün bir statüsü olduğunu ve insanların toplumdaki rol ve statülerini belirleyen ürünleri satın alma kararlarında seçtiğini söylemek yerinde olacaktır.

Herkesin satın alma davranışını etkileyen belirli bir kişiliği vardır. Bir kimsenin kendisini nasıl düşündüğü veya kendisi hakkındaki imajı onun kişiliği ile ilgilidir. Bir kimsenin kendisi hakkındaki gerçek düşüncesi kendisini nasıl gördüğü, onun kendisi hakkındaki ideal düşüncesinden (kendisini nasıl görmek istediğinden) ve onun diğerlerinin kendisi hakkındaki düşüncesinden farklıdır. Kişinin bir satın alma davranışı sırasında şimdi kendisinin “hangi imajını tatmin etmeye çalışıyor?” sorusunun doğru olarak cevaplandırılması kişiliğin satın alma davranışları üzerindeki etkisini çok iyi açıklayacaktır. Satın alma kararı açısından kişilik üzerinde cinsiyetin belirleyici baskıları bulunmaktadır. Bunu da ürünlerin, ambalajların ve görünümlerin dizaynından görebilmekteyiz.

Tüketim toplumunun kültürü, öncelikle öğrenme değil unutmayla ilgilidir. Gerçekten de bekleme istemeden ve isteme de beklemeden kurtulduğunda, tüketicilerin tüketim kapasitesi herhangi bir doğal ya da edinilmiş ihtiyacın koyduğu sınırların çok ötesine geçebilir; aynı şekilde, arzu nesnelere fiziksel dayanıklılığın artık gerek kalmamıştır. İhtiyaçlarla tatminleri arasındaki geleneksel ilişki tersine çevrilmiştir: tatmin vaadi ve umudu tatmin edileceği vaat edilen ihtiyaçtan önce gelir ve her zaman mevcut ihtiyaçtan daha yoğun ve çekici olacaktır (Baumann, 1999: 95).

Reklam stratejilerinde anımsatmaya, tekrarlamaya ve pekiştirmeye dayalı öğeler sıklıkla kullanılarak zaman ve mekân bakılmaksızın her yaş ve cinsiyetteki tüketicinin davranışı baskılanmaktadır. Çünkü tüketicilerin davranışları etki-tepki ve tekrarlama-pekiştirme yolu ile açıklanabilir. Tüketicilerin bazı uyarıcıları etkisiyle belli davranışlarda bulunmalarının sonucunda pazarlamacılar uyarıcıların cinsini ve niteliğini ayarlayarak tüketicilerin kendi istedikleri gibi davranmalarını sağlamışlardır. Örneğin reklam=satın alma, daha çok reklam=daha çok satın alma gibi (Zigmunt ve d’Amico, 1995: 139). Tüketicisi, üzerinde oluşan psikolojik ve sosyal baskılarla baş edemediği ve tüketim kültürünün sürekli kışkırtması ile daha aktif bir satın alan birey haline dönüştüğü için, gereksinimlerinin çok ötesinde alımlar yapma eğilimindedir.

### **Reklamda Kadınların Kullanım Biçimlerine Örnekler**

Reklamda kadının rolü geçmişten günümüze dikkati çeken bir konu olmuştur. Kadını toplumdaki birincil görünümleri (anne ve eş) ile betimleyen ve bu nedenle kadının değişen rolünün toplum tarafından algılanmasını geciktiren de yine reklamlardır. Kadını mevcut görünümlerinden çıkararak gerçek hayattaki gibi çeşitli sorunları, sorumlulukları ve başarıları içinde göstermek, reklamcı için gerçek olanı yansıtmak şeklinde algılanacaktır. Bu algı toplumsal süreçte üstlendiği roller nedeniyle gelişen kadın imajına daha uygun düşecektir. Kadının kimliği, belli sınırlarla çizilmiştir, bunu uzun vadede en iyi başaran medya, en iyi kullanan da reklamlar olmuştur. Kadınlar görsel ve sözlü olarak zengin, karmaşık ve oldukça bilgilendirici reklamlardan hoşlanırlar ve herhangi bir yargıya varmadan önce verilen bütün bilgiyi kullanırlar. (Putrevu, 2004). Örneğin kadınlar bir şeyi satın almaya karar vermeden önce enine boyuna inceler ve o şeyin neler "hissettireceğini" hayal eder ve çevresinden fikir alırlar. Bu nedenle reklamlardan erkeklere oranla daha farklı yönde etkilenmektedirler.

İmgesel kimlik üreticileri olan reklam yazarlarına göre kadınlar en iyi tüketicilerdir; özellikle kişisel bakım ürünlerinin satış programlarında kadın bedeni, sergilenmek üzere süslenmeye hazır bir meta olarak görüldüğü için kadın, bedenini önce kendisine sonra da erkeğe beğendirmekle adeta yükümlüdür. Kadının toplumsal gücü, cinsiyetini kullanma gücüyle sınırlandırıldığı sürece kadın bedenin fetişleştirilmesi kaçınılmazdır (Türkoğlu, 2000: 76). Buna örnek olarak Nestle Crunch reklamında erkeklerin, kadın bedenini daha ayrıntılı ve

çıplak görebilmek adına çikolata yemek için adeta birbirleriyle yarıştıkları sahneleri anımsamak yeterli olacaktır. Bir diğer örnek de Algida/Cornetto reklamlarıdır. Bu güne kadar çocukların besleyici ve eğlenceli bir gıda olarak tanıdığı ve tükettiği dondurma artık çekici plaj kıyafetleri içerisindeki kadın görünümleri sayesinde masumiyetini yitirmiştir. Sloganlaşan “aşkımla erir misin?” ifadesi ile bu reklamlarda dondurmanın tadına bakanların kadınlar olmasına karşın, ima edilenin ise aslında kadınların kendilerinin de tat verici olduğudur. Bu reklamlardaki kadınlar da yakın plan çekimlerde parmaklarını ağızlarına götürerek, arzu uyandıran, davetkâr bakışlarıyla erkeklerin cinsel fantezilerine çağrışım yapmaktadırlar.

Reklam, toplumu dönüştürücü ve değiştirici gücü ile egemen söylemin sunduğu ideolojiyi çeşitli kurumlara yerleştirmeye çalışmaktadır. Bu yüzden reklamın toplumu yönlendirmede çok önemli bir işlevi vardır. Kadın reklamlarda yalnızca bir beden biçiminde verilmektedir. Kimliksizdir, çünkü kimlik oluşumu için gerekli olan öğeler, güç ve statü ilişkileridir. Reklamlarda kadın güç ve statü ilişkilerini dışında tanımlanır. Güç; kontrolü elinde tutma, kararlara katılma, yetkilendirme ve kendini gerçekleştirme için gerekenlere ulaşabilmeyi anlatır. Statü ise yine kendi için bir şeyler yapabilecek konumda bulunmak, bulunduğu konumdan ötürü gereksinimlerini karşılayabilmek olarak anlaşılmaktadır (Mengü, 2004: 142).

Popüler kültürün yansıması olan reklamlar, kişilerin tutum ve davranışlarını, duygu ve düşüncelerini etkileyip yönlendirebilmekte ve biçimlendirmektedir. Reklamın etkisini arttıran, popüler kültürün hızlı yükselişi olmuştur. Popüler kültür bombardımanı altında insanlar, uyuşturucu almış gibi, şuursuzca tüketmeye alışmışlardır.

Kadınlar, kitle iletişim araçlarında yer alan reklamlarda iki temel işleve sahiptir, bunlardan birincisi, reklamın hedef kitlesi olmaları, ikincisi de hedef kitleyi etkilemek için kullanılıyor olmalarıdır. Biz burada her iki durumda da kadınların sunulmuş ve değerlendirilmiş biçimlerini farklı boyutlarıyla irdelemeye çalışacağız.

İnsanların televizyon izleme süreleri arttıkça, reklamlardan etkilenme oranları da buna paralel olarak artmaktadır. Televizyonda yayınlanan reklamlar diğer iletişim araçlarında yayınlanan reklamlara oranla halkın daha çok dikkatini çekmekte ve ilgi alanını genişletmektedir, televizyonda imge ve ses algılama daha etkilidir. Günümüz toplumlarında kadın, yalnızca kendi beğenileri açısından değil, aynı zamanda erkek beğenilerinin yönlendirilmesi açısından da iyi pazarlanabilen, lüks ve sıra dışı tüketim aracına, reklam malzemesine dönüşmüştür. Kadın bedeni, kitlelerin, firma ürünleri çerçevesinde kışkırtılması, tüketim arzularının tırmandırılması için yaralanılan en etkin görsel nesne durumundadır. Günümüzde kitle iletişim araçları, özellikle de televizyon reklamlarında kadına yönelik cinsiyete bakış açısı, kadını çeşitli roller içerisinde göstermiştir. Örneğin, Hazır Kart reklamında özgür ve bağımsız bir kadın modeli çıkmakta karşımıza, ancak bu kadın kendi yaratımı ve çabasıyla değil, Hazır Kart’la özgürleşen bir kadındır. Bu şekilde düşündüğümüz zaman bu reklamın yalnızca kadınlara yönelik olması gerekirken aslında bu reklam aynı zamanda erkeklere de yöneliktir. Burada kadının cinselliği devreye girmektedir, güzel ve özgür kadın, yakışıklı ve özgür erkeği aramaktadır.

Reklamın amacı reklamlardaki görsel nesne olan kadınla, hedef kadın kitlesini özdeşleştirmektir. Kadınlar reklamlarda karşımıza farklı kimlik temsilleri ile de çıksalar amaç tektir, o da tüketimi arttırmak. Bu noktada kadın bir nesne konumuna dönüşmektedir. Toplumsal konumları bakımından özel alanda sınırlandırılmış olan kadınlara gönderme yapılan kavramlar, güzellik, cinsel arzu, bekâret, masumiyet, annelik, aşk ve benzeri

olgulardır. Yani reklamlarda kadınlar, anne ve eş olarak, cinsel nesne olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadının anne ve/veya eş olarak karşımıza çıktığı reklamlarda temizlik, yemek yapmak ve çocuk bakımını sağlamak gibi üç temel rolünün bulunduğu sürekli vurgulanmaktadır. Reklamlar bütün kadınları öncelikle annelik mitinden yakalamaktadır.

Toplum tarafından kabul görmüş annelik imgesi, kendisini çocuğuna adamak olarak tanımlanır. Nitekim bunu “çocuklarına özen gösteren anneler” sloganı ile ayrıca temizlik ve gıda ürünlerinin reklamlarında da eş ve anne olarak karşımıza çıkmaktadır. Ne var ki her birinde kadın, sürekli kendisine bir şeyler öğretilen kişi konumundadır. Hiçbir şeyi kendiliğinden akıl edemez, genellikle ona ‘doğru ürün’ tercihi yapmak konusunda bir erkek yol gösterir. Böylelikle kendi kendine doğruyu bulamayan ‘aciz kadın’ ile tanışırız. Temizlik en asli görevi olduğu halde bunu nasıl en iyi şekilde yapıp, eşini çoluk çocuğunu mutlu edeceğini bilemeyen kadındır karşımızdaki. Ama ne var ki, güçlü sesi ve bilge tavrıyla kurtarıcı ve yol gösterici erkek çıkagelir, tıpkı Mr. Proper reklamında olduğu gibi. Akıllı ve gücü ile erkek sahnededir. Aynı vurguyu yine reklamlarda annesine hayran erkek çocuğunu izlerken görmekteyiz. Çocuk arkadaşlarına annesinin ne kadar SÜPER olduğunu övünerek anlatırken, aslında vurgu yapılan, kadının sahip olduğu bir nitelik değil, bir deterjanın kabul ettirilmeye çabasıdır. Çocuk annesinin süper güçlerle donanmış olduğunu zanneder ve bunu gururla arkadaşlarına aktarır. Oysaki ne annesinin geri geri giderken başını arkaya çevirmesi ne de görünmeyen kirleri görebiliyor olması bir süperliktir. Tüm bunlar o doğru ürünü seçebilmekle mümkün olabilmekte ve bu sıradan şeyler kadını süper kılabilmektedir. Veya yine ‘kendi sorumluluğu’ olarak dayatılan çamaşır beyazlatma işini de kabullenmiş olan kadın, çamaşırı nasıl yıpratmadan beyazlatacağını bilemez, ya da bunu akıl edemez ve hatta bunu neden ben düşünmek durumundayım diye sorgulama fikri yoktur. Neyse ki bu sefer bir başka kadın olarak *Ayşe Teyze*, güzel, akıllı ve bakımlı haliyle gelir ve çantasından ACE’yi çıkartıp uzatır! Tıpkı Pandora’nın kutusundan çıkan “umut” gibi.

Kadının mutluluğu “eş ve anne” olarak, doğru ürünü kullanıp, sağlık ve hijyene kavuşmasına bağlıdır, reklamlar bunu hep böyle söyler ve buna ikna etmeye çalışır. Kadın doğru ürünü kullandığı için kocasını, çocuklarını ya da ailesini mutlu edebildiği sürece mutludur. Diğer bir deyişle bunu gerçekleştiremeyen kadının mutlu olmaya hakkı yoktur. Şampuan reklamlarındaki kadınlar ya da genç kızların ise tek beklentileri “saçlarının istedikleri biçime” girmesidir. Saçları ışıltılı, dolgun ya da canlı görünen bir kadının hayatta fark edilmek için başka hiçbir şeye ihtiyacı yoktur. Güzel görünmek bir kadın ya da bir genç kız için yeterli bir tatmandır. Reklamlar aracılığı ile izleyenlere farklı bir kadın profili de çizilmektedir. Alışlagelmişin dışındaki kadın her daim genç, alımlı, kusursuz bir vücuda sahip, her yaşta güzel ve zayıf, iyi giyimli, bakımlı ve dişiliği ön planda olmalıdır. Aksi takdirde bütün “K” lar kadınlara karşı olmaktadır (Ülker Kellogg’s). Böylece kadının dış görünümü beklentileri cevaplamaktadır. Ayrıca Anadolu Hayat Emeklilik’in “Anneler evin herşeyi” sloganıyla sunduğu “Ev hanımları emeklilik planı” reklamında; bir annenin hem doktor, hem aşçı, hem öğretmen, hem kuaför... olması ile annelik mitine kazandırılan yeni görünümünün bir uzantısıdır. Kadının toplumsal hayattaki rol ve statüsünün yenilenen yüzü ise son dönem reklamlarına anne ve/veya eş olduğunu unutmadan çalışan kadın/ çözüm üreten kadın olarak da yansıtılmaktadır. Çalışan kadın olan annelere koruyucu katkı maddesi içermeyen “Pınar hazır köfteleeeer...” ile çabuk çözüm üreten anneye vurgu yapılmaktadır. Ek olarak Ülker Hanımcılar’da ifade edilen “anne eli deymiş gibi” sloganı bir sporcuya yarışmayı bırakabileceği kadar güçlü bir istek yaratan anne kimliğini ön plana çıkartmaktadır.

Reklamlarda, güzellik, cilt ve vücut bakım ürünlerini kullananlar da genellikle kadınlardır. Ancak satın alması hedeflenen kitle de kadınlardır. Kadınlar hem tüketen hem de tüketilen

konumdadırlar. Kadınlar, Fabuloso (2003) ve ACE deterjan reklamlarında (2004) iyi bir ev kadını, Innova kozmetik (2003), Lux Sabun (2003), Jagler Parfüm (2004), Toyota Corolla (2004) reklamlarında (2004) cinsel obje, Ülker Bebe (2003), Omo (2003) ve Aytaç Ürünleri reklamlarında (2004) ise iyi anne olarak kullanılmışlardır (Uğur ve Şimşek: 2004, 555).

Star kadınların kullanıldığı reklamlara yalnızca erkekler değil kadın tüketiciler de ilgi göstermektedir. Beğendiği reklam yıldızı ile kendisi arasında özdeşim kuran kadın, o ürün aracılığı ile daha mutlu ve kendisini daha ayrıcalıklı hissetmektedir. Örneğin Gülben Ergen&Beren Saat Rexona Deodorant reklamları, Sibel Can'ın Kaşmir reklamları gibi.

### **Satınalma Kararları, Kadın ve Reklam İlişkisi**

Belirli bir ihtiyacın ortaya çıkması tüketiciyi mutlak eyleme geçirecek bir güç olarak düşünülemez. Davranışı ortaya çıkaracak içsel ve dışsal koşullar ile davranış sonucu elde edilecek kazançların belirlenmesi gerekmektedir. Ticari anlamda ihtiyaç, kendini açıkça göstermeden önce bir süreçten geçer. Bu süreç, ihtiyacın belirlenmesi ile başlar, sonra belirli bir isteğe, daha sonra da açık bir talebe ve sonuçta satın alma eylemine dönüşür. Özellikle son iki aşamada talebin oluşması ve satın alma eyleminin gerçekleşmesi için satın alma isteğinin belirli bir satın alma güncüyle desteklenmesi gerekmektedir. Kısaca; ihtiyaç bir nesneye yönelmediğinde spesifik bir özellik taşımaz. Bir nesneye odaklandığında ise, satın alma arzusuyla birlikte, ihtiyaç isteğe dönüşür ve istek ancak bu durumda ekonomik olarak geçerli biçime ulaşır (Odabaşı, 1999: 6).

Bireyin satınalma davranışı açısından satınalma kararına etki eden pek çok faktör bulunmaktadır. Bunlar arasında; psikolojik ve sosyo-psikolojik faktör olan gereksinim, güdülenme, algılama, tutum ve inançlar ve kişilik yer almaktadır. Sosyo-kültürel faktörler arasında ise; aile, sosyal sınıf, referans grupları ve kültür bulunmaktadır. Satınalma kararına en somut etkisi olan demografik faktörler ise; gelir, eğitim düzeyi, meslek grupları, cinsiyet, yaş gibi değişkenleri içermektedir.

Tüketiciler satın alma davranışlarına ilişkin karar verirken bireysel, psikolojik ve sosyal faktörlerden etkilendikleri kadar pazarlama iletişimi faaliyetlerinden edindikleri bilgilerden de etkilenirler. Pazarlama iletişim araçlarından biri olan reklam; belirlenen doğru stratejiler, yapılan ilgi uyandırıcı, yaratıcı, orijinal ve kaliteli yapımlarla tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde etkili değişiklikler yaratabilir (Kocabaş vd., 1999: 71).

Ülkemizde satınalma kararının sonlanması tüketici pazarına konu olan ürünlerde zaman zaman farklılık göstermekle birlikte bu kararlardaki “kadın” etkisi hissedilir yoğunluktadır. Bunu çocukluğumuzdan itibaren satınalma kararlarımızı veren ve yönlendiren annelerimiz, ablalarımız ile kazanmakta olup, eş, arkadaş ve çocuklarımız aracılığıyla da sürdürmekteyiz. Her ne kadar Türk toplumunda -evin reisi ve gelir getiren baba figürü- olmasına karşın, “kadın” ailenin tüm satınalma kararlarında nihai rolü oynamaktadır. Bu durum yalnızca kadının çalışmaması halinde hanenin gelir durumu düşüş gösterdiği için baba lehine oluyor. Ailenin geliri düştükçe “son karar” mercii olarak baba öne çıkıyor

Günümüzde ise ekonomik gücü artan kadın, paranın nereye harcanacağı konusunda söz sahibi olmuştur. Üstelik sadece temizlik, beslenme, giyim gibi konularda değil, erkeklerin egemenlik alanında olduğu düşünülen otomobil, elektronik gibi alanlarda da... Kadınların, harcamalar konusunda giderek etkinleşmesi, işletmelerin tasarım, satış ve pazarlama yöntemlerini bu doğrultuda yeniden gözden geçirmesine zemin oluşturmuştur. Artık ürünlerin tasarımında

farklı yaş arasındaki kadınların beğenileri dikkate alınmakta ve reklamlar, pazarlama stratejileri de kadınlara ulaşacak şekilde planlamaktadır.

Tüketici pazarına konu olan “beğenmeli mal” gruplarında gereksinim sahibi olan kadın satınalma karar sürecinde özdeşim kurdukları, reklamlardaki star kadınlardan etkileniyor ise bilinçaltlarına yerleşen görüntü ile “bu ürünü satınaldığımda ben de O’nun gibi olacağım” fikrini benimsemektedir. Bu durum satınalma kararını sonuçlandırırken reklam aracılığıyla reklamın izleyicisi ve nesnesi olan kadının duygularının ve fikirlerinin sömürülmesine bir örnek teşkil etmektedir. Böylelikle akıllardaki “ideal”lerin yerini “idol”ler almaktadır (Akakuş, 2006). Mobilya, elektrik-elektronik eşya, dayanıklı tüketim mallarına ait satın alma kararlarında teknik anlamda erkeğin seçim otoritesi süregelmektedir. Kadının karara etkisi bu ürün gruplarında şekil, biçim, renk, model, hacim açısından belirleyici olmaktadır. Çünkü kadın satın alacağı şeye dokunabilmek ve denemek ister. Bu sayede ürünle duygusal bir bağ kurabilmektedir. Ürün alternatiflerini değerlendiren erkek olmasına rağmen “yuvayı dışı kuş yapar” söylemi ile nihai karar kadına bırakılmaktadır. Bu durum tatil, restoran seçimi, ev eşyası gibi ürün gruplarının satın alımlarında da benzer şekilde görülmektedir.

Diğer bir ürün grubu olan “kolayda mallar”da ise; kadın evin rutin ve ivedi ihtiyaçlarını belirlemekle kalmayıp, bu ihtiyaçlara karşı gelen ürün ve markalara yönelik aile bireyleri tarafından bir otorite olarak görülmektedir. Örneğin, “özen gösteren anneler”, pratik çözüm üreten anneler, lezzet üreten anneler gibi. Bu tür satın almalarda, anne otoritesi bayrağı, eş olan kadına devredilmektedir. Bu ürün gruplarının reklamlarında kadın veya anne miti çaresiz, çözüm arayan kimliğini yansıtırken dış ses olan hatta onaylayan erkek olmaktadır. Çünkü erkek bir satınalma kararında hızlı seçim yaparak hemen sonuca gitmeyi tercih etmektedir.

“Özellikli mal” grubunda ise satınalma kararının verilmesi ailenin gelir, statü durumları ile doğrusal orantılıdır. Bu durumda kararlar çoğunlukla erkek tarafından kadının onayı alınarak verilmektedir. Bu tür ürün gruplarında mutlu aile fotoğrafları, en önemli reklam figürüdür.

Reklamlar tüketicilerin bazı ürünleri algılamalarını da etkiler. Bazıları için bilinen markalar bilinmeyenlerden daha değerlidir. Tüketiciler reklamı yapılan bir ürünü almayı reklamı yapılmayan bir ürünü almaya göre daha güvenli bulurlar.

## **Sonuç**

Tüketim kültürü, tüm alanlarda tüketim arzularını çoğaltıp arttırsa ve kontrolünü güçleştirirse de reklamlar aracılığıyla oluşan kültürel söylemler ile tüketiciye kendini kontrol etme ve çelişkiler içerisinde “doğru” yolu bulma sorumluluğunu yüklemektedir. Bu doğruya giden reklam stratejilerinde ise kadın geçmişten günümüze getirdiği tüm kimlikleri ile etkin bir araç olmuştur. Kadınların belleklerini daha etkin kullanabilmeleri, ayrıntıları daha iyi hatırlayabilme yetileri sayesinde, reklamlardaki sözlü uyarıcılar bilginin işlenmesini daha rasyonel sürece dönüştürmekte ve satın alma kararına giden yola ışık tutmaktadır. Satın alma kararı öncesinde kadın, yaşadığı kapsamlı değerlendirme süreci sonucunda herhangi bir yargıya varmadan önce iletide verilen tüm bilgiyi özümsemeye azami ölçüde çaba göstermektedir.

Kitle iletişim araçları toplumdaki güç ilişkilerini ve dengelerini yansıtmaktadır. Reklam, medya yoluyla tüketiciyi bilinmezden kurtararak harekete geçirmeyi amacına ulaşmıştır. Tüketici bilinmezlik durumundan bilgi sahibi olma, kabul etme ve ikna olma evrelerinden

geçerek olası hareketi tamamlamaktadır. Bu doğrultuda medyanın amacı olan hedef bilgileri duyurmak, tanıtmak, mesajı mümkün olan en geniş kitleye ulaştırmak ve bilgi ulaşım oranını yükseltmek gerçekleştirilmiş olacaktır.

Yıllar boyu kadını basmakalıp kullanan ve bu nedenle kadının değişen rolünün toplum tarafından anlaşılmasında güçlük yaratan reklam birçok açıdan eleştirilere maruz kalmıştır. Reklamcıların kadınları, ev işleri yaparken, çocuklara bakarken, güzelleşmeye çalışırken göstermeleri toplumsal bakış açısından da tartışılır olmuştur. Geçmişten günümüze reklamdaki kadın karakterler dekoratif rol aldılar, cinsellik açısından hedef alındılar, anne, eş, çalışan kadın rolleri ile öne çıktılar. Böylelikle de geleneksel kadın rolünün ötesine geçtiler. Kadın artık sadece mutlu “ev kadını ve anne” olarak gösterilmemekte, yoğun iş temposu içerisinde ve toplumsal sorumluluklarının bilincinde resmedilmektedir. Gerçekten de gün geçtikçe kadınların satın alma sürecindeki etkileri ve taşıdıkları rol artmaktadır. Hatta “başrol”de onların olduğunu da söylemek abartı sayılmaz.

## Kaynakça

- Akakuş, A. (2006). “Kadın’ı Taciz ve İstismar Eden Medya ve Reklamları: Reklam Kadını”, <http://www.birizbiz.tokca.de/kadin/kad24.htm>
- Avşar, Z. (2003). “Reklamların Tüketici politikası Yönünden Değerlendirilmesi Denetimi ve Türkiye”, [http://www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/zakiravsarreklam/reklamla\\_rin\\_tuketici\\_poli...](http://www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/zakiravsarreklam/reklamla_rin_tuketici_poli...)
- Babacan, M. (2005). Reklamcılık Temel Kavramlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Babür Tosun, N. (2006). “Reklam Aracı Olarak Kadın,” *Kadın Çalışmaları Dergisi*, sayı 1, Nisan.
- Baudrillard, J. (1995). “Bir Tüketim Kuramı Üzerine,” *Cogito*, sayı: 5, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, s. 89-102.
- Baumann, Z. (1999). Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları. İstanbul: Ayrıntı.
- Çağlar, İ. ve Kılıç, S. (2005). Pazarlama Kitabı. Mesleki ve Teknik Yayınlar Serisi, No. 4, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Çakar Mengü, S. (2004). Televizyon Reklamlarında Kadına Yönelik Oluşturulan Toplumsal Kimlik. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.
- Douglas, M. ve Isherwood, B. (1999). Tüketimin Antropolojisi, Ankara: Dost Kitabevi.
- Featherstone, Mike (1994). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gencil-Bek, M. ve Binark, M. (2006). Medya ve Cinsiyetçilik. [www.bianet.org/2006/02/22/medya\\_ve\\_cinsiyetcilik\\_kasaum.doc](http://www.bianet.org/2006/02/22/medya_ve_cinsiyetcilik_kasaum.doc)
- Güneri, B. F. (2002). “Bilgi çağında ekonomik revizyonların yazılı basın işletmelerine etkisi ve reklam,” *Pazarlama Dünyası Dergisi*, yıl: 16, sayı 2002-03, İstanbul: Globus Dünya Basımevi.
- <http://www.istanbul.edu.tr/iletim/74/haberler/iletisim3.htm>
- Jenkins, F. (1985). Advertising: The M&Ek. Hand Book Series. London.
- Kocabaş, F., Elden, M. ve Yurdakul, N. (1999). Reklam ve Halkla İlişkilerde Hedef Kitle. İstanbul: İletişim.
- Kula Demir, N. (2006). “Kültürel Değişimlerin Reklamlarda Kadın ve Erkek Rol Modellerine Yansıması,” *Firat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, cilt:16, sayı:1, s. 285-304.
- Odabaşı, Y. (1999). Tüketim Kültürü. İstanbul: Sistem Yayıncılık.



Sarı, N. (1999). “Devingen Reklam Görüntülerinde Tutku Ögeleri Aracılığıyla Cinsellik Kavramının Aktarımı ve Çözümlemesi,” *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, sayı 9, s. 362-374.

Storey, J. (2000). *Popüler Kültür Çalışmaları, Kuramlar ve Metotlar*. İstanbul: Babil Yayınları.

Şan, M. K. Ve Hira İ. (2003). “Sanayi Sonrası Toplum Kuramları”, [http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=269](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=269), (08.11.2003).

Şimşek, S. ve Uğur İ. (2003). “Star Stratejisi ve Uygulamaları,” *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 10, s. 349-358.

Şimşek, Ş. (2006). *İşletme Bilimlerine Giriş*. 11. baskı. Ankara: Gazi Yayınevi.

Türkoğlu, N. (2000). *Görü-Yorum, Gündelik Yaşamda İmgelerin Gücü*. İstanbul: Der Yayınları.

Uğur, İ. ve Şimşek S. (2004). “Kitle İletişim Araçlarındaki Reklamlarda Kadın ve Erkek Objelerinin Kullanılması,” *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 11, s. 549-560.

Yağcı, M. İ., ve İlarıslan N. (2010). “Reklamların ve Cinsiyet Kimliği Rolünün Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi,” *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, sayı 11(1), s. 138-155.

Zikmund, W. G. ve Michael d’Amico (1995). *Effective Marketing*. 2. baskı. St. Paul: West Publishing Company.

## **Ertem Eğilmez' in *Namustlu* Filminden Hareketle Seksenlerin Toplumsal Alanında ve Popüler Sinemasında Egemen Değerlerini ve Sinemadaki Temsillerini Sorgulamak**

Serpil Kirel\*

### **Giriş**

Popüler sinemaya ait öğelerin toplumsal olan ile sinemasal olan arasındaki ilişkiye dikkat edilerek yorumlanması yapılacak çözümlenmeleri kültürel boyutuyla kavramayı olanaklı kılar. Popüler sinemaya ait öğelerin üretildikleri döneme ait önemli ipuçları barındırdıkları ve taşıdıkları temsiller bütünü açısından anlamlı parçalar olarak yorumlanabilecekleri görülür. Bu çalışma, popüler filmler üreten bir yapımcı ve yönetmen olan Ertem Eğilmez'in yönettiği *Namustlu* (1984) adlı film çerçevesinde popüler olan ile gündemde olan tarihsel, toplumsal ve ekonomik değişimlerin ilişkisini birlikte değerlendirerek yorumlamak amacındadır. Türkiye'de seksenli yıllarda yaşanan sosyal ve politik değişimlerin ana hatlarıyla ele alınacağı bu çalışmada popüler filmlerin oluşum koşulları sinemasal ve toplumsal arasındaki etkileşim bağlamında gözden geçirilecektir. Bu amaçla, seksenli yılların ilk yarısında yaşanan politik ve ekonomik değişimlerin etkileri sinemasal ortamdaki değişkenlerle birlikte ele alınarak güldürü sineması bağlamında incelenecektir.

Bu bağlamda Ertem Eğilmez'in yönettiği *Namustlu* filmi seksenli yılların toplumsal alanında ve güldürü sinemasında yaşanan sürece ait tipik özellikleri içinde barındırdığı varsayılarak dramatik bileşenleri, dönemin egemen değerlerinin sinemasal görünümü ve toplumsal cinsiyete dair temsillerin iletimi açısından değerlendirilecektir. Popüler filmlerin; üretildikleri dönemin beklentilerini, korkularını, temel değerlerini, olası toplumsal çatışmalarını ve kaygılarını ortaya koyabilecek ipuçlarını barındıran birer kültürel üretim oldukları düşüncesinden hareketle, sinema ve gündelik yaşam arasındaki ilişkinin paralel bir biçimde ele alınması anlamlıdır. Filmde yer alan "Namussuzmuş namuslu!" diyalogunun, birçok anlamda seksenli yıllara damgasını vurmuş olan hızlı liberal ekonomik değişimin yol açtığı sosyal değişimlere ironik bir biçimde vurgu yapan ve filmi en çok tarif eden öğelerden biri olarak belleklerdeki yerini halen korumaya devam ediyor<sup>1</sup> oluşu dikkate değerdir. Popüler kültüre ait öğelerin içinde üretildikleri sürecin egemen dinamikleri bağlamında ele alınıp incelenmesi popüler kültür ve temsil ilişkisini yorumlamaya yardımcı olacaktır. Benzer bir biçimde Zafer Özden'in tür filmi ve dışavurum ile ilgili vurgusu dikkate alınmalıdır: "Hiç kuşkusuz filmler öncelikle yönetmenlerinin kişisel dışavurumlarını gerçekleştirdikleri sanat yapıtlarıdır. Ama popülerlik niteliklerinden ötürü tür filmleri yönetmenin kişisel kaygıları kadar toplumun kolektif kaygıları arasında bir dengeye sahiptirler; kültürel bir dışavurumun izleri bu filmlerde kendilerini gösterir. Toplumun kültürel dışavurum ihtiyacı yönetmenlerin dışavurumu ile harmanlanmış bir biçimde perdede kendilerine bir yol bulmaktadırlar" (Özden, 2000: 187).

Bu bağlamda incelenecek film kültürel dışavurum açısından ele alınmalıdır. Seksenli yıllarda yaşanan toplumsal, siyasal ve ekonomik değişimin filmlerde nasıl "popülerleştirildiği"ni ele

\*Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi  
Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü  
E-mail: kirelser@hotmail.com

almak dönemin egemen sinemasal eğilimlerini ortaya koymasından yararlı olduğu kadar sinema ve toplum ilişkisini açığa çıkarmak için de bir olanaktır. *Namuslu* seksenli yılların film üretim dinamikleri eşliğinde sinemasal olan ile toplumsal olan arasındaki ilişkinin birlikte sorgulanmasını olanaklı hale getirecek kültürel malzemelerden biridir. *Namuslu*, döneminin sosyal iklimini ve egemen liberal ekonomik uygulamaların sıradan insan üzerinde yozlaşmaya yol açan sorunlu yanlarını güldürü türü içinde aktarır. *Namuslu*'nun merkezde olduğu bu çalışmada filmde yer alan; tema, çatışma, karakter, olay örgüsü gibi dramatik özelliklerin yanısıra anlatısal özelliklerin temelini oluşturan seksenli yılların gündemini meşgul eden kavramların filmde nasıl ele alındığı üzerinde de yoğunlaşılacaktır. Bu bağlamda çalışmada film, gündelik yaşama ait temel değişimler, sinemasal ortama ait temel dinamikler ve üretilen filmin barındırdığı temsiller arasındaki ilişki sorgulanarak sayılan üç değişkenin ayrı ayrı ve birlikte birbirlerini nasıl etkilediklerini ortaya koymak amacındadır.

### **Seksenli Yıllarda “Dışarıdaki Hayat” Nasıl Yaşanmaktadır?**

Popüler kültür öğelerinin içinde üretildikleri süreç ile ilgili bir etkilenim ilişkisi sonucunda ortaya çıktığı kabul edilirse temel özellikleri ile “dışarıda” yaşanan hayatı özetlemek yararlı olacaktır. Seksenli yılların en kilit tarihsel gelişimleri arasında 12 Eylül 1980 Askeri Darbesi ve darbenin ardından Anavatan Partisi (ANAP)'nin iktidara geldiği 1983 yılına kadar bir geçiş dönemi<sup>ii</sup>nin (Cumhuriyetin 75 Yılı, 1999:788) yaşanması sayılabilir. Seksenli yılların temel ekonomik uygulamalarından biri 24 Ocak 1980 Kararları'dır. Süleyman Demirel'in azınlık hükümeti zamanında alınan 24 Ocak Kararları, 12 Eylül Askeri Darbesi'nin ardından kurulan geçiş hükümeti ve 1983 yılında kurulan Özal Hükümeti zamanında da uygulanmaya devam edilmiştir. Önce teknisyen, sonra Ekonomik İşlerden Sorumlu Başbakan Yardımcısı, ardından da Başbakanlık görevinde bulunan Turgut Özal'ın (Kongar, 1995: 29-32) uygulanan ekonomik politikaların devamlılığını sağlayan kilit isim oluşu dikkat çekicidir.

Kısaca hatırlatmak gerekirse, 1980-1983 yılları arasında yaşanan ekonomi ise, “Askeri Rejim Altında Liberal Ekonomi” olarak tanımlanmaktadır (Boratav, 1996: 678). 1981 yılında serbest faiz uygulamalarının ardından yatırımlara yüksek faiz veren bankerlik kurumları kurulmaya başlanır (Gökmen, 1992: 38). Anavatan Partisi ve Turgut Özal uygulamalarıyla seksenli yıllara damgasını vurmaya devam edecektir. Turgut Özal, 1989 yılında Cumhurbaşkanı olduktan sonra başbakanlığı Yıldırım Akbulut üstlenir. Ekim 1991 tarihinde yapılan erken genel seçimde ise ikinci parti olarak iktidarı Doğru Yol ve Sosyal Demokrat Halkçı Parti'ye bırakana kadar (Büyük Larousse, 1994: 586-587) ANAP aktif siyasetin önemli bir belirleyeni olmayı sürdürür. Genel hatlarıyla kısaca özetlenen seksenli yıllardaki egemen politik iklimin beraberinde getirdiği ekonomik değişimlerin de keskin ve kalıcı etkileri olacaktır. Seksenli yıllarda Türkiye'nin içinde bulunduğu liberal dalganın dünyadaki egemen eğilimin bir uzantısı olduğu görülür. Anavatan Partisi'nin, Emre Kongar tarafından liberalizmi en “bilinçli” yerleştiren parti olarak yorumlanmasında haklılık payı vardır. Tam rekabet ve serbest piyasanın yerleştirilmesi ile kapitalist ekonominin gerekleri yerine getirilmiş olur. Gerçek gelir, artan enflasyon ve vergiler nedeniyle düşer. Ücretli, köylü, memur ve küçük esnafın gelirinin azalmasına neden olan bu durum Türkiye'de bir “kabuk değiştirme” olarak tanımlanır (1998: 256).

Bu ekonomik uygulamaların sosyal hayattaki karşılıkları ise, “Orta Direk” ve “Katmadeğer (KDV)” gibi kavramların yaşama ve dile yerleşmesi olur. “Orta Direk” kavramının Anavatan Partisi'nin “siyasi formülü” ya da “siyasi miti” olarak değerlendirilir (Parla, 1993: 151). Bir başka yorum Zürcher'den gelir. Yazar, Turgut Özal'ın siyasal bir figür olarak hızlı

yükselişinin kendisine benzeyenlerin yükselme hırsını körüklediğini belirtir. Özal'ın "orta direk" seçim sloganının, kendi gibiler üzerinde etkili olması buna bağlanır (1996: 412). Döneme damgasını 1987 seçimlerinde kullanılan "çağ atlama" sloganı (Cemal, 1990: 112) vurur. Dönemin egemen eğilimlerini ve toplumsal yansımalarını anlayabilmek için Can Kozanoğlu'na başvurulabilir. Yazar, seksenli yılları "değişim", "tüketim", "çeşitlenme" ve "benzeşme" kavramlarıyla özetlemeyi seçer: "Tüketmek, olabildiğince tüketmek, tüketim düzeyi ve tüketim biçimleri üzerinden kimlik-statü edinmeye çalışmak, hayatı yönlendiren "dinamik"lerden biri olurken; birçok kavram, eğilim, anlayış, söz ve düşünce de hızla tüketilmiştir" (1996: 596). Emre Kongar'ın *12 Eylül Kültürü* (1995) kitabında yorumladığı gibi: "Sarsılan feodal ve kırsal değerlerin kalıntıları tasfiye edilmeden ve yerlerine endüstriyel değerler bir sistem olarak, bir bütünlük içinde getirilmeden, kapitalist değer sisteminin tek bir ilkesi "para en yüce değerdir" anlayışı ile içerden de topluma pompalanmış ve böylece "zengin ol da nasıl olursan ol", "paranın kokusu yoktur", "en büyük başarı köşeyi dönmektir", "yeter ki köşeyi dön, nasıl döndüğün önemli değil" (1995: 294) biçiminde tariflenen ilkeler egemen olmaya başlamıştır.

Coşkun Cem Aktan, seksenli yıllarda değişen değerlerle ilgili durumu "politik patoloji-politik hastalıklar" olarak tanımlar ve değişen değerleri "yolsuzluk", "yağmacılık", "yiyicilik", "fırsatçılık", "köşe dönücülük", "soygunculuk" ve "torpil" gibi kavramlar yardımıyla özetler (1992: 22). Bunun yanı sıra, seksenli yılların sayılan tüm özellikleri içinde sınıfsal yapılara ve gündelik yaşama etki eden bir başka nokta ise, devlet ve toplum ilişkilerinde kökten değişimlerin yaşanması ve devletin ekonomi alanında pasif bir role çekilmesidir. Yeni dönemin devleti, artık toplumdaki sınıflar arasındaki ilişkilere hakemlik eden, toplum içindeki uzlaşmanın devamını alt sınıflar lehine müdahalelerde bulunarak çözen bir yaklaşıma sahip değildir. Özelleştirmeler de bu anlamda kilit uygulamalardır. Sınıflar arasında gerilime dayalı daha dar tabanlı bir denge söz konusudur. Gelir kutuplaşması yaşanır ve gelir dağılımında eşitsizlik artar. Zengin ile yoksul arasındaki farklar, uçurumlar boyutunda ürkütücü hale gelir. Zenginler ve yoksullar arasında o zamana dek yaşanmayan kültürel duvarların örüldüğüne dikkat çekilir. Böylece, seksen öncesi mümkün olmayan *saldırgan girişimcilik stratejileri* mümkün hale gelmiş olur. Yeni dönemin baskın göçmen tipi de, uysal ve kentle bütünleşmeye istekli bir figür değil, legal ve illegal arasında gidip gelmeye, yükselmek adına herşeyi yapmaya hazır bir figür olarak yorumlanır (Işık ve Pınarcıoğlu, 2003: 125-127).

Seksenli yıllarda yaşananları toplumsal etkileri açısından yorumlayan Kandiyoti ise, seksenlerden bu yana ekonomik liberalleşme ve özelleştirme politikalarının seçkin oluşturma ve toplumsal tabakalaştırma yaratma üzerindeki etkilerine dikkat çeker. Liberalleşme politikalarının orta sınıflar arasında daha önce benzeri görülmemiş bir bölünme ve kutuplaşma sürecini harekete geçirdiğini ve ücretli kesim ile kamu çalışanlarının durumunun bozulmasına neden olduğunu ekler. Çokuluslu şirketler ve özel ve mali sektörde çalışanlar dünya standartında gelirlerini garantileyebilmişlerdir (2003: 19). Seksenlerin bu genel arka planı eşliğinde *Namıslu*'nun üretilme dinamiklerinde etken olan dışarıdaki hayatı ve gerçek yaşamda söz konusu olan ekonomik, sosyal ve politik değişimleri hatırlamak olasıdır.

### **Seksenli Yıllarda Sinema Üretim Ortamını Kısaca Hatırlamak**

Seksenli yıllar, film üretimi ve sinema ile ilgili değişimler eşliğinde gözden geçirildiğinde popüler kültür ve sinema ortamı ile ilgili pek çok önemli veriye erişilebilir. Devlet İstatistik Enstitüsü'nün yayınladığı bir rapora göre, 1983 yılında yerli film izleyicisi 35.835.614 iken, yabancı film izleyici sayısı 45.133.962'dir. 1984 yılında bu sayının düşmekte olduğu ve

yabancı film izleme sayısının halen altında kaldığı görülür. 1985 yılına gelindiğinde ise, yerli film izleyen izleyicilerin sayısı ile yabancı film izleyicilerin sayısı eşitlenir. Hatta, 1986 yılında bu sayının yerli film izleyici sayısı açısından olumluya döndüğü ve yabancı film izleyici sayısını geride bıraktığı görülür. 1987 yılına gelindiğinde çok keskin bir düşüş yaşanır. Ve bu düşüş, her iki değer açısından azalır ve 1995 yılına gelindiğinde, 1.574.492 yerli izleyici, 7.825.302 yabancı izleyici sayısına kadar varır. Sayısal verilerde görüldüğü gibi, yerli film izleyiciliği yabancı film izleyiciliğinin çok gerisindedir (Türkiye İstatistik Yıllığı, 1983, 1990, 1996). Sinema seyirciliğindeki bu düşüşün ardında yatan nedenler arasında video olgusu ve çok kanallı televizyon yayınlarına olan ilginin etkisi olduğu açıktır (Kirel, 1999: 204).

Seksenli yıllarda film üretimi ile ilgili verilere göz gezdirildiğinde ise, 1980 yılında 68 olan üretim sayısının 1988 yılına kadar yükselmeye devam ettiği ve 117'ye ulaştığı görülür. 1989'da üretim sayısı 99'a geriler. Bu veriler değerlendirildiğinde en yoğun üretimin yapıldığı yılların 1984 ile 1987 yılları arasında kapsadığı anlaşılmaktadır<sup>iii</sup>. Seksenli yıllarda yaşanan toplumsal değişimler ve bunların sinemadaki yansımalarını ele alan çalışmalar yapılmıştır. Mahmut Tali Öngören'in "Sinemamız ve Kurtuluşu" adlı çalışması seksenli yıllar ve öncesinde seyirci ve sinema ilişkisine odaklanır ve seksenli yıllardan hemen önce yetmişli yılların sonunda sinemanın koşullarına değinerek bir karşılaştırma yapar. Devlet İstatistik Enstitüsü'nün 1982 yılında, 1978 yılı için gerçekleştirdiği araştırmada Türkiye'de yazlık sinema sayısının 302 olduğu, İstanbul'da aynı yıl içinde 127 kışlık sinema salonu bulunduğu belirtilmektedir. 7 Temmuz 1969 gününe ait Ulus gazetesinde İstanbul'da o yıl bulunan sinema salonu sayısının 194 olduğunun belirtilmesi ister istemez bir karşılaştırmayı beraberinde getirmektedir. 1969'dan 1978'e gelindiğinde 67 sinema (kışlık) salonu kapanır. Öngören, bu verilerin ardından sinema-televizyon rekabetine ve 1980'li yıllarda Amerikan sinemasının Türkiye'ye giriş biçiminin olumsuz etkisine değinir. Amerikalı dağıtım film tekellerinin Türkiye'de belli başlı salonlarını ele geçirmesinin yanısıra, televizyon ve video rekabeti sinemayı olumsuz etkilediğini vurgular. Sinema salonlarıyla seyircinin ilişkisinin sektöre uğramasının ardından salonlar kapanmaya devam edecektir (1996: 233-236). Sinema işletmecisi İsmet Kurtuluş da yetmişli ve seksenli yılları yaşanan değişimler eşliğinde yorumlar: "1975'de TV'nin yayına başlaması, 1980'lerde korsan video olayı, 1984'lerde renkli TV ve özel TV yayınları sektörün hayat damarlarını birer birer kesti. Daha önemlisi, 1984'lere kadar "Halkın en ucuz eğlencesi sinemadır" sloganı ile bilet fiyatlarını çok düşük tutan belediyelerin, ayrıca brüt hâsılat üzerinden aldıkları ve halen de almaya devam ettikleri (1996) Belediye Eğlence Vergisi de sinema ve film sektöründe sermaye birikimini önledi. Sermayesiz kalan sektör yeniliklere ayak uyduramadı, güncelleşmedi, seyircisinin tamamına yakınına da kaybetti" (1996: 381).

Bu yorum ve bilgiler sinema salonları ve sinema ve seyirci ilişkisini hatırlatmaya yardımcı olacakken bu kez film üretimin doğrudan içinde olan bir başka sinema profesyonelinin seksenli yıllarda yaşanan deneyimi aktaran yorumuna başvurulabilir. SODER (Sinema Oyuncuları Derneği)'nin yönetim kurulu üyesi Gülşen Tuncer, 12 Eylül askeri darbesinin olumsuz etkilerinin sinemada da derinlemesine yaşandığına vurgu yaparak başladığı yorumunu: "Ekonomik bunalım, siyasal baskılar, özgürlüklerin kısıtlanması, sansür, daha da acısı otosansür yaratıcıları da, seyircileri de anlaşılabilir bir çekimsellik çemberine kısırdı. Sonraki süreçte siyasal ortam, hak ve özgürlüklerdeki görece yumuşama, ekonomik bunalımın yükselerek sürmesine karşın film yapım sayısını, seyirci sayısını artırdı. Az sayıda da olsa yeni sinema salonları açılmaya başladı" (1996: 371) biçiminde devam ettirir.

Atilla Dorsay, sinemayı etkisi altına alan değişimler arasında sektördeki örgütlenme çabalarına değinir. 12 Eylül'le birlikte sinema alanındaki tüm kuruluşların kapatılması ve kimileri hakkında yıllar süren davalar açılması ile Yeşilçam'ın yaşadığı şoku ancak 1985'lerde atabildiğini belirtir. Yazar, FİYAP (1984), SESAM (1987), SODER (1988) ve FİLM-YÖN (1989) gibi sektöre ait oluşumların kurulmasını da not düşer. Yine seksenli yıllarda gündemi film şenlikleri ile ilgili gelişmelerin meşgul ettiği görülür. 1979 ve 1980'de yapılamayan Antalya şenliği yeniden süreklilik kazanır. 1982 yılında İstanbul Sinema Günleri başlar. 1988'de ilk Ankara şenliği gerçekleştirilir (1995: 22). 12 Eylül sonrası uygulamaların etkilerinin gündelik yaşamda olduğu kadar sinema sektörüne etkisi olduğu da açıktır.

Yeniden hatırlamak gerekirse, 1980'li yılların depolitik ortamını yaratan etki, askeri darbe sonrasındaki kısıtlayıcı uygulamalardır. 1982 yılında Genelkurmay'ın yayımladığı kitapta “ideolojik olaylarla ilgili” olarak 17.540 kişinin tutuklu olduğu açıklanır. Üniversitelerden atılan öğretim elemanlarının sayısı 148'i bulmuştur. Günaydın ve Türkiye gazeteleri kapatılmıştır. Kenan Evren'in “geçmişe sünger çekiyorum” ifadesi yaşananları özetleyen bir ifade olur (Cumhuriyetin 75 Yılı, 1999: 840-842). Bu değinilerden anlaşılacağı üzere sinema ile ilgili olarak bu uygulamaların olumsuz etkisi görülür. Son olarak sansürün etkisinden söz etmek yerinde olur. Sinema, video filmleri ve müzik kasetlerinin Polis Selahiyet yasası ile polis denetimine verilmesi dikkat çekici bir başka uygulamadır (Kongar, 1995: 258).

Yine Kongar'dan yararlanarak, Anavatan Partisi'nin iktidarda kaldığı 1989 yılına kadar 3000'e yakın gazeteci, yazar ve çevirmenin yargılandığı, 500'e yakın yayın organı için toplatılma kararı verilmiş, 39 ton yayın imha edilmiş, 40 ton yayın imhayı bekler hale getirilmiş, gazetecilere toplam 2000 yıl dolayında hapis cezası verilmiş ve 13 gazete hakkında 303 dava açılmıştır (1995: 221). Seksenli yılların politik eleştiriye ve karşı seslere tahammülsüz ortamında sanatçıların ve ürettiklerinin etkilenmemesi beklenemez. Necla Algan, seksenli yıllarda yaşanan değişimlerin sinemaya etkilerini anlatının oluşum koşulları ve yaşanan değişimlerin etkisi bağlamında değerlendirir: “Seksenli yılların Türk sineması için bu “Yeni Zamanlar” imkânlar vaadeden bakir bir alandı. Sinemacıyı eskiye bağlı tutacak hiç bir güç yoktu. Siyaset hapisanedeydi ve çok tehlikeliydi. Popüler Türk sineması tarihe karışmıştı. Onunla birlikte Yeşilçam ideolojisi, popülizmi ve geleneksellik de. Yeşilçam'ın içinden doğan toplumsal gerçekçi sinema da geçerliliğini yitirmişti. Sinemacılar bir kuş gibi özgürdüler. Artık istediklerini yapabilirlerdi” (1996: 5).

Bu ironik değiniden de anlaşılacağı üzere seksenli yıllarda sinema üretiminin de kabuk değiştirdiği anlaşılmaktadır. Seksenli yıllarda arabesk filmler, kadınları merkezine alan filmler ve güldürü filmleri dikkat çeker. Filmlerin içerikleri değerlendirildiğinde, yaşanan sürecin popüler olan değer, değişim ve eğilimlerini güldürü filmleri yoluyla aktarılmasının ardında politik olarak tek yönlü bir egemen söylemin devam etmesi ve bu yıllarda resmi ve liberal söylemin dışında bir başka söyleme tahammül olmaması aranmalıdır. Gerçek hayatta bastırılanların popüler güldürü filmleri eşliğinde popüler kültürde kendine temsil olanağı bulunduğu varsayılabilir. Bireyler üzerinde etkili olan değer değişiminin yansıması, popüler kültür ürünlerinde, mizah dergilerinde ya da sinemada yer bulur.

Hızlı liberalleşme politikalarının getirdiği ekonomik değişimler ve bunun değerler sistemine etkisi düşünüldüğünde, bilinen “eski” dünyanın geride kalmasının şokunu atlatmak için popüler filmlere ve ağırlıklı olarak güldürü türündeki filmlere gereksinim duyulduğu da öngörülebilir. Politik eleştirinin susturulduğu bu dönemde apolitik bir ortamın yaratıldığı göz önüne alınırsa, güldürü filmleri yoluyla filmlerin içinde kendine yer bulan, güncele temas

eden karakterler ve olayların varlığı dikkate değerdir. Seksenli yılların güldürü sinemasında çoğu zaman film kişileri hızla değişen dünya içinde nereye konumlayacaklarını bilememekte ve kendilerini karşı karşıya kaldıkları değişimin yarattığı kirlenmeye karşı korumaya çalışmaktadırlar. Seksenli yılların güldürü motifleri ve güldürü kişilerinin özellikleri sistemle ilişkilendirilip yeniden yorumlanması gereken tartışmalı bir alan oluşturmaktadır. Güldürü filmleri gerçekten sanıldığı kadar muhalif midir? yoksa, belli memur, orta direk vb. gibi stereotipler biçiminde ele alınarak yaşanan deneyimin sıradan insan üzerindeki olumsuz etkisini hafifletmeye mi yararlar? Seksenli yıllarda popülerleşen konulaştırmalar gözden geçirildiğinde özellikle güldürü türüne ait filmlerin muhalif tonunun doğru yorumlanabilmesi için türe ait örneklerin eleştirisi niteliğinin dikkatli biçimde incelenmesi gereklidir.

### **Namuslu Filminin Yaratıcıları**

*Namuslu*'yu doğru yorumlayabilmek için gözden geçirilmesi gereken bilgiler arasında filmin yaratıcı ekibinin sinema anlayışları önemli bir yer tuttuğu açıktır. Yönetmen Ertem Eğilmez'in *Namuslu* filminde çalışmayı seçtiği senaryo yazarı Başar Sabuncu'dur. Ertunç Şenkay'ın görüntü yönetmenliğini yaptığı filmin müzikleri ise Melih Kibar'a aittir. Şener Şen, Aysen Gruda, Adile Naşit, Erdal Özyağcılar, Ergun Uçucu, Zihni Küçümen, Bilge Zobu ve Haşmet Zeybek'in oyuncululuğunu üstlendiği filmin yapımevi ise Ferit Turgut'un sahibi olduğu Uzman Film'dir (Özgüç, 1995: 214). *Namuslu*'nun yapımcılığını üstlenmemesinin nedenini yapımcılığın getirdiği ek yüklerden korumak olarak açıklayan Eğilmez, böylece sadece filmle ilgilenebileceği (Sayar, 1984: 36) için bunu özellikle tercih ettiğini belirtir. Bu açıdan, *Namuslu*'nun Ertem Eğilmez ismi duyulduğunda hemen akla gelen ve sahibi olduğu Arzu Film adına değil Uzman Film adına gerçekleştirilmiş olması gözden kaçırılmaması gereken ayrıntılardan biridir.

Yeşilçam'da popüler filmler üreten ve popüler olanı yakalama becerisini yıllarca sürdüren ve bir ekol olan Ertem Eğilmez, Canan Uluyağcı'nın "*Bir Toplumsal Güldürü Ustası Ertem Eğilmez*" (2006) adlı çalışmasında incelenir. Yazar, Eğilmez sinemasının Türkiye'nin toplumsal tarihi ile paralellikler gösterdiğine vurgu yaparak 1960-1970 yılları arasını kapsayan on yılı Eğilmez'in kendi sinema dilini oluşturduğu ilk dönemi, 1970-1980 yılları arasını ikinci dönemi olarak ele alır. Toplumsal hayatta henüz gelenekselden kopulmamıştır, çağdaş niteliklere bürünmediği için Eğilmez sinemasında da güldürü filmlerine yönelinir. Uluyağcı'ya göre Eğilmez'in üçüncü dönemi 1980'li yıllardır<sup>iv</sup> ve Eğilmez, bu yıllarda toplumsal güldürü anlayışını sürdürür ve filmlerinde toplumsal sorunlara güldürü ile birlikte gönderme yapmayı yeğler. Hemen hemen her filmi o günün sorunlarıyla ilgilidir. Ana motifleri ise, alt-orta sınıf ve bunların karşısında yer alan zengin sınıf karşıtlıkları oluşturur (2006: 113-115). Ertem Eğilmez'in toplumsal güldürü geleneği ile ilişkisinin bilinçli ve eleştirel bir entelektüel yaklaşımdan çok günü takip eden yapımcı vasfı ağır basan, popüler kültüre ait ürünlerin üretildiği ortamın gereklerini iyi bilen ve seyircinin ilgisini iyi ölçebilen bir refleksle hareket ettiği düşünülebilir. Yönetmenin daha önce bir yayınevi olduğu<sup>v</sup> ve popüler kitaplar yayınladığı göz önüne alınırsa, "tüketici"nin isteklerini önemseyen, günün ruhunu ve seyirci isteklerini yakalamayı becerebilen akıllı bir yapımcının refleksleri ile hareket edebilme becerisinin daha ön planda olduğu daha net anlaşılacaktır.

*Namuslu*, Başar Sabuncu'nun *Mutemet Ali Rıza'nın Yaşanmış Hayat Hikayesi* adlı tiyatro oyunundan kendisi tarafından geliştirilmiştir (Sayar, 1984: 36). Filmin konusu kısaca özetlenirse; Mutemet Ali Rıza, kendi halinde güvenilir bir memurdur. Rüşvet ve benzeri kirlenmişlikler ve çalışma etiğinden uzak davranışlar sergileyen iş arkadaşlarının aksine

dürüst biridir. Bir gün, iş yeri adına bankadan çektiği toplu parayı taşıırken soyulur. Çevresindeki herkes onun parayı zimmetine geçirdiğini zanneder. Ailesindekiler de dahil olmak üzere kimseden saygı ve sevgi görmeyen Ali Rıza'nın kendi halindeki hayatı bu olaydan sonra birdenbire değişir. Onun zengin ve güçlü birisi olduğunu sanan tüm yakın ve uzak çevresinin tutumu değişir. Ali Rıza, istemeden de olsa çevresi tarafından hızla onu değiştirecek tehlikeli bir oyunun içine çekilir. Kimseyi parayı zimmetine geçirmedikçe inandıramayınca sonuna kadar bu oyunu sürdürür. Çevresindekilerin “çıkarıcı” beklentilerini kullanır ve “Namuslu” olduğu anlaşıldığında da ülkeyi terk ederek onların tüm beklentilerini boşa çıkarır.

*Namuslu*'nun anlatsal özelliklerini yorumlayabilmek için senaryo yazarı Başar Sabuncu'nun çalışmaları üzerinde durulmalıdır. Başar Sabuncu'nun seksenli yıllarda yazdığı senaryolarla ve ürettiği filmlerle önemli ve ayrıksı örnekler üretir. Başar Sabuncu'nun 1961 yılında tiyatro çalışmalarına başladığı, tiyatro oyunu yazdığı, sahneye çıktığı ve oyun yönettiği bilinmektedir (Özgüç, 1995: 121). Sabuncu, 1975 yılında senaryo yazarak sinemaya girer ve 1985 yılında kendi yazdığı senaryoları yöneterek sinemaya devam eder (İnanoğlu, 2004: 643). Sabuncu, senaryo yazarı olarak; *Şöhret Budalası* (1975), *Adak* (1979), *Talihli Amele* (1980), *Şalvar Davası* (1983) ve *Namuslu* (1984) adlı çalışmalara imza atar. Hem senaryosunu yazdığı, hem de yönettiği filmler arasında ise; *Çıplak Vatandaş* (1985), *Asılacak Kadın* (1986), *Kupa Kızı* (1986), *Kaçamak* (1988), *Zengin Mutfağı* (1988) ve *Yolcu* (1993) (Özgüç, 1995:121) vardır. Sabuncu, *Namuslu* filminin senaryosu dolayısıyla, 1985 yılında SİYAD-Sinema Yazarları Derneği tarafından En İyi Senaryo Ödülü'nü kazanır (Özgüç, 1995: 121). Ayrıca, Başar Sabuncu'nun *Zengin Mutfağı* (1988) ve *Çıplak Vatandaş* (1985) gibi filmleri göz önüne alındığında eleştirel bakışının gücü ve politik tavrı daha net anlaşılacaktır. Başar Sabuncu, seksenli yıllarda Türk sinemasında eleştirel içerikteki filmler üreten önemli bir yazarı ve yönetmenidir. Esen'in, Sabuncu'nun yazıp yönettiği *Çıplak Vatandaş* (1985) ile yorumunda filmin çekiminden birkaç ay önce gazetelerde yayınlanan gerçek bir olaydan yola çıkılarak hazırlandığı bilinmektedir. Sabuncu'nun toplumsal yergi dozunu yükselttiği bu film, sistem eleştirisini siyasallaştıran bir örnek olarak Türk sinema tarihi içinde yerini alır (2000: 182-183). Sabuncu'nun yaşanan değişimlerin toplumsal etkilerini gündemi yakından takip ederek de sinemaya aktarması sinema yapma anlayışındaki toplumsal yaklaşımını ortaya koyar. Başar Sabuncu'nun eleştirel tavrı *Namuslu*'nun senaryosunda toplumsal taşlama eğilimiyle dikkat çeker. Filmin Ertem Eğilmez'in popüler sinemanın işleyiş koşullarını bilen yaklaşımı ile Başar Sabuncu'nun toplumsal gerçekçi yaklaşımının kesişme noktasında oluştuğu görülür.

Filmin eleştirel tonunun seyircide uyandıracakı olası etki açısından başrol oyuncusu Şener Şen'in performansının etkisi bağlamında yeniden gözden geçirilmesinde yarar vardır. Filmin eksen karakteri olan Ali Rıza'yı canlandıran Şener Şen, Arzu Film Ekolü'nün vazgeçilmez oyuncularından biridir ve çok sayıda Arzu Film yapımında rol almıştır. Eğilmez, *Namuslu*'da bu kez daha önceki performanslarından çok başka bir rol oynayacak olan Şener Şen'i seçerken tereddüt geçirdiğini itiraf eder. Yönetmenin kaygısı daha önce yardımcı rollerde oynayan Şener Şen'in “olumsuz sempatik” oynarken yakaladığı başarısıdır. Olumsuzdan başrol oyuncusu çıkmaz kanısında olan Eğilmez, Şener Şen'in daha önce canlandırdığı hallerinin tam tersi “doğru” bir adam olarak görüneceği için seyircide bir şok etkisi uyandıracakı endişesini bir süre taşır (Sayar, 1984: 36). Şener Şen, *Namuslu*'da ilk kez başrol oyunculuğuna terfi eder. Scognamillo'nun deyimiyle, oyuncunun yorumladığı anti-kahramanlar içinde bu ilk “majör” örnektir ve *Namuslu*'dan sonra başrol oynadığı film sayısı artar. *Züğürt Ağa* (1985) ve *Aşık Oldum* (1985) oyuncunun birbirini takip eden diğer başrol oynadığı filmler olurlar (2005: 60-61). Güçhan'ın tür filmlerinde karakterlerin zaman içinde



bir klişeye dönüşebileceği uyarısı dikkate alınabilir. Çok tekrar edildikten sonra basmakalıp hale gelen karakterler kimi zaman da yetkin oyuncu ve yönetmenler elinde etkin karakterlere dönüşebilmektedirler (1999: 124). Yeniden *Namuslu* bu bilgiler eşliğinde incelendiğinde, Şener Şen'in daha önce canlandığı kurnaz tiplerinin seyirci üzerinde yarattığı beklentinin filmin eleştirel tonunu zedelemektedir. *Namuslu*, bu yüzden seyircisine son sahnesine kadar Şener Şen'in daha önce canlandığı karakterlere uygun bir biçimde ne yapacağından bir türlü “emin olunamayan” bir seyir deneyimi sunar.

### ***Namuslu* Filminin Dramatik Bileşenleri Açısından İncelenmesi**

Filmin anlatısal yapısının dramatik bileşenleri eşliğinde yorumlanması filmle ilgili kimi önemli ayrıntıları gözden geçirmek için yararlı olacaktır. Bu bağlamda, filmi incelerken “eksen karakter”, “çatışma”, “tema”, “eksen karakterdeki değişim” gibi dramatik bileşenler ve filmde kullanılan güldürü öğelerinin ayrı ayrı ortaya konulması anlamlıdır. Sayılan bileşenler arasında kurgusal bir anlatının vazgeçilmez öğelerinden birinin karakter olduğu açıktır. Karakter dramatik anlatının ‘merkezi’ konumunu işgal eder ve içerik ve biçimin olmazsa olmaz ögesi olarak varlığını sürdürür (Ünal, 2008: 95). Bu öge, “eksen karakter”, ana karakter, kahraman, oyun kişisi olarak da tanımlanmaktadır. Bir öykünün dikkat odağı olan eksen karakterin kendine ait bir bakış açısı vardır (Swain, 1988: 85). Eksen karakter dramatik ilerlemeyi sağlar, ne istediğini bilir ve bu uğurda elinden geleni yapar (Egri, 1993: 110). Buna ek olarak bir karakteri; fiziksel, psikolojik, toplumsal ve kültürel özelliğın biraraya gelmesi oluşturur. William Miller’ın karakteri tanımladığı psikolojik özellikler burada yeniden hatırlanabilir. Bunlar arasında, karakterin kompleksleri, zaafı, sabit fikirleri, karar verme yetenekleri, duyguları, hayata bakış açısından da söz edilir. Benzer bir biçimde karakterin diğer kişilerle ilişkileri ve değer yargıları, politik eğilimleri, dinsel inançları, kısa ve uzun vadeli amaçları da belirleyici özellikler arasında sayılabilir (akt. Oluk, 2008: 78). Dramatik yapının önemli bir diğer bileşeni ise “karşıt karakter”dir. “Karşıt karakter”, eksen karakterin en önemli rakibidir ve engelleri temsil eder. “Karşıt karakter”ler bir kişi ya da gruptan oluşabilir (Cowgill, 1997: 47). Bir diğer dramatik bileşen olan “çatışma”nın ortaya konulmasında ise daha geniş çerçevede bir değerlendirme yapma olanağı doğar. Örneğın çatışmanın gündelik yaşamdaki değişimlerle ilgisi gözden geçirilebilir (Ünal, 2008: 103);

Parçalanmış bir toplumda ‘çelişki’, gündelik yaşamın *asli* öğelerinden biri haline gelir. Eskinin ‘kolektif’ topluluğunda çelişkiler ancak ‘düşman’la topluluk arasında iken, yeni sosyo-ekonomik örgütlenmeyle birlikte, topluluğun tek tek her bir üyesinin ilişkilerine sızar ve gündelik yaşama nüfuz eder. Fakat bu çelişkiler, çoğu zaman bireyin ölümüne kadar ‘açığa’ çıkmadan varlıklarını sürdürürler; veya zaman içinde ve herhangi bir çatışmaya yol açmaksızın, aşama aşama ortadan kalkarlar. Ancak çelişkilerin ‘yaşamın kırılma anlarındaki’ belirli bir kombinasyonu, çatışma için gerekli olan zemini hazırlar. Nitekim bunlar ya doğrudan doğruya ‘karakterin kendi edimi’yle ya da bir başka sebeple güçlenirler ve birer ‘çatışma’ olarak *su yüzüne* çıkarlar. Daha önce ‘bilinç’ düzeyinde deneyimlenmeyen çelişkiler, böylece ortaya çıkar ve kendi çözümleri açısından bir ‘aciliyeti’ dayatırlar.

Dramatik yapılarda kavramın karşımıza çıkışı geniş boyutuyla açıklanan durumlar içinde değerlendirilebilir. Yine, dramatik bileşenler açısından gözden geçirildiğinde, “çatışma” ile karşılaşan “eksen karakter”in bir seçim yapmaya zorlandığı ve seçimlerinin sonucunun onu

değiştirdiği (Cowgill, 1997: 42) hatırlanabilir. “Çatışma”nın karakterlerin kendi aralarında, buldukları ortam ya da çevre arasındaki karşıtlıktan doğduğu (Arslanyürek, 1998: 88) bu temel bilgilere eklenebilir. Ayrıca, çatışmanın çözülüşüne göre anlatılan dünyanın; onaylayıcı, betimleyici ya da eleştirel nitelikte ele alınıp alınmadığı da anlaşılabilir (Abisel, 1994: 103-104). Çatışma kavramı ile ilgili olarak belirtilecek bir başka nokta ise, çatışmanın sürdürülmesidir: “Karakterlerin amaçlarını gerçekleştirmeye yönelik eylemler ve amaca ulaşmasını engelleyecek karşı eylemlerle karşı karşıya bırakılması anlamına gelir. Çatışmanın sonuçlandırılması ise, karakterin amacına ulaşip ulaşmadığının belli olmasıdır” (Dalay Küçükkurt, 2004: 21-22). Önemli dramatik bileşenlerin yeniden ele alındığı bu bölümün ardından sayılan özellikleri açısından *Namustlu* filminin incelenmesine geçilebilir.

### **Eksen Karakter Ali Rıza**

Dramatik anlatının bileşenleri ile ilgili bu tanımların eşliğinde filmin dramatik yapısını ortaya koyabilmek için *Namustlu*'nun eksen karakteri üzerine odaklanılabilir. Şener Şen'in canlandığı Mutemet Ali Rıza Ögün<sup>vi</sup>, kendi halinde tipik bir memurdur. Ali Rıza, dürüst kişiliği ve rüşvete karşı olması yüzünden birlikte çalıştığı arkadaşlarının işini bilir davranışlarını ve yaşayışlarını normal karşılamaz. Ali Rıza, diğer birçok çalışma arkadaşı gibi rüşvet almadığı için ekonomik sıkıntı içindedir. Bu dürüst tavrı yüzünden başta ailesi olmak üzere çevresindeki kimseden saygı görmez. Bir gün bankadan işyerinde dağıtmak üzere aldığı paralar yolda gasp edilince hayatı geri dönülmez bir biçimde değişecektir. Çevresindeki herkes parayı kendi zimmetine geçirdiğini sanınca Ali Rıza'nın başına gelen bu “talihsiz olay” yüzünden etrafı ikiyüzlü ve çıkarıcı insanlarla dolar. Ailesinin de içinde olduğu çıkarıcı insanlar güruhu onun dürüst ve namuslu olabileceğine bir türlü inanmak istemez ve onu bir kahramanmışçasına içlerine alıp ona karşı tutumlarını “olumlu” anlamda hemen değiştirirler. Filmin evreninde dönemin genel eğilimine paralel olarak “namusluluk” sorgulanmadan yok sayılması gereken bir kusur ya da hata gibi algılanması üzerinde durulur. Dönem, filmde “köşe dönmeçilik”in nasıl olursa olsun gerçekleşmesi inancıyla motive olmuş yan karakterlerle abartılı bir biçimde resmedilir. Ali Rıza, çevresindekilerin tamamen değiştiğini görür ama buna engel olamaz. Onlara masum olduğunu ç her fırsatta anlatmaya çalışsa da çabaları sonuçsuz kalır. Etrafındakilerin ikiyüzlülüğünü cezalandırmak isteyen Ali Rıza, bu kez kendisinden beklendiği gibi “namussuz” olmayı dener. Bu değişimden sonra, çevresini saran yakınları mağdur durumda kalacaktır. Bu anlamda, filmin bir başka dramatik öğesi olan temasının ise, “bireysel çıkarların ön plana çıkması yozlaşmayı bulaşıcı kılar” gibi bir cümleyle özetlenebilir (Kirel, 1999: 307).

Filmin diğer karakterleri de bu anlamda önemlidir. Ali Rıza kendi halinde orta halli bir aile babası olarak resmedilmektedir. Zamanın yozlaşmayı meşrulaştıran etiğine ve egemen dinamiklerine karşı durması onun çevresi tarafından saygı duyulmayan ve önemsenmeyen bir insan olarak karşılanmasına nedeni olarak gösterilir. Ali Rıza'nın hayatındaki temel değişim işyerine ulaştırmakla yükümlü olduğu paranın gasp edilmesiyle başlar. Bu dönüş noktasından sonra, filmin evreninde hiç bir şey eskisi gibi kalmayacaktır. Karakterin temel amacı dürüst ve namuslu yaşamını çevresindeki tüm baskın yozlaşmaya karşı sürdürmek isteğidir. Ali Rıza'nın başına gelen gasp olayının sonrasında ikincil amacı, çevresindekilere bir ders vermek isteği olur. Eski günlerdeki gibi saygı ve sevgi görmek isteyen Ali Rıza, değişen dünyanın karşısında değişmeden kalmak için çabalar. Ancak bunu başaracaktır. Filmin, yaşanan sürecin baskın ekonomik ve sosyal kaygılarına dair çatışmaları ve temsilleri içinde barındıran bir filmsel evreni vardır. Filmin belirtilen anlatsal yapısı içinde karşıt karakterleri olarak Ali Rıza'nın karısı Naciye, Naciye'nin annesi, kayınbiraderi, oğlu ve çalışma

arkadaşları Necati, Müdürü, Genel Müdürü, Çaycı, Koruma Görevlisi vb. sayılabilir. Ali Rıza dışında tüm karakterler onun düşünsel ve davranışsal olarak karşısında yeralacak şekilde kurgulanmışlardır. Bu açıdan filmin dramatik çatışması bu eksen üzerinde değerlendirilmelidir. Ali Rıza, tek başına dönemin değişen egemen değerler sistemine karşı durmaya çabalar. Ayrıca, çalışma arkadaşları dışında apartmandaki ve mahallede yer alan diğer kişiler de karşıt karakterler olarak düzenlenmişlerdir. Ev sahibi Hacı Bey, Karı-koca komşuları, bakkal, kasap, manav ve beyaz eşya satıcısı esnaf da Ali Rıza'nın etrafını saran ve karşıt karakter olarak tanımlanabilir.

Filmin eksen karakteri Ali Rıza'nın değişimi filmdeki simgeler eşliğinde yorumlanabilir. Ali Rıza, filmin ilk karesinde lacivert ceket, şapkası, kravatı, gömleği, evrak çantası, sefer tası ile tipik bir memur görünümünde çizilmiştir. Gasp olayından sonra Ali Rıza'nın kendisini zor durumda bırakan çevresindekilere bir oyun oynama isteği değişimini başlatır. Bu değişim görsel olarak fark edilir bir değişimdir. Verdiği bu karardan sonra Ali Rıza'nın aksesuarları (gömlek, kolluk, kalın çerçeveli gözlük vs.) ve tipik memur kıyafetleri birdenbire farklılaşır. Ali Rıza bu kez yeni açık renk takım elbisesi, tel çerçeveli gözlüğü, fuları ile şık ve fark edilen bir erkek olur. Fiziksel değişimine paralel olarak kişiliği de değişen Ali Rıza, onu zor durumda bırakan; genel müdürüne, müdürüne, müteahhite, çalışma arkadaşlarına ve ailesine kötü davranmaya başlar. Bu davranışlarına rağmen, yeni kıyafeti ve kendinden emin tavırları ile herkesin “saygı”sını kazanır. Filmin sonunda görkemli bir veda yemeği düzenler. Gazetelerde “namuslu” olduğu ve paraları gerçekten hırsızların çaldığı haberinin yayınlandığı gün, bir gemiye biner ve rıhtıma gelen ailesine, iş arkadaşlarına, ev sahibine uzaktan el sallayarak herkesi ardında bırakacağı için mutlu bir biçimde limandan ayrılır. Filmin en son karesinde geminin güvertesinde Hawai desenli gömleği, kırmızı şortu ile çok farklı bir Ali Rıza vardır. Ali Rıza'nın tüm yaşadıklarından sonra yaşamı da, alışkanlıkları da, değerleri de değişmek zorunda kalır. Ancak, yine de kendine bu yozlaşmış toplumsal ilişkiler düzeneğinin egemen olduğu dünyada yer bulamayıp kaçmak istemesi önemlidir. Bu son, daha sonraki yıllarda ağırlığı iyiden iyiye hissedilecek küreselleşme bağlamında değerlendirildiğinde binilen ulusaşırı geminin götüreceği farklı bir “dünya” olmadığı da kolaylıkla tahmin edilebilir.

### **Filmin Dramatik Çatışması Neye Dayanır?**

Filmin temel çatışmasını “namusluluk” ve “namussuzluk” üzerine dayandırıyor oluşu rastlantısal değildir. Burada vurgulanmak istenen ekonomi temelli bir dürüstlük anlayışının değişiyor oluşudur. Bu çatışmanın temsil ettiği bir başka noktanın ise, birey ile toplum arasındaki değer çatışması olarak değerlendirilebileceği açıktır. Ekonomik değişimler düşünülürse, seksenli yıllarda liberal uygulamaların ve tüketim kültürünün kendini yaşamın her alanında dayatmasının ardından sistem ile bireyin bu değişimden önceki değerlerinin çatışması olduğu öne sürülebilir. Eski değerlerle yeni değerlerin keskin çatışması evrensel bir sorundur. Filmin sonunda Ali Rıza kendinden beklenmeyeni yapar. Bir “namuslu”dan el birliği ile bir “namussuz” yaratılmış olur. Filmdeki, “Namussuzmuş namuslu!” deyimini dönemi ve filmi en çok tarif eden diyaloglardan biri olarak zihinlerde kalır. Vecdi Sayar'la yaptığı bir görüşmede Ertem Eğilmez *Namuslu*'yu; “Sosyo-ekonomik karmaşa içinde olan bir toplumda insanların bireysel kaliteleri ne olursa olsun, doğanın tabiatına aykırı “namuslu” kalabilmesi. Sosyo-ekonomik karmaşa insanları ne olursa olsun namussuz yapıyor” (1984: 36) biçiminde yorumlar. Yönetmenin bu yaklaşımı filme nasıl baktığını da özetler niteliktedir. Abisel, *Namuslu* filmini “Birey ile çevresi arasındaki çelişkiye dayanan çatışma” başlığı altında değerlendirir ve: “Dürüst bir yaşam sürdürme konusundaki ısrarı yüzünden çevresiyle

çelişkili bir duruma düşen karakterlerin (*Namuslu*; *Çıplak Vatandaş*, Sabuncu, 1985) öyküsünü anlatan filmler de, bir aşk gerilimine gerek duymaksızın bireyle yaşadığı ortamı karşı karşıya getirmektedir” (1994: 89) yorumunu yapar. Yazarın “Gerçekleşebilecek bir dünya tasarımı” başlığı altında *Namuslu*’yu bir kez daha ele aldığı görülür (Abisel, 1994: 117):

... komedinin olanakları aracılığıyla abartılı biçimde kurduğu “yanlış” dünyanın karşısına, uzun süre her şeye tek başına direnen karakteri yerleştirip –yine olumsuzun altını çizerek- olumluya gitme yolunu tutmuştur (*Namuslu*). Bu filmin kurmaca dünyasında kimse üzerine düşeni yapmamakta, herkes görevini yerine getirmek için fazladan bir ödeme talep etmekte, saygı yalnızca parası olana gösterilmekte, sevgi ve dayanışma çıkar üzerine kurulu planların bir parçası haline gelmiş bulunmaktadır. Artık beklentiler, geçim sıkıntısı noktasını aşmış; herkes gözünü köşe dönmeye dikmiştir. Üstelik bu durum, yerli filmlerin hemen hepsinde yüceltilmekte olan aile ve mahalleli arasında da görülmektedir. Anlatının merkezindeki erkek karakter, işte bu dünyanın içinde kendine inşa ettiği bir başka dar dünyada, adeta etrafındakileri yok sayarak yaşayıp gitmektedir. Karısının “Görev senin gibi enayilerin kuruntusu” demesine karşılık “Çocuğu da ziyan edecek.” diye düşünülmesine, iş arkadaşlarının “Kararname çıkıyormuş, vatan millet için çalışanların heykelleri dikilecekmiş” şeklindeki alaylarına karşın, bildiğinden dönmeyen karakterin yaşamının bu garip dengesi, bir rastlantıyla bozulacak, çatışma da burada ortaya çıkacaktır.

Burçak Evren, *Namuslu* filmini değerlendiren sinema yazarları arasındadır. Evren, filmde “köşeyi dönme” değişiminin anlamını irdeler. İktidarların ekonomi anlayışlarının pratik yaşamda yansımaları bulduğuna dikkat çeken yazar; “Geçmiş yılların “her mahallede bir milyoner yaratma” felsefesi, şimdilerde yerini “köşeyi dönme” esprisine bırakmış durumda... Her türlü erdemlerin çıkar/para ile ölçülüp biçildiği bir yaşam tarzında, yaşamın güçlüklerinden ve bunaltısından “köşeyi zahmetsizce” dönmek, yalnızca yaşanan bir çağın ekonomi anlayışının espiye indirgenmiş yanını değil, onun da ötesinde, orta sınıfın –ya da orta direğin- umuduyla körüklenen bir özlem olup çıkıyor ortaya” (1990: 45) biçiminde filmi değerlendirir. Film hakkında Abisel’in yorumu devam eder: “Bu filmin, aile, komşuluk ve mahalle ilişkilerini ele alarak eleştiri yelpazesini genişletmesi yerli film geleneği açısından önemlidir ve özellikle aileyi betimlerken ortaya koyduğu tavır, bu kurumu her zaman onaylamadığını ortaya koyan ikinci örnek olmaktadır. (Öteki: *Aaah Belinda*) Daha da önemlisi, film temsil ettiği dünyayı gülmeceyle eleştirirken herhangi bir geriye-yönsemeli arayış içine girmediği gibi “teslim bayrağı”ni da kaldırmamaktadır” (1994: 117). Sayılan anlatısal özelliklerin yanısıra filmdeki güldürü unsurlarının seksenli yılların başında yaşanan süreçle birlikte ele alınması anlamlıdır.

### **Filmdeki Güldürü Unsurlarının Değerlendirilmesi**

*Namuslu*’daki güldürü unsurları arasında abartının çok önemli bir yeri vardır. Ali Rıza’nın parayı zimmetine geçirdiğinden emin olan mahallelinin onu bir kahraman gibi karşılamaları buna bir örnektir. Bayraklar, motorsikletli kortej ile mahalleliyi selamlayan Ali Rıza, üstü açık bir arabayla mahalleye girer. Kurbanlar kesilir. Folklor ekibi “görev”ini yerine getirir. Yozlaşmaya direnen Ali Rıza’yı yozlaştıranların aralarına kabul etme töreni geleneksel göstergelerin de yer aldığı bu coşkulu hal, tam bir tören gibi düzenlenir. Birlik ve dayanışma

teması bu filmde Ertem Eğilmez'in diğer filmlerinden farklı bir biçimde eleştiri noktasında kullanılır. Söz konusu olan negatif bir dayanışma ve birleşme tematiğidir. Ali Rıza, itiraz ettiği ve kendine yer bulamadığı bu baskın zihniyetle savaştan vazgeçince çevresindekiler tarafından yok sayılan varlığı kabul edilip kutsanır ve bu türden bir kabule itiraz edip bilinmeze gidene kadar bu kabullenmişliğin keyfini çıkarır. Yok sayılan, sıradan bir erkekten coşkulu bir kalabalığın içinde saygınlık kazanan bir erkek olma “mertebesi”ne yükselen Ali Rıza bir süre bu keyfi sürecektir. *Namuslu*'da yer alan güldürü unsurlarını Evren, töre güldürüsünden, savruklamaya, vodvilden saçmaya ve acıklı güldürüye kadar varan geniş bir yelpazede görüldüğünü belirterek (1990: 46) tanımlar. Filmin anlatsal yapısı bu anlamda eklektiktir. Toplumsal yerginin zaman zaman ön plana çıktığı film, karakter güldürüsü, abartı, ironi gibi çok çeşitli güldürü unsurları ile bezenir. Filmdeki güldürü unsurlarının yanısıra genel anlamıyla güldürüden beklenenin ne olduğu üzerinde durulmalıdır. Ünsal Oskay, güldürü/komedi türünün eleştirel özelliğine dikkat çeker. Bir anlatsal form olarak “komedyacı” yüzyıllardan beri “insanoğlunun bir yandan kabullenip içinde yaşamaya çalıştığı, bir yandan da değiştirmeye çaba gösterdiği toplumsal hayatına ve bu verili toplumsal hayatını, konumunu ona değişmez bir kader gibi göstermeye yönelik gelenek, töreler ve bağnaz düşüncelere karşı bir özgürleşme çabası” olduğuna değinir (2000: 25). Ardından da “düzen-içi” komedi geleneğinin karşısında yer alan ütopyan boyutu ele alır. Güldürü filmlerinin çeşitli tiplendirmelerle sıradan insana sıradan insan anlatılırken aslında yaşanan kişiliğin örselenmesinin tarihsel boyutunun farkına varılmasını sağlanmasına vurgu yapar. Asıl sorumlu tutulması gerekenin toplumdaki egemenlik ilişkileri olduğunu ve ancak örselenmiş halden bu değiştiğinde kurtulabileceğini göstermesi açısından komedyanın ütopyan bakışının vazgeçilmezliğinin altı çizilir (Oskay, 2000: 31). Bu yaklaşım eşliğinde popüler filmlerin anlatsal dünyasının ve güldürü türünün anlatsal özelliklerinin üzerinde durularak *Namuslu*'nun temsil kavramı bağlamında yeniden gözden geçirilmesi anlamlı olacaktır.

### **Popüler Güldürü Filmleri ve Temsil Açısından *Namuslu* Nasıl Yorumlanabilir?**

Popüler kültüre ait öğelerin doğru yorumlanabilmesi için üretilen kültürel malzemeyi çok boyutlu değerlendirmek gerekir. Bu açıdan hem popüler beğeni, hem popüler beğenin bir kültürel malzemeyi üretirken etkinliği ve belirleyiciliğini dikkate almak gerekir. Sinemanın popüler kanadının içinde barındırdığı temsiller ve etkinliği açısından önemli ipuçları sunduğu açıktır. Popüler sinema söz konusu olduğunda tür dikkat çeken bir başka önemli kavramdır. Bu bağlamda, sinemasal türler arasında toplumsal değişimlere yanıt vermesi açısından güldürü türünün oluşumu dikkatle incelenmeyi hak eder. Bu çerçevede içinde popüler kültür ve beğenin olduğu kadar temsil kavramının ve basmakalıplaştırmanın (stereotip) üzerine yoğunlaşılması gerekir. John Fiske, *Popüler Kültürü Anlamak* adlı çalışmasında popüler beğeni üzerinde durur ve popüler beğeni ile gündelik yaşam arasındaki ilişkiyi irdeler (1999: 159-160):

Popüler kültür, kapitalizm tarafından sağlanan kültürel kaynaklar ile gündelik yaşam arasındaki ara kesimde üretilir. İlintiliği merkezi bir ölçüt olarak tanımlar bu. Kültürel kaynak, gündelik yaşam deneyiminin kendisiyle birlikte tınlamasını olanaklı bağlantı noktaları önermiyorsa, popüler olamaz. Gündelik yaşam, sürekli değişen toplumsal dayanışmalar aracılığıyla, akışkan bir biçimde yaşanıp öyle de deneyimlendiği için, bu bağlantı noktalarının da türlü türlü olmaları, metinselden çok toplumsal belirlenimlere açık, ayrıca da geçici olmaları zorunludur.

Fiske, popüler metinler üzerine yorumlarına devam eder ve önemli bir uyarıda bulunur (1999: 164-165):

Popüler metinler toplumsal düzeni değiştirmeye ya da onun dengesini bozmaya çalışan anlamların üretimini teşvik etmeleri nedeniyle ilerici olabilirler ama asla düzene doğrudan doğruya karşı çıkabilecek ya da onu devirebilecek denli köktenci olamazlar. Popüler deneyim hep egemen yapıların içinde biçimlendirilir; popüler kültür bu yapılar içinde popüler alanlar üretilmesiyle, bunların genişletilmesiyle ilgilenir. Popüler hazlar ve anlamlar tabiliği üreten güçlerden asla bağımsız değildirler, gerçekte bunların özü bu güçlere karşı çıkma, direniş gösterme, sıyrılma ya da saldırma yeteneklerinde yatmaktadır. İlinti gereksiniminin anlamı, popüler kültürün ilerici ya da saldırgan olabileceği, ama asla popüler olduğu toplumun iktidar yapısından köktenci bir şekilde özgür olamayacağıdır.

Bu uyarı popüler kültüre ait anlatıların içinde üretildikleri sürece bağlı olarak şekillendiğini hatırlatır. Popüler anlatılar, gündemdeki egemen değerlerin ve iktidarın sunduğu “izin verilen alan” içinde sistemin temel özelliklerinin uzağında kendine bir alan yaratamayacaktır. Bu denklemin içine Fiske’den yapılan alıntıda popüler hazzın kaynakları ile ilgili nokta da düşünülerek seyirci boyutunu eklemek olasıdır. Popüler anlatıların muhafazakâr, statükocu ve sürece egemen olan değerlerin yeniden üretilmesine yarayacak temsilleri ve anlamları barındıran öğelerle bezeli olduğu bu açıdan her zaman yapılacak yorumlarda dikkate alınmalıdır. Bir filmin popüler olması vurgulanan nitelikteki soru işaretlerinin yanıtlarını filmde aramayı gerektirir. Nilgün Abisel, popüler kurmaca anlatıların her zaman dış dünyayla sıkıca bağlantılı olduğu, gündemdeki meselelere göndermeler yapan öyküler anlattığının altını çizdikten sonra: “Popüler anlatılar duygulara yönelik olduğundan ağırlık eylemlerde ve olaylardadır. Bunlar da dış dünyanın temsiline dayanan popüler filmlerde gerçekmişgibiliğin (verisimilitude) önemini arttırmaktadır. Popüler filmler geleneksel anlatı tarzını temel alarak inşa edildiklerinden bu tarzın içerdiği antidemokratik yapının izlerini taşırlar” (1994: 75) uyarısını yapar.

Popüler filmler söz konusu olduğunda “temsil” kavramının önemi bir kez daha ortaya çıkar. Stuart Hall, ‘basmakalılaştırma/stereotipleştirme’ üzerine yoğunlaşan kuramcılar arasında önemli bir isimdir. Yazar, ‘basmakalılaştırmanın/stereotipleştirme’nin içindeki temsil, farklılık ve güç arasında bir bağlantı kurulduğuna dikkat çeker. Çoğunlukla güç doğrudan fiziksel zorlama ve baskı kavramıyla ilintili düşünülmektedir. Oysa güçten söz edildiğinde temsildeki güçten, işaret etmekteki güçten, sınıflandırmadaki güçten, tayin etmekteki güçten de söz edildiği hatırlanmalıdır. Burada güç, sadece ekonomik sömürü ve fiziksel zorlama anlamında değil aha geniş kültürel ve sembolik anlamlarıyla anlaşılmalıdır. Birini ya da bir şeyi belli biçimde temsil etme gücü düşünülmesi ve belli bir ‘temsil rejimi’ içinde bu konuya eğilinmelidir (2002: 259). Hall’un bu konudaki uyarısını sinema ile ilgili olarak karakterleştirmeler ve stereotipleştirmeler üzerinden sinemasal kodlar ve düzenlemelerdeki ‘basmakalılaştırmalar/stereotipleştirmeler’ üzerinden kullanmak olasıdır. Böylece, basmakalılaştırmalar konusundaki yaklaşımı anlatının ‘temsil rejimi’ni ve politikasını ortaya çıkaracak anahtarlardan biri olacaktır. Graeme Burton *Görünenden Fazlası* adlı çalışmasında temsil ve inşaya değinir. Yazar, medya ile temsil ilişkisini birlikte yorumlar ve temsilin algısal etkilerini ortaya koyar (1995: 111):

Sonuç olarak, medya insan kategorileri ve belirli insanların niçin belirli kategorilere dahil olması gerektiğine dair anlayışımızı düzenler. Bu kategoriler, medyada olduğu kadar gerçek hayatta da insanları yargılamak için kullandığımız düşünce sürecimizin bir parçası haline gelir. Bu gibi kategoriler algısal kümeler olarak adlandırılır. Yani, insanların medyada temsil edilmesi bu algısal kümelerin inşa edilmesine ve sürdürülmesine yardımcı olur.

Bu açıdan değerlendirildiğinde, popüler sinema filmleri yoluyla iletilen temsillerin de basmakalıplaştırmalar aracılığıyla hem anlatıda bir ekonomi sağlamaya yaradığı hem de basmakalıplaştırdığı insan tipleri aracılığıyla belli bir algısal kabul ve beklenti oluşturduğu varsayılabilir. Basmakalıplaştırma güldürü türü düşünüldüğünde çok sıklıkla başvurulan bir anlatısal çözümdür. Seksenli yıllara ait popüler güldürü filmleri gözden geçirildiğinde basmakalıp memurlar, orta direk aile üyeleri, ev kadınları, ağa ve köylüler vb. kurmaca kişileştirmelere rastlanır. Özellikle orta direk aileye dair temsillerin hem bütün halinde hem de kadın ve erkek temsilleri açısından yeniden gözden geçirilmesi gereken bir tablo oluşturduğu görülür. Seksenli yıllarda güldürü sinemasına ait *Katma Değer Şaban*, *Banker Bilo* ya da bir güldürü olmayan *Faize Hücum*<sup>vii</sup> filmlerinin adlarından anlaşılacağı üzere gündelik yaşam deneyimleri ile film konuları arasında sıkı bir bağ vardır. Örneğin, *Katma Değer Şaban*'ın diyaloglarına yansıyan döneme referans veren hali ilgi çekicidir. “Biz orta direğiz” sözleriyle başına gelen olayları anlatan Şaban (Kemal Sunal), bu anlamda dönem ile bir alıp veremediği varmış gibi duran ancak yaşananlara bilinçli bir eleştiri getirmekten çok aktaran bir figür olarak sayısız filmde kimi zaman aynı isimle olmasa da “Şaban” olarak yer almaya devam eder.

Güldürü filmlerinin anlatısal yapısının niteliği filmler ile ilgili olarak yapılacak yorumlamada önemli hale gelmelidir. Nazlı Bayram bu konuda bir uyarıda bulunur (1997: 35):

Güldürü filmleri, değerlerimizi, alışkanlıklarımızı, toplumsal ilişkilerin oluşturduğu yapıları sarstıktan hatta yıktıktan sonra çatışan öğeleri birbirleriyle uzlaştırıp içinde bulunduğumuz toplumsal sisteme olan inancımızı ve güveni yeniden duyumsayabilmemiz için güven duygumuzu tazelemeye girişir. Bunu mutlu sonlarla, bütünleştirici bir anlatıyla yapar. Çatışan karakterleri uzlaştırarak, kötülerin yenilgisini ve iyilerin yengisini göstererek, iyilerin yeniden birarada ve ayakta oluşlarını sunarak, mutluluk olanaklarını sergileyerek yapar.

Yine Bayram'ın Wead ve Lellis'ten aktardığına göre: “Güldürü bizi güldürürken toplumun inançlarının ve düzen içindeki kalıpların nedensiz kurallar olduğunu... hatırlatır. Bunu dile getirdikten sonra yarayı iyileştirir ve toplumu bozulmamış haliyle bırakır” (1997: 35-36). Güldürünün popüler türler arasındaki yeri, tür kavramı çerçevesinde içinde barındıracağı temel anlatısal özelliklerin ele alınmasına neden olur. Abisel'e göre: “Tür filmi biçime sadık kalmayı içeren bir yapı olduğundan esas olarak hem estetik hem de politik açıdan tutucu bir nitelik taşır. Köktenci bir yenilik yapılması halinde bu biçim, özünde saldırıya uğramış olacaktır” (1995: 66). Seksenli yıllara ait filmlerin günceli yakalama ve filmler yoluyla hızlı bir biçimde yansıtması açısından göze çarpar. Bu anlamda, dönem sinemasının içinde barındırdığı temsillerin çarpıklığı ya da sorunlu yanları bir yana toplumsal olana ilgisi

dikkatle incelenmelidir. Seksenli yıllarda sıradan insanın üretilen filmlerdeki varlığı dönem sinemasının tipik özellikleri arasında hemen akla gelenlerindedir. Bir başka açıdan sıradan insanın sinema filmlerindeki temsilinde sorunlu bir yan olduğu görmezden gelinemez. Özellikle güldürü filmlerinde söz konusu olan eleştirel yanların sıradan insanın sinemadaki temsili açısından filmin sonu düşünüldüğünde üretilen meşrulaştırmanın ve uzlaşımın üzerinde yoğun bir biçimde durulmasını gerektirecek denli belirsizlikler içerebilir. Ayrıca, güldürünün bir tür olarak her türlü sesin kısıldığı bir dönemde eleştirel bakışa duyulan ihtiyaca yanıt verebilmek için yoğun olarak üretildiği varsayılabilir. Susturulan muhalefetin yerini, sıradan insanın kendine bakıp güldüğü türden bir güldürü anlayışının alması ise bu anlamda sorunlu bir alan oluşturur. Bu açıdan, güldürü sineması üzerine önemli bir muhalefet ol(uştur)ma işlevi düşmesine rağmen bu boşluğun popüler filmler yoluyla sömürüldüğü ve toplumsal muhalefetin yeterince oluşturulamayan bir alan olarak doğru kullanılmadığı öne sürülebilir. Güldürü filmleri popülerdirler. Sevilirler. Ancak, yeterince güçlü bir muhalif ve eleştirel karşı ses barındırmazlar. Bu bağlamda, seksenli yılların kendine özgü tarihsel süreci göz önünde tutulduğunda sansür ve oto-sansürün etkisinin üretilen filmlerde etkinliğinin unutulmaması gerekir. Seksenli yılların başında deneyimlenen yasakçı zihniyetin yarattığı sindirici etkinin sanatçıları da kolaylıkla etkisi altına alabileceği açıktır. Bu yüzden, çoğu güldürü filmi örneği aslında muhalif gibi görünmelerine rağmen, toplumdaki muhalif, gelişmeler karşısında tepkili ve eleştirel enerjinin üstünü örtecek bir biçimde işler. Popüler filmler, insanın sistem karşısındaki sıkışmışlığını anlatıp konularının merkezine bunu alırlarken diğer yandan da ortaya çıkan durumun ciddiyetinin üstünü kapatmış olurlar. Filmlerde sisteme ya da iktidara karşı tavır geliştirmeye yetecek güçte bir karşı ses oluşturulamaz. Bu özellikleriyle seksenli yıllarda söz konusu olan güldürü filmleri daha çok onarıcı bir işlev üstlenirler. Bunun nedeninin güldürünün türsel özelliği kadar popüler sinemanın yapısı, üretilme biçimi ve işlevlerinde aranması anlamlı olur. Kökünü politik güldürüden alan bir geleneğin zayıflığının etkisi güldürü sinemasında da hissedilecektir. Ayrıca, popüler oyuncuların canlandığı basmakalıp orta direk karakterler ve çevresindeki sıradan insanlara dair temsillerin sorunlu yanları olduğu açıktır. Popüler sinema, kazanç sağlamak uğruna önemli ve ağır konuları politik eleştiriden soyutlanmış bir karakter güldürüsü kıvamında ele almayı seçer. İşsizlik, parasızlık, memuriyet, köy-kent karşılaşmasından kaynaklanan sorunlar güldürü filmlerinde kalıplaştırmalar yoluyla ortaya konur. Toplumsal değişimin yoğun yaşandığı dönemlerde güldürü türüne başvurulması anlaşılır bir durumdur.

Konu seçimleri gözden geçirildiğinde erkeklerin dünyasını anlatan filmler üretildiği anlaşılır. Kaçınılmaz bir biçimde Türkiye’de üretilen güldürü sineması, Kemal Sunal, Şener Şen ve İlyas Salman gibi kendi erkek yıldızlarını yaratır. Anlaşılacağı üzere, güldürü geleneğinin kendisi gibi filmlerin ana karakterleri de erkeklerdir. Erkekler ve deneyimlerinin güldürü filmlerinin merkezindeki yerini daima koruyor oluşu anlatsal tercihlerin toplumsal cinsiyet bağlamında yorumlanması konusunda bir fikir verecektir. Kadınlar güldürü filmlerinde ancak yan karakterler olarak yer bulurak temsil olanağına “erişirler”. Bu açıdan, adı anılan yıldız erkeklerin yanında dönemin Ayşen Gruda, Adile Naşit gibi kadın oyuncuları yardımcı unsurlar ve ikincil karakterler olarak yer alabilmektedirler. İktidarın her türüne karşı muhalif olabilme potansiyeli güldürünün en önemli özelliklerinden biri olması gerekirken bu işlevin çoğu zaman yerine getirilmediği görülür. Özellikle toplumsal cinsiyet açısından değerlendirildiğinde kadınlar güldürünün erkek egemen dünyasında ikincil konumlarını sürdürmek zorunda oldukları için filmlerin ürettiği temsillerin de bu merkezde bir algıyı popülerleştirmeye ve yeniden üretmeye devam ettiği açıktır.



Güldürü filmlerini etkilediği varsayılarak çok kısaca Türk güldürü geleneğine göz atıldığında Keloğlan'ın önemli bir figür olarak yerinin önemlidir. Oğuz Adanır'ın masallar ve Türk sineması arasındaki benzerliğe yaptığı vurgu (akt. Abisel, 1997: 121) bu anlamda akılda tutulmalıdır. Tahir Alangu, masallar dışında Keloğlan tiplemesine Koroğlu, Aşık Garip gibi kimi destanlarda da rastlandığını hatırlatarak (1990: 167) etkili bir figür olduğunun altını çizmiş olur. Örneğin, Keloğlan'ın biçimsel olarak kelliğinin Hacivat ve Karagöz'de kullanılmaya devam edildiği de iddia edilenler arasındadır (Öngören, 1998: 52). Tüm Keloğlan masallarında rastlanan ortak özellik kahramanın dünyanın haksızlıklarına karşı sinsi ve kinle karışmış bir saldırı ya da bir direnme ihtiyacı duyması olarak tanımlanır. Neredeyse 'kötü'ye yakın bir kahraman olarak değerlendirilebilecek olan Keloğlan, kötülük yapmaktan çekinmeyen, hemen hemen her zaman merhametsiz bir masal kahramanı (Alangu, 1990: 170-171) olarak tanımlanır. Öngören'in altını çizdiği gibi, Keloğlan'ın en temel özelliklerinden biri gözünün yükseklerde-padişahlıkta olması ve padişahlıktan hak alma isteğidir. Bu tema, Keloğlan masallarının ortak teması (1998: 45) olarak karşımıza çıkar. Keloğlan'ın iktidarla bir alıp veremediğinin olmadığı, ancak iktidarın gücünü paylaşma noktasında zekice yollar bulmaya odaklanan bencil, çıkarıcı ve kurnaz bir zeka olarak değerlendirileceği açıktır. Keloğlan bir figür olarak güldürü sinemasına ait örneklerde sıradan erkek karakterlerine kaynaklık eden ağırlıklı bir motif olarak varlığını sürdürmüştür. Örneğin, Kemal Sunal'ın<sup>viii</sup>, Şaban<sup>ix</sup> tiplemesi bu bağlamda değerlendirilebilir. Bu açıdan, kendisi gibi sıradan insanın sesi olabilen varlığı kabul edilebilecekken güldürü tiplmeleri özdeşleşme açısından yeniden gözden geçirildiğinde toplum içindeki eleştirel bakışı ve enerjiyi de ortadan kaldıracabilecek bir unsur oldukları da hatırlanmalıdır.

*Namuslu*'nun yaratıcıları arasında Ertem Eğilmez ve Başar Sabuncu isminin yan yana gelmesi iki ayrı sinemasal bakışın yanyana gelişi olarak filmin anlatsal yapısını etkilerler. Popüler film yapma geleneği içinden gelen Ertem Eğilmez'in yönetmenlik anlayışı ile sosyal eleştiri yaklaşımıyla Başar Sabuncu'nun eğiliminin karışımı olarak *Namuslu* iki sanatçının yaklaşımlarından da izler taşır. Eğilmez'in daha önceki filmlerinden farklı biçimde bu filmde toplumsal yerginin daha yoğun hissedilmesinin nedeni Başar Sabuncu'nun senaryosunun içerik yapısıdır. Eğilmez'in "içerisini" ya da ev ve aileyi merkeze aldığı filmlerinin -ki çoğunluğunun senaryosunu Sadık Şendil kaleme almıştır- aksine içinde yine çekirdek ailenin yer aldığı ama "dışarı"nın varlığını kuvvetli bir biçimde hissettirdiği bir kurgulama söz konusudur. Bu kez, "dışarı" tüm ayrıntılarıyla filmin evreni içindedir. Eksen karakter Ali Rıza da, bu dramatik düzenleme içinde dış dünya ile kendi dünyası arasındaki sıkışmışlıkta doğruyu bulmaya çalışır. Ertem Eğilmez ve Arzu Film Ekolü'ne ait popüler filmlerde geleneksel aile bağlarının, ailenin kurum olarak vazgeçilmez bir dayanışma alanı ve pozitif değerler üreten varlığına dair temsillerinin bu kez tamamen değiştiği göze çarpar<sup>x</sup>. *Namuslu*'da aile de değişmiştir. Çıkar ilişkilerinin ağırlık kazandığı, tüketime dayalı mutluluğun ön planda olduğu ve aile üyelerinin bireysel çıkar vs. gibi negatif sayılacak değerlere sahip oluşuyla yetmişli yıllarda görülen filmlerdekine tamamen zıt karakterde bir aile yapısı gösterilir. Ayrıca, alışkın olunan otoriter, güçlü, sözü geçer ve yeri geldiğinde mülayim baba figürünün yerini *Namuslu*'da para sahibi olmadığı için ailesi tarafından güçsüz bir erkek ve güçsüz bir baba olarak görülen bir figüre bırakır. Filmde Ali Rıza'nın, önceleri rızası olmadan çevresi tarafından, paranın yardımıyla; güçlü, acımasız ve sert erkek haline getirilmesi ironiktir. Filmde erkeğe "özlediği" gücü ve saygınlığı el birliğiyle yeniden kazandırılmış olur. Bu "oyun"da, artık alışıldık Ertem Eğilmez filmlerindeki dayanışmanın, sevginin, emeğin değerli olduğu bir dünyanın yerini nasıl olursa olsun köşenin dönülmesi gerektiği bir dünya alır. Hatırlanacağı gibi, Ertem Eğilmez'in yönettiği ve ağırlıklı olarak başka yönetmenler üretmiş olsa bile Arzu Film'e ait filmlerde aile merkezdedir. Başka bir

deyişle, aile dayanışmanın, yeri geldiğinde yoksulluğu paylaşmanın, erdemin ve dürüstlüğün egemen olduğu sığınacak bir liman olarak resmedilir. Arzu Film'e ait örnekler hatırlandığında özellikle kalabalık ailenin ya da aileyi çağrıştıracak yoğunlukta arkadaşlığın ağırlıklı varlığı hissedilir. *Namuslu*'daki aile, paylaşmak yerine rekabet, açgözlülük, kandırmaca ve sınıf atlama arzusunun her an hissedildiği bir alan haline gelmiştir. Bir yandan da anlatsal farklılık söz konusuysen oyunculuk açısından devamlılık da söz konusudur. Eğilmez'in vazgeçemediği Adile Naşit, Ayşen Gruda, Şener Şen gibi oyuncuların canlandığı basmakalıplaştırmaların da ters yüz edildiği görülür. Hatta her zaman ailedeki güçlü erkeklerin ardına sığınan zayıf "kayınbirader" tiplmesi bile değişmiştir. Bu özelliği ile filmin tonu Ertem Eğilmez ve Arzu Film ekolüne alışkın seyirci için de şaşırtıcı bir deneyim olacaktır. Bu açıdan, yetmişli yıllardaki alışıldık aile motifi ve bu motif içindeki oyuncuların *Namuslu*'da değişmiş olmaları önemli bir ayrıntıdır. Daha önce değinildiği gibi, Işık ve Pınarcıoğlu, kente yeni göç edenlerin yükselmek için legal ve illegal arasında sıkışmaları (2003:127)'nin önemine dikkat çekerler. *Namuslu*'nun Ali Rıza'sı da karşılaştığı yeni değerler ortamında legal ve illegal arasındaki bir yerde asılı kalır. Bu türde çatışmanın bir çok güldürü filminde de tartışıldığı görülür. Yeni kazanç olanakları ve günlük hayata giren paranın gücüne dayanan yeni değerler; *Banker Bilo* (1980), *Faize Hücum* (1983) ve *Katmadeğer Şaban* (1985) gibi filmlerde de yerini alacaktır. Bu filmlerin kimilerinin *Orta Direk Şaban* (1984) ya da *Katmadeğer Şaban*'da olduğu gibi adlarında gündemdeki ekonomik temelli sosyal değişimleri çağrışırsa da, *Faize Hücum* (1982) filminde olduğu gibi film öyküsünün merkezine bu değişimleri alan örneklerle de rastlanır. Atilla Dorsay'ın "günümüz Türkiye'sinin filmi" olarak tanımladığı *Namuslu*, "Özal Türkiye'sinin ve Özal ekonomisinin filmleri"nden biri olarak değerlendirilir (1995: 111). *Namuslu*, Turgut Özal iktidarının ilk yıllarına dair hızlı değişim döneminin etkilerini konu eden temsilci örneklerinden biridir. Rüşvet almanın ve görevi kötüye kullanmanın yanı sıra sınıf atlama ve yükselme hırslarının toplumda dalgalar halinde yayılan bulaşıcı etkisini hicveder. Bu açıdan, filmde rüşvet almak ve görevini kötüye kullanmakla ilgili durumların pek çok sahnede gündeme getirilmesi rastlantısal değildir. Seksenli yıllar rüşvet, zimmete para geçirme, sınıf atlama ve yükselme hırslarının ve bu anlamda "başarı" hikayelerinin gündemde olduğu ve tüketim kültürünün hızla yaygınlaştırılmasından kaynaklanan travmatik etkilerin gündelik yaşamda etkisini hissettirdiği yıllardır. Buna koşut bir biçimde seksenli yılların sineması da özellikle güldürü türüne ait filmlerle bu değişimi konu eder. 1985 yılında Meclis'te rüşvet skandalının yaşanmasını kanıtlar bir biçimde (Kirel, 1999: 312) *Namuslu*'da da bu konu olaydan önce yansıtılır. Filmde anlatılan ve önü alınamaz bir biçimde yaygınlaşan "rüşvetin belgesi olmaz" mantığı ile belki de yeterince kanıtlanamayan bu çürüme, Meclis'te de sorgulanır hale geldiğinde film çekilmiştir. Bu açıdan yaşanan gündelik çatışmaları yansıtması açısından *Namuslu*, dönemin bir tanığı olarak seyredildikçe yaşanan değişimi hatırlatacak bir çalışma olarak kabul edilebilir.

Güldürü filmlerinin üretilme dinamikleri göz önüne alındığında, erkek egemen sinemanın, erkek egemen bakışının ağırlığının hissedililer oluşu evrensel ölçekli bir başka sorundur. Bu durum en iyi seksenli yıllardaki liberal uygulamaların etkilerini daha çok "bir türlü istekleri bitmeyen, aç gözlü" kadın karakterin karşısında bocalayan ve onurlu bir biçimde ayakta durmaya çalışan bir dolu erkek karakterlerin varlığı sorgulanarak açıklanabilir. Benzer bir durum *Namuslu* filmi üzerinden somut bir biçimde örneklenebilir. Ali Rıza'nın karısı (Ayşen Gruda), kayınvalidesi (Adile Naşit) iş arkadaşları ve komşusu gibi yakın çevresinde bulunan tüm kadınların sınıf atlama hırslarının etkisinde resmedilmeleri dikkat çeker. Seksenli yılların sinemasında "sınıf atlama" hırslarının ve bu hırsların bulaşıcı etkisinin popüler filmlerde ağırlıklı olarak gündeme getirildiği görülür. Seksenli yıllarda üretilen güldürü filmlerinde "orta direk"

temel simgesel özellikleri ile basmakalıplaştırılmış bir biçimde ele alınmış ve birçok filmin eksenine yerleştirilmiş vazgeçilmez figürlerden biridir. Orta sınıfa bu türden indirgemeci bakışın popüler olanda durmadan kendini tekrar etmesi sorunlu alanlardan birini oluşturur. “Orta direk” olarak tariflenen orta sınıfa ait değerlerin benzer ev eşyaları, benzer aksesuarlar, benzer arzular ile ortaya konması aynı zamanda itiraz edilmesi gereken bir noktadır. Nazlı Bayram romantik komediler ve kadın üzerine yoğunlaştığı çalışmasında popüler sinema ve toplumsal cinsiyet temsiline değinerek; “Bütün toplumsal cinsiyet ilişkileri toplumsal/kültürel süreçler içinde yeniden üretilir. Popüler sinema da bu üretimin alanlarından biri. Özellikle kateksis<sup>xi</sup> yapısı içinde anılan ilişkiler popüler filmlerde dolayımlanan gerçekliğin uzantıları olarak temsil düzeyinde önemli bir varlık alanı bulurlar” (2001: 86) yorumunu yapmakta haklıdır. *Namuslu*, birçok güldürü filminin ortak noktalarını (sınıf atlama hırısı, gündelik yaşama ait hızla değişen değerler, liberal değerlerin toplumda kendine yer bulması, paranın göstermesi, ele alması açısından da değerlendirmek gerekir. Seksenli yıllarda “arzu”nun nasıl şekillendiği noktası sorgulandığında yine *Namuslu* örneğinden yola çıkarak bu soruya yanıt verilebilir. En azından güldürü sinemasında “arzu”lananların başında sınıf atlamının gelmesi göze çarpar. Ayrıca, cinselliğin nasıl sunulduğu erkek egemen bakış ve çerçeve ile şekillendiğinde nasıl ele alındığı bir başka çarpıcı yan olarak karşımıza çıkar<sup>xii</sup>. Kadın karakterler arzularını ancak karşılarındaki erkekler yeterince zengin, güçlü ve iktidar sahibi olduklarında onlara yönelerek görünür kılmaktadırlar. *Namuslu*’da da benzer bir şekilde kocasına karşı ilgisiz olan kadın, onun kendi istediği gibi değiştiğinden emin olduğunda kocasını arzu nesnesi olarak görebilmektedir. Kısaca, Ali Rıza zimmetine para geçirdiği sanılan biri olduğunda her açıdan itibar kazanır! Bu sahnenin ardından ertesi sabah işyerine giden Ali Rıza alkışlarla karşılanacaktır. Bu alkışlar artık “muteber” bir sistem adamı haline gelen Ali Rıza’nın işyerinde daha önce dürüstlüğü nedeniyle dışlandığı değerler sistemi tarafından kabul edilmesinin göstergesidir. Seksenli yıllarda sinemada yeralan kadın temsillerinin dikkat çekici olduğu açıktır. Filmlerdeki kadın karakterlerin tüketim kültürünün yaygınlaşmasının en önemli unsuruymuşcasına sınıf atlamaya hevesli -genellikle ev kadınları-konumunda tutulmaya ısrarla devam edildiği net bir biçimde fark edilebilir. *Namuslu*’da da şaşırtmayan bir denge kurulmuş gibidir. Erkekler çalışmakta, kadınlar ise, sınıf atlamayı istemektedirler. Ancak, bu “uğurda” kendileri bir şey yapmak yerine “bağımlı” oldukları erkekleri bu uğurda motive etmeye uğraşırlar. Bu anlamda, filmlerde kadınların istekleri odağında şekilleniyormuş gibi görünen, saldırgan ve etik olmayan alanlarda -kadınlar genellikle cinselliklerini koz olarak kullanmaktadır- gelişen bir meşrulaştırma düzlemi oluşturulmuş olduğu görülür. Dikkat çekici bir başka nokta, güldürü filmlerinde çalışan kadınların ekonomik ve sosyal değişim karşısındaki bocalamalarının tamamen yok sayılmasıdır. Filmin eleştirel dozu içinde kadınların bu “ayrık” ama “şaşırtmayan” konumunun devam ediyor oluşunun *Namuslu*’nun aynı zamanda en zayıf ve eleştirilmesi gereken noktasını oluşturduğu belirtilmelidir. Kadınların temsilde kapitalist sistemin değerleri (açgözlülük, hırs, heves, arzu ve maddiyata düşkünlük vb.) “bedenlenmiş” ve kadınlar dönemin sistem karşısında travma yaşayan “zavallı” erkeklerinin korkulu rüyası olmuşlardır. Popüler filmlerde kadın temsilleri, yan karakter olduklarında bile buna benzeyen bir ima taşıyarak ısrarla tüketim kalıplarının en çok işlendiği alanı oluşturmaktadır. Kadının bedensel kullanımı dışında, kadınlığın olgu olarak bu uğurda kullanılması seksenli yılların Türk sinemasında erkek egemen kalıplarının en uç noktalarda gezinmesinin de en görünür kanıtlarından biri olarak dikkat çeker. Bu yanlı ve tek taraflı bakış, toplumsal cinsiyet temelli erkek egemen sinema sektörünün yapısını da hatırlatır. Güldürü filmi olsun ya da olmasın kadınlara dair negatif temsillerin yer alışı sinemada temsil sorununun ideolojik yanını gösterdiği için önemlidir. Cinsiyet, cinsellik ve kadının filmlerde temsili ile ilgili uygulamalar yeniden ele alınmayı gerektirecek denli önemlidir. Kadınların filmlerdeki varlıklarının itiraz

edilmesi gereken olumsuz özelliklere sahip bir “stereotip repertuarı” haline getirilmesi düşündürücüdür. Özellikle, alt-orta sınıf kadın karakterlerin seksenli yıllarda üretilen filmlerde –güldürüler ağırlıklı olmak üzere- tüketim sever, tüketim kültürünün gerekliliklerine hemen uyum sağlayan halleri dikkat çekicidir. Ayrıca, bu şekilde ele alınan kadın karakterlerin çoğu zaman üretim içinde değil, daha iyi yaşamayı isteyen, kolay yoldan sınıf atlamaya istekli kadınlar biçiminde yaratılmalarının ardında sinemanın erkek egemen yapısı ve bu yapının beraberinde getirdiği tek yönlü bakış açısının egemenliği etkindir. Bu türden resmedilen “aç gözlü” ve hırslı kadınların karşısında, yeni sistemin çarkları arasında ezilen, çaresiz ve her bakımdan “zavallı erkekler”in yer aldığı filmlerin seksenli yıllarda yoğun olarak karşılıklarını bulması<sup>xiii</sup> düşündürücüdür. Popüler kültür ürünlerinde temsillerin yerleşiminin içinde bulunduğu denklem daha çok birbirini üretmeye/yaratmaya yarayan/devam eden bir işlev üstlenir görünmektedir. Popüler algıda bunun statükoyu sağlamlaştırmaya ve muhafazakâr kodların devamını sağlamasına yaraması bu olgunun üzerinde yeniden düşünülmesini gerektirir.

## Sonuç

Popüler beğenin ortaya çıkışı kadar popüler metinlerin üretilme dinamikleri ve amaçlarının da hesaba katılması gerektiği açıktır. Popüler sinema seyircisi ile kurduğu ilişkisinde günceli yakından takip etmekte, gündemi olay kurgularında, çatışma ve temsillerde yansıtmaktadır. Ancak, popüler filmlerin güncelle ilişkisinin dikkatle gözden geçirildiğinde anlatsal yapısı gereği muhafazakâr, statükocu ve mevcut egemen sistemin değerlerini ve işleyişini koruyan bir zemine ilerlediği anlaşılır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, güldürü filmleri popüler sinemanın vazgeçilmez öğeleri olarak içlerinde barındırdığı temsiller aracılığıyla gündemi yakından takip eden mevcut toplumsal ve bireysel çatışmalara değen konulaştırmalarıyla dikkat çekerler. Popüler güldürü filmlerinin yansıttıkları evrenlerinin ise genellikle uzlaşmacı, dayanışmayı ön planda tutan ve mutlu sona meğilli bir anlatı yapısı kurmaya yatkın oldukları eklenmelidir. Güldürünün eleştiri ile yakın bağı türün saygınlığının bir işareti olabileceken bir yandan da uzlaşmayı salık vermesi nedeniyle dikkatle incelenmesi gerekir. Muhafız gibi görünen güldürü filmlerinin içeriksel öğeleri yeniden değerlendirildiğinde yaşanan dünyanın egemen değerlerinin çok uzağında kalamadıkları anlaşılır.

Bir popüler filmin içinde üretildiği ekonomik, toplumsal ve siyasal sürecin izdüşümlerini barındırıyor oluşu dikkat çeken bir başka noktadır. Bu bağlamda Ertem Eğilmez’in yönettiği ve senaryosunu Başar Sabuncu’nun yazdığı *Namustlu* filmi dramatik öğeleri, güldürü unsurları, üretildiği sürece dair tarihsel, toplumsal, ekonomik ve sinema sektörüne ait özel üretim koşulları ve yaratıcılarının yaklaşımlarıyla birlikte gözden geçirilerek çok boyutlu bir biçimde ele alındığında bütünlüklü olarak kavranabilir. Bu yaklaşım bir yandan da popüler bir filmin oluşum koşullarını, içinde barındırdığı temsillerin nedenselliğini yeniden gözden geçirmek için bir olanak sağlar. Bu bağlamda *Namustlu*, seksenli yılların başlangıcında askeri darbenin hemen ardından gerçekleşen liberal ekonomik uygulamaların söz konusu olduğu Anavatan Partisi iktidarının geçerli olduğu bir politik iklim içinde üretilen bir filmidir. Sansür ve oto-sansür filmin yaratıcılarını ve toplumun genelini bağlayan uygulamalar ile varlığını hissettirmektedir. Çok kanallı televizyon ve videonun yaygınlaşması ile sinema ve seyirci ilişkileri de değişmeye başlamıştır. Video filmlerin gündelik yaşamdaki yeri ve tüketilme biçimi düşünüldüğünde bağımsız film izleme dahil olmak üzere bireyin ve bireysel hazların toplumsal düşüncenin karşısında yer aldığı ve giderek varlığını hissettirdiği görülür. Ekonomik temelli hızlı değişen sosyal hayat, alışveriş, tüketim kültürü ve gelir dağılımındaki adaletsizlik yüzünden çeşitli çatışmaların yaşandığı bir alandır. Bireysel çıkarlarla toplumsal

çıkarların karşı karşıya geldiği bir dünyada bilinen eski dünyanın değiştiği ve hızla yerine acımasız kuralları olan yeni bir dünya düzeni geldiği görülür. Muhalefeti bastırılan, karşı seslere müsamahasız bir politik iklimin beraberinde getireceği sinemasal anlatıların değişeceği çok açıktır. Sayılan türde değişimlere *Namuslu*'da verilen yanıtlar ilgi çekicidir. Filmde Ertem Eğilmez'in popüler güldürülerinden alışkın olunan oyuncu kadrosu yer alırken Başar Sabuncu'nun senaryosunda kurduğu dünyanın alışıldık Arzu Film ekolüne ait filmlere hiç benzemediği fark edilir. Kendini en çok aile kurumuna yaklaşımında belli eden Arzu Film'e ait örneklerin aksine *Namuslu*'da aile değişmiştir. Bu kez dayanışmanın değil, bireysel çıkarların ve sınıf atlamanın alanı olarak aile eleştirel bir biçimde ele alınır. Filme tür kavramı bağlamında eğilindiğinde yaşanan dünyanın değişimindeki temel politik etkenlere değinmek yerine filmin sıradan insanın değer yargılarının değişimini ele alarak tüm eleştiri oklarını sıradan insana yönelten bir kurmaca dünya ile yanıt aradığı görülür. Yeni yozlaşmış değerler sistemine ayak uyduramayan Ali Rıza'nın bir gemi ile kaçıyor oluşu düşündürücü bir sondur. Güldürü filmlerinin birer "emniyet valfi" işlevi göz önünde tutulduğunda işlev görüp biriken, olumlu anlamda muhalif bir enerji oluşturmak yerine, dillendirip ortadan kaldırabilir. Bu bağlamda, güldürünün her zaman tartışmalı konumu içinde Eğilmez filmleri de birer "onarıcı" olma işlevini üstlendikleri ileri sürülebilir.

*Namuslu*, seksenli yıllarda üretilen pek çok film gibi, gününe ve yaşanan travmatik ve çatışmalı duruma değinir. Seksenli yıllarda, toplumsal eleştirinin ve toplumsal eleştiriye benzeyen ama popüler güldürü olarak sosyal konulardan güldürü öğeleri çıkaran özellikteki filmlere daha sıklıkla rastlanır. Toplumsal değişime ait kimi konuların popülerleştirilerek güldürü filmleri ile gündeme getirilmesi günün sinemasal ortamında moda haline gelen bir eğilim olduğu düşünülebilir. Seksenli yılların güldürüsü anlatısal özellikleri açısından altmışlı ya da yetmişli yılların güldürülerine benzememektedir. Yetmişlerde eleştirel anlamda daha gelişmiş politik hicivlere rastlanırken, seksenli yıllarda oto-sansür ve apolitik ortamın etkisiyle daha yumuşatılmış ve günceli yakalayan güldürülere rastlanır. Gündemde olan konular sinema filmlerinde yerini alır. Bu anlamda, seksenli yılların sinema üretim pratiğinin belli ölçüler içinde toplumsal olana karşı kulağı duyarlı bir özelliği olduğu ileri sürülebilir. Örneğin, yönetmenliğini Atıf Yılmaz'ın yaptığı *Talihli Amele* (1980) gibi filmlerde eleştiri dozunun yüksek oluşu ve bu anlatısal eğilimin 12 Eylül'den sonra değişmesi dikkat çekicidir. Popüler güldürü filmleri ve toplumsal cinsiyet ilişkisi değerlendirildiğinde seksenli yılların güldürü filmlerinde kadınlara dair temsillerin düşündürücü olduğu görülür. Güldürü filmlerinin erkek egemen dünyası içinde kadınlara ayrılan yerin değişmediği anlaşılmaktadır.

## Kaynakça

- Aktan, C. C. (1992). *Politik Yozlaşma ve Kleptokrasi: 1980-1990 Türkiye Dönemi*. İstanbul: Afa Yayınları.
- Alangu, T. (1990). *Keloğlan Masalları*. 2. Baskı. İstanbul: Afa Yayınları.
- Algan, N. (1996). "80 Sonrası Türk Sinemasında Estetik ve İdeoloji," 25. *Kare*, s. 4-9.
- Abisel, N. (1994). "Nasıl Yaşıyor, Nasıl Düşlüyoruz?-Yerli Filmlerin Kurmaca Dünyasında Demokrasi." *Türk Sinemasında Demokrasi Kavramının Gelişmesi içinde*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Abisel, N. (1995). *Popüler Sinema ve Türler*. Ankara: Alan Yayıncılık.
- Abisel, N. (1997). "Türk Sinemasında Anlatı Üzerine," *Onat Kutlar'a Armağan Sinema Yazıları*. Der., Seçil Büker. Ankara: Doruk Yayıncılık. s. 115-122.
- Abisel, N. (2005). *Türk Sineması Üzerine Yazılar*. Ankara: Phoneix Yayınları.
- Atayman, V. (1998). "Batı ve Yeşilçam Geleneğinde Komedi Türünün Düzen Söylemi," 25. *Kare*, sayı 22 (Ocak-Mart), s. 53-57.
- Bayram, N. (1997). "İnsanı Üzen, Eğlenceli Bir Film," *Onat Kutlar'a Armağan Sinema Yazıları*. Der., Seçil Büker. Ankara: Doruk Yayıncılık, s. 21-37.
- Bayram, N. (2001). "Onun Arzuladığı Kadın Olmak: Romantik Güldürü Filmlerinde Arzu İlişkileri ve Cinsiyetçi Temsiller," *İletişim (Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi)*, sayı 10, s. 83-100.
- Boratav, K. (1996). "İktisat Politikaları 1980-1994," *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*. Cilt 13. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Burton, G. (1995). *Görünenden Fazlası- Medya Analizlerine Giriş*. Çev., Nefin Dinç. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Cemal, H. (1990). *Özal Hikayesi*. 8. Basım. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Dalay Küçük Kurt, F. (2004). "Film Anlatısının 'Çatışma' ve 'Gerilim' Oluşturacak Biçimde Yapılandırılması". *Sinemada Anlatı ve Türler*. Der., Fatma Dalay Küçük Kurt ve Ahmet Gürata. Ankara: Vadi Yayınları, s. 15-48.
- Dorsay, A. (1995). *12 Eylül Yılları ve Sinemamız-160 Filmle 1980-1990 Arası Türk Sinemasına Bakışlar*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Egri L. (1993). *Piyes Yazma Sanatı*. 2. Baskı. Çev., Suat Taşer. İzmir: İleri Yayınevi.
- Esen, Ş. (2000). *80'ler Türkiye'sinde Sinema*. 2. Basım. İstanbul: Beta Yayınları.

- Evren, B. (1990). "Namuslu". Türk Sinemasında Yeni Konular. İstanbul: Broy Yayınları, s. 45-46.
- Fiske, J. (1999). Popüler Kültürü Anlamak. Çev., Süleyman İrvan. Ankara: Ark Yayınları.
- Gökmen, Y. (1992). Turgut Özal Sendromu. 2. Baskı. Ankara: V Yayınları.
- Güçhan, G. (1999). Tür Sineması, Görüntü ve İdeoloji. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Hall, S. (2002). "The Spectacle of the 'Other'". Representation-Cultural Representations and Signifying Practices. 5. basım. Der., Stuart Hall. USA: Sage Publications.
- Kandiyoti, D. (2003). "Parçaları Yorumlamak". *Kültür Fragmanları-Türkiye'de Gündelik Hayat*. Haz., Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber. İstanbul: Metis Yayınları, s. 16-33.
- Kayalı, K. (1994). Yönetmenler Çerçevesinde Türk Sineması. Ankara: Ayyıldız Yayınları.
- Kirel, S. (1999). Bir Sinemasal Tür Olarak Güldürü ve 1980 Sonrası Türk Sinemasında Güldürünün İncelenmesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kurtuluş, İ. (1996). "Sinemanın 100. Yılında Türk Filmciliği ve Sinemacılığı". Türk Sineması Üzerine Düşünceler. Haz., Süleyma Murat Dinçer. Ankara: Doruk Yayıncılık, s. 381-382.
- Işık, O. ve M.M. Pınarcıoğlu (2003). Nöbetleşe Yoksulluk-Sultanbeyli Örneği. 3. Basım. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kellner, D. (1996). "Media Culture, Politics, and Ideology From Reagan to Rambo," *Media Culture*, s. 55-92. London: Routledge.
- Kırmızı, N. (1990). Geleneksel Anlatılar Ve Söylen: Türk Güldürü Filmleri Üzerine Yapısalcı Bir Çözümleme. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basım Evi.
- Kongar, E. (1995). 12 Eylül Kültürü. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kongar, E. (1998). 21. Yüzyılda Türkiye-2000'li Yıllarda Türkiye'nin Toplumsal Yapısı. 18. Basım. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Oluk, A. (2008). Klasik Anlatı Sineması. İstanbul: Hayalet Kitap.
- Oskay, Ü. (2000). "Kemal Sunal'lı Komedi Neden 'Konsolos' Gibi Değil..." *Tek Kişilik Haçlı Seferleri*. İstanbul: İnkılap Kitabevi, s. 25-31.
- Öngören, F. (1998). Cumhuriyet'in 75. Yılında Türk Mizahı ve Hicvi. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Öngören, M.T. (1996). "Sinemamız ve Kurtuluşu," *Türk Sineması Üzerine Düşünceler*. Haz., Süleyma Murat Dinçer. Ankara: Doruk Yayıncılık, s. 232-242.

Özden, Z. (2000). Film Eleştirisi-Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Filmi Eleştirisi. İstanbul: Afa Yayınları.

Özgüç, A. (1995). Türk Film Yönetmenleri Sözlüğü. İstanbul: Afa Yayınları.

Parla, T. (1993). Türkiye'nin Siyasal Rejimi 1980-1989. 2. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.

Sayar, V. (1984). "Ertem Eğilmez'le 'Namuslu' Bir Söyleşi". Videosinema, sayı 4, s. 36-39.

Scognamillo, G. (1990). Türk Sinema Tarihi. Genişletilmiş Baskı. İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Scognamillo, G. (2005). Türk Sinemasında Şener Şen. İstanbul: Kabalcı Yayınları.

Swain, D.V. ve J.R. Swain (1988). Film Scriptwriting- A Practical Manual. 2.basım. London: Focal Press.

Tuncer, G. (1996). "Düne Bakarak Yarını Kurmak." *Türk Sineması Üzerine Düşünceler*. Haz., Süleyma Murat Dinçer. Ankara: Doruk Yayıncılık, s. 369-378.

Uluyağcı, C. (2006). "Bir Toplumsal Güldürü Ustası Ertem Eğilmez." *Türk Sinemasında Yönetmenler/Biyografya 6*. İstanbul: Bağlam, s. 103-116.

Yılmaz, E. (2004). "Sinema ve İdeoloji İlişkileri Üzerine," *Sinemasal*, sayı 10, s.23-35.

Ünal, Y. (2008). Dram Sanatı ve Sinema Anlatım Olanakları ve Sınırlılıkları. İstanbul: Hayalet Kitap.

Wood, R. (1992). "Ideology, Genre, Auteur," *Film Theory and Criticism-Introductory Readings içinde*. Der., Gerald Mast, Marshall Cohen, Leo Braudy. 4. basım. London: Oxford University Press, s. 475-485.

Zürcher, E. J. (1996). Modernleşen Türkiye'nin Tarihi. 2. Baskı. İstanbul: İletişim Yayınları.

## **Film**

*Namuslu*. Ertem Eğilmez. 1984, (Uzman Film). İstanbul.

## **Diğer Kaynaklar**

Cumhuriyetin 75 Yılı-1979-1997 (1999). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Büyük Larousse Sözlük ve Ansiklopedisi (1994). Cilt 2, İstanbul: Milliyet Yayınları.

Can Kozanoğlu (1996). "80'lerde Gündelik Hayat". *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*. Cilt:13. İstanbul: İletişim Yayınları.

Türkiye İstatistik Yıllığı, 1983, 1990, 1996, Ankara: Devlet İstatistik Enstitüsü Yayını.



Özgüç, A. (yılı belirtilmemiş) Türk Filmleri Sözlüğü. Cilt:1 ve Cilt:2. İstanbul: SESAM Yayınları.

**İnternet**

<http://www.facebook.com/group.php?v=wall&gid=6231377748> (Erişim Tarihi: 10 Şubat 2010).

<http://tr.wikipedia.org/wiki/Namuslu> (Erişim Tarihi: 10 Şubat 2010).

## Notlar

<sup>i</sup> Bunu kanıtlar bir biçimde internette “Namussuz Namuslu” adında facebook sayfası açıldığı ve yaklaşık 93 tane katılımcısı vardır (Bkz.<http://www.facebook.com/group.php?v=wall&gid=6231377748>).

<sup>ii</sup> Öncesinde, 1975 yılından itibaren tırmanan terör ve anarşinin etkisi bir yandan diğer yandan da 1977 yılında yapılan seçimlerde istikrarlı bir hükümet çıkmaması ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ve Adalet Partisi (AP) arasındaki diyalog eksikliğinden kaynaklanan sorunların devam etmesinin ardından 1979 yılında MHP-MSP destekli bir azınlık hükümetinin kurulması istikrarsızlığı ve artan terör olaylarını engelleyemez (Cumhuriyetin 75 Yılı, 1999:788-790).

<sup>iii</sup> Seksenli yıllarda üretilen filmlerin sayısı Agah Özgüç’ün *Türk Filmleri Sözlüğü* adlı çalışmasından yararlanılıp yorumlanmıştır.

<sup>iv</sup> Seksenli yıllarda Ertem Eğilmez’in ürettiği filmler arasında; Banker Bilo (1980), Hababam Sınıfı Güle Güle (1981), Namuslu (1984), Aşık Oldum (1985) ve Arabesk (1988) vardır (Özgüç, 1995:46).

<sup>v</sup> Ertem Eğilmez ve Arzu Film ile ilgili az sayıdaki çalışmalardan biri Cem Pekman’ın derlediği basılmakta olan *Film Bir Adam Ertem Eğilmez*’dir. Kitapta çeşitli araştırmacıların Ertem Eğilmez ve Arzu Film ekolü hakkındaki yorumları bu kültürel fenomeni çok boyutlu bir biçimde yorumlamakta yardımcı olacaktır.

<sup>vi</sup> Mutemet Ali Rıza’nın soyadının Öğün olması da dikkat çekici bir başka ayrıntıdır (<http://tr.wikipedia.org/wiki/Namuslu>).

<sup>vii</sup> *Faize Hücum* (1982) filmi de adından ve konulaştırılmasından anlaşıldığı üzere dönemin liberal ekonomik uygulamalarının sıradan insan üzerindeki etkisini ele alan filmler arasında sayılabilir. Şükran Esen’in vurguladığı gibi, “1980’lerin ilk 2-3 yılı içinde yaşanan ve “bankerzede” deyişini doğuracak kadar, orta sınıftan insanı yaralayan “Banker Olayı”, sığağı sığağına *Faize Hücum* filminde işlenmektedir” (2000:177).

<sup>viii</sup> Kemal Sunal’ın filmleri ile ilgili bir çözümleme Nazlı Kırmızı’nın çalışmasında yer alır.

<sup>ix</sup> Şaban tiplmesi üzerine Veysel Atayman’ın “Batı ve Yeşilçam Geleneğinde Komedi Türünün Düzen Söylemi” adlı çalışmasında durulur. Yazar, Şaban’ın “anarşisi”nden söz eder ve “Şaban’ın içine istemeden yollandığı düzene yer yer Şarlovari bir terörle karşılık verir yer yer ve asıl Marx Kardeşler örneği, anarşiyi bu düzene egemen kılar” (1998: 57) yorumunu ekler.

<sup>x</sup> Bu anlamda *Tatlı Dillim* (1972), *Yalancı Yarım* (1973), *Oh Olsun* (1973) ya da *Sev Kardeşim* (1972) gibi filmler hatırlanabilir. Bir başka Arzu Film örneği olan *Neşeli Günler* (1978)’de olduğu gibi, boşanmanın konu edildiği bir filmde bile aile arayışı “sancısı” gündeme getirilir. Güçlü ve sarmalayıcı bir ailenin varlığı vazgeçilmezdir. Bu anlamda olay örgüleri de, karakterlerin yoksunlukları da bu merkez etrafında şekillendirilir. Aile, yoktan yahut yeni baştan, ne pahasına olursa olsun mutlaka kurulmalıdır.

<sup>xi</sup> Yazar “kateksis” kavramıyla kast edilenin “insanların birbirleriyle duygusal bağlar kurma biçimleri ve duygusal ilişkilerin gündelik yönetimi” anlamında kullanıldığını belirtmektedir (Bkz. Bayram, 2001:98).

<sup>xii</sup> Genel anlamıyla sinemada temsil ve kadının temsili ile ilgili olarak kimi kaynaklar gözden geçirilebilir (Bkz. Abisel, 2005, Kellner, 1996, Yılmaz, 2004 ve Wood 1992).

<sup>xiii</sup> Bu türden filmlere çok sayıda örnek vermek olasıdır. Bu örnekler arasında; *Banker Bilo*, *Talihli Amele*, *Faize Hücum*, *Dolap Beygiri* ve *Çıplak Vatandaş* sayılabilir.

## Görsel Malzemeler

### Seksenli Yıllar



Seksenli yıllara ait bir kaç önemli figür: Darbe, Turgut Özal, Banker Kastelli ve Banker Kastelli'nin televizyonda yayınlanan ve ünlü oyuncuların yer aldığı reklamından bir kare.

### Seksenli Yıllara Ait Film Afişleri



Seksenli yılların filmlerinde toplumsal değişimin sıradan insan üzerindeki etkisine olan ilgi kimi zaman *Katma Değer Şaban* ya da *Orta Direk Şaban* filmlerinde görüldüğü gibi sadece film adı boyutunda olsa da sürer.

### Namuslu Filminin Yaratıcıları



Başar Sabuncu

Ertem Eğilmez

*Namuslu*

## Ali Rıza'nın Değişimi



**Ali Rıza el birliği ile değiştiriliyor! Ali Rıza Rüşvete iyi gözle bakmıyor!**



**Ali Rıza rüşvet alan arkadaşına kızarak bakıyor.**

**Sıradan insan Ali Rıza.**

**Ali Rıza soyuluyor!**



**Ali Rıza hızla değişmeye başlıyor!**



**Yozlaşmanın önünde kim durabilir?**



**Ali Rıza mahallede törenle karşılanır.**



**Banker Bilo'da kadının temsili ve asansörün simgesel kullanımı dönemle ilgili pek çok güldürü filmiyle benzer özellikler taşır.**



**Asansör simgesel olarak sınıf atlamanın bir başka görüngüsü olarak çok kullanılmaktadır.** **Ali Rıza değişmeye başlıyor...**



**Ali Rıza kendi çamaşırını yıkıyor.** **Arzu nesnesi Ali Rıza!** **Ali Rıza el birliği ile erkekleştiriliyor!**



**Ali Rıza "namussuzlaştıkça" arzu nesnesi olmaya başlıyor ve her yerde kabul görüyor!**

## **Dünyada Bilim İletişiminin Gelişimi ve Farklı Yaklaşımlar: Toplum İçin Bilimden Toplumda Bilime\***

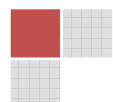
Çiler Dursun\*\*

Günümüz toplumlarında bilim ve teknoloji alanlarında yaşanan gelişmeler, ekonomiden politikaya, toplumsal ilişkiler alanından kültürel etkinliklere kadar insan yaşamının hemen hemen bütün pratiklerini ve deneyimini belirler hale gelmiştir. Buna karşılık modern bilim, geçmişe oranla genel halktan daha çok bağımsızlaşmıştır. Bu bağımsızlık ya da özerkliğin bir boyutu, araştırmacılar ve bilim adamları ile genel eğitimden geçen halk arasındaki ‘bilgi uçurumunun’ genişlemesinden kaynaklanmaktadır. Bir diğer boyutu, bilim adamlarının toplumdaki profesyonel rollerinin artan kurumsallaşması ve çeşitli hukuksal düzenlemelerle çerçevelenmesiyle ilgilidir. Profesyonelleşmenin artışı, özerkleşme ve genel halk kültürü ile bağlantılarının çözülmesi nedeniyle, uzman olanlar ile olmayanlar, bilim dünyası ile halkın sıradan yaşamı arasındaki iletişimi sağlayacak yeni kanalların oluşturulması gerekmiştir. Dolayısıyla sıradan insanların dünyası ile bilim insanlarının dünyası arasındaki mesafeyi köprüleyecek ve bilimin genel halka ya da kamuya ulaşmasını kolaylaştıracak, kitaplar, gazeteler, eğitici filmler, radyo ve televizyon programları ile sunulması sorunu, yani bilimin *popülerleşmesi*, önemli bir konu olarak gelişmiş ülkelerin kamu politikalarının ve gelecek vizyonlarının çerçevesine dâhil olmuş; böylelikle de bilim ve medya dünyasının gündemine girmiştir. Zamanla hem 20.yüzyılda bilimin artan önemi ve merkeziliği hem de toplumda ortak duyunun en önemli kaynaklarından biri haline gelmesi nedeniyle, halkın bilimi anlaması da önem kazanmıştır. Bu noktada bilim iletişimi (science communication), geliştirilmesi gereken bir çalışma alanı olarak, özellikle 1990’lardan itibaren endüstriyel Batı ülkelerinde şekillenmeye başlamıştır.

Bu yazıda, gelişmiş endüstriyel ülkelerde bilim iletişiminin hem iletişimciler, hem bilim insanları hem de politika oluşturucular açısından önemli bir mübadele, müzakere ve mücadele alanı olarak ortaya çıkmasının ardındaki dinamikler gözden geçirilmekte; bilim iletişimde farklı yaklaşımların neler olduğu ve bu yaklaşımların temel savları karşılaştırmalı olarak incelenerek yakın geleceğin bilim iletişimi gündeminin nasıl olabileceği üzerinde durulmaktadır. Çalışmanın sonuç bölümünde, Türkiye’nin bilim iletişimde geldiği aşama da kısaca incelenerek, söz edilen gelişmelerin ve tartışmaların Türkiye bağlamındaki karşılığının ne olduğu sorgulanmakta, varolan sorunlara dair eleştirel bir değerlendirme yapılmaktadır. Bilim iletişiminin pratik gerçekleştirici zeminlerinden olan bilim haberciliği ve gazeteciliği uygulamaları, bilimin medyada nasıl sunulduğu ayrı bir başlıkta ve Türkiye ile karşılaştırmalı olarak incelenmesi gereken farklı bir kapsama sahip olması nedeniyle, bu yazının çerçevesi dışındadır. Çünkü Türkiye’de varolan bilim gazeteciliğinin durumunu ve bilim iletişiminin gelişimini anlayabilmek açısından, geçmişten günümüze bilim ve teknoloji politikalarıyla

---

\* Bu çalışma TÜBİTAK SOBAG projeleri çerçevesinde sürdürülen 108K415 no’lu “Türkiye’de Bilim Haberlerinin Görünürlüğü ve Temsili” başlıklı proje kapsamında hazırlanmıştır ve araştırma süreci TÜBİTAK tarafından desteklenmiştir.



ilgili tarihsel toplumsal bağlamın üzerinde de yeterince durmak gerekmektedir. Bütün bu bağlam ise, Türkiye’de bilim iletişimine ve bilim gazeteciliğine dair başlıbaşına bir yazının konusu olarak ayrıca incelenmeye değerdir.

### **Bilimin Popülerleşmesi ve Kurumsallaşması**

Bilim iletişimi, en genel kapsamıyla, bilimsel ve teknolojik süreçler, süreçlere dair politikalar ile bu süreçleri gerçekleştiren bilim insanları ve diğer kurumsal yapıları sıradan insanlarla bağlantılandıran her türlü içeriğin, özellikle medya aracılığıyla dolayımlandığı ve etkileşimin gerçekleştirildiği iletişimdir. Bilim iletişimi, hem bilim ve halk arasındaki ilişkinin değişmesinden, hem bilimsel paradigma değişikliklerinden hem de medya çalışmalarının eleştirel bir boyut kazanmasından etkilenerek, 1990’lardan itibaren kendi içerisinde de önemli yaklaşım farklılıkları barındıran bir çalışma alanı haline gelmiştir. Schafer, bilimsel kuruluşların, politik birimlerin ve program belgelerinin kendisinde de belirgin hale gelen bu yaklaşım farklılığının, aslında ‘bilim iletişiminin nasıl yapılması gerektiği’ konusundan kaynaklandığına işaret ederek; artık Batı’da bilim iletişimi literatüründe Halkın Bilimi Kavraması (Public Understanding of Science, PUS) anlayışından Halkın Bilim ve Teknolojiyle Bağlantısı/Meşguliyeti (Public Engagement with Science and Technology, PEST) anlayışına bir geçiş olduğunu öne sürmektedir (Schafer, 2009: 475-476). Daha çok 1980’lerde halkın bilimsel gelişmeleri ve süreçleri kabul etme ve onaylama eğilimlerini arttırmak amacıyla, bilimsel ve teknolojik bilgileri izleyici ve okuyuculara basitçe aktarma ve tercüme (translating) aracı olarak görülen bilim iletişimi, artık böyle değerlendirilmemektedir. Bilim iletişimi, bilim insanlarının ve karar vericilerin sıradan insanlarla daha açık ve eşitlikçi zeminlerde diyalog halinde olmasını gerektiren bir süreç olarak kavranmaya başlanmıştır. Bu anlayış değişikliğinde, bilim ve teknolojiye gelişmelerden etkilenen genel kamunun ilgili, duyarlı ve bilinçli yurttaşlar topluluğu olarak bilimsel politika oluşturma ve karar alma süreçlerine katılımda bulunmasının Batı ülkelerinde önemli bir demokratik gelişmişlik göstergesi haline gelmesinin de payı vardır<sup>1</sup>. Anlayış değişikliğinin önemli bir nedeni olarak da modernlik sonrasında, toplum ve bilimsel bilgi arasındaki ilişkinin modern bilim anlayışından ve kültüründen oldukça farklı bir tarzda ele alınması da sayılabilir. Bu nosyonlardaki dönüşüme sonraki bölümde değineceğimizden, burada sadece belirtmekle yetinip, bilim iletişimine kaynaklık eden bilimsel etkinliklerdeki dönüşümü kısaca gözden geçirelim.

Bilim iletişiminin ortaya çıkışı ve gelişmesinde, bilimsel üretim etkinliklerinin dönüşmesi ve bunun toplumsal kültürel karşılığı önemli bir belirleyicidir. Bu dönüşüm ile endüstriyel kapitalizmin gelişmesi arasında kuşkusuz derin bağlantılar vardır. Kapitalizmin geliştiği ve yaygınlaştığı son dört yüzyıl boyunca bilimin toplumda nasıl bir yeri olduğuna kabaca bakınca, ilk kez 17.yüzyılda bilim topluluğunun genel kamudan, halktan ayrılmaya başladığını görüyoruz. Bilimsel devrimlerin etkisiyle bilim, kendi doğruları olan ve kendi öncü figürlerini ortaya çıkaran bir etkinlik türü olarak gelişme gösterdi<sup>2</sup>. 16.yüzyılın sonundan başlayan ve 17.yüzyıl bitimine kadar olan sürecin ‘bilimsel devrim’ (scientific revolution)

---

<sup>1</sup> Katılımın üç temel boyutu olan bilgiye erişme, karar alma süreçlerinde yer alma ve gerekirse de adli-hukuki çareler arama boyutları, bilim ve teknoloji pratiklerinde sadece bilim topluluğunun ehil olarak görülmekten çıkmasını, bu zeminde halkın da bir pay sahibi olmasını ve halkla diyalogun gerekliliğinin savunulmaya başlanmasını hızlandırmıştır (Einsiedel, 2008: 174)

<sup>2</sup> Örneğin İngiltere’de bilimi geliştirmek ve bilimsel tartışmaları canlandırmak için 1660’da üyeleri arasında araştırmacıların da bulunduğu Kraliyet Topluluğu (Royal Society) kuruldu (Gregory ve Miller, 1998: 20).



olarak adlandırılmasına yol açan bazı gelişmeleri ise şöyle sıralamak mümkündür (Bucchi, 2004: 11):

- bilimsel etkinliklere ve deneylere, farklı yöntem ve prosedürlerin uyarlanır hale gelmesi
- bilginin hiyerarşik olmayan bir özellik edinmesi: akademisyenler artık kendilerini, önceki kuşakların ürettiği kararlarla sınırlı hissetmemeye başladılar ve kendi başlarına söz konusu bilgilerin peşine düştüler.
- ereksel ve insan merkezli evrenbilime inancın zayıflaması ve doğayı çalışacak daha uygun yöntemler hakkındaki tartışmaların artması
- araştırma sonuçlarının ve hipotezlerin bilim topluluğunun özel zeminlerinde tartışılır olup kamuya gizli saklı kalmasından çok, bunların iletişimine ve değiş tokuşuna verilen önemin artması.

Bütün bu gelişmeler, bilimin bugünkü bildiğimiz anlamda etkinliklerini ve kurumlarını oluşturabilmesini sağlamıştır. Yazılı basında ilk bilim haberi, 19.yüzyıl Victorya döneminde genel kültüre yönelik olarak yayınlanan *The Athenaeum* adlı dergide yer alan sanat ve politikayla harmanlanmış bir yazı olarak bu dönemde karşımıza çıkmaktadır (Gregory ve Miller, 1998: 79). 18.yüzyılda bilim, yavaş yavaş popülerleşmeye başladı ve kamuya açık dersler, konferanslar sayesinde kültürel yaşamın bir parçası ve özellikle yüksek tabakadan insanların ilgisini çekerek bir tür moda haline geldi. Bu yüzyılda bilim söyleminin yöneldiği kitle, özel ve eğitilmiş bir kitleydi. Ancak 19.yüzyılın ikinci yarısından sonra geniş çaplı bir bilim iletişiminden söz edilmeye başlanmıştır. 19.yüzyıl bilimin kendisinde de önemli değişikliklerin olduğu bir yüzyıldı. İlk kez bu yüzyıldan itibaren bilim insanları kendi çıkarlarını izlemek yerine çalışmaya öncelik verdiler ve bu özel pratiğin kendi doğal ortamı olarak Cambridge, Paris, Harvard gibi merkezlerde laboratuvarlar kuruldu. Bilim insanları kendi özel çalışma ortamlarından, çalışmak amacıyla daha kamusal olan laboratuvarlara geçiş yaparken ilk bilim toplulukları da kurulmaya başladı. Bu konuda öncülük İngiliz Bilimin Gelişmesi Derneği'ne (British Association for the Advancement of Science, BAAS) aittir ve 1831 yılında, bilimsel çalışmalara daha güçlü bir yön vermek amacıyla 250 üye ile kurulmuştur (Briggs, 2001: 191).

Bilim alanında bu gelişmeler olurken, popüler bilim içeriği, alt tabakadan insanların da – özellikle emekçilerin- erişimine açık hale geliyordu. Faydacılığın öncü isimlerinden Bentham gibi yorumcular, bunun varolan toplumsal düzeni doğallaştırarak toplumsal sınıfları geliştirmeye olanak sağladığını öne sürüyorlardı (Gregory ve Miller, 1998: 21). Ancak kesin olan tek şey, 19.yüzyılda kentlerde yerleşik hale gelen geniş kitleler için, dergilerin ve gazetelerin ucuzlayarak popülerleşmesinin bilimi erişilebilir kılmasıdır<sup>3</sup>. Popüler basındaki dönüşümle birlikte pek çok insan dünyada olup bitenleri, bu arada bilimsel gelişmeleri de takip edebilme olanağı buldu<sup>4</sup>. Bilim iletişiminin yazarları, artık genel halka açıkça seslenmeye başladı (Bucchi, 1998:2).

---

<sup>3</sup> Bilim popülerleşirken özellikle 19. yüzyılda gelişme gösteren bilim kurgu kitapları da bu süreçte özel bir yer edindi. Sıradan insanın sıkıcı ayrıntılardan arındırılmış büyük fikirlere ve gözcü örneklerle yönelik ilgisi ve ihtiyacı, bu tür yayınlarla karşılanmaya çalışıldı. Dönemin önemli bilim kurgu kitabı yazarları arasında Johannes Kepler (Dream), Mary Shelly (Frankenstein), Jules Verne, H.G.Wells ve F.O Morris ve Huxley sayılabilir (Bucchi, 2004). Bilim kurgu türünün 19.yüzyılda başlayan gelişimine, televizyonun 1950'lerde yayına başlamasıyla daha da hız verecekti.

<sup>4</sup> 1840'larda ABD'de küçük kasabalarda bile bilimsel topluluklar kurulmuştu.

Bilim tarihçisi Derek de Solla Price'ın yaptığı araştırmanın sonuçlarının da gösterdiği gibi (aktaran Bucchi, 2004:7), 19. ve 20. yüzyıllarda bilimsel araştırmalardaki artış, diğer insan etkinliklerindeki artıştan çok daha yüksek seyretmişti<sup>5</sup>. Çünkü amatör tarzda yapılan popüler bilim, yerini burjuva bilimsel topluluklarının 'para kazandırıcı bir işi' olarak bilim anlayışına bırakmaya başlamıştı. Buna, profesyonelleşme ve çağdaş disiplinlerin artan ayrışması gibi iki temel eğilim yol açmaktaydı ve bu anlayış değişikliği bilimin kurumsallaşmasının başlaması anlamına da geliyordu<sup>6</sup>. 19.yy sonunda bilim artık profesyonel bir etkinlikti ve Gregory ve Miller'ın deyişiyle "popüler ile bilimsel olan arasında ayırım koyan kurumsal tuzaklar da kurulmuştu" (Gregory ve Miller, 1998: 25). 19.yüzyılın bilim insanları halkın bilimi anlaması gerektiğine duydukları inançtan yola çıkarak, bilim iletişiminin gerçekleştirilmesine yönelik çabalara başlamıştı. Bilimde dönemin büyük isimleri, 'bilimin geniş ölçüde kabul edilmiş toplumsal, politik ve dini amaçları ve hedefleri desteklediği ve geliştirdiği' konusunda kamuyu ikna ederek kamu/halk bilimi idealini yaratmaya koyulmuştu (Lewenstein'den aktaran Gregory ve Miller, 1998: 25).

Dergi ve gazetelerdeki içeriklerde de bu eğilimlerin karşılıkları belirmektedir. Örneğin 19. yüzyıl ortalarında her kesimden insana kendi düşüncelerini ulaştırmak için görüşlerini bir kitapta yazan Darwin gibi büyük bilim insanları yerini, 20.yüzyıl başından itibaren bir dergide makale veya popüler kitap yayınlamak isteyen bilimcilere bırakmaya başlamıştı. Okurlarına herhangi bir bilimsel konuyla ilgili ayrıntılı içerik veren dergilerde 19.yüzyılda artık yüzeysel bilgilerin sunulduğu daha kısa yazılara yer almaktaydı. Bir yandan da bilim disiplinleri arasındaki ve bilim ile halk arasındaki bölünme arttı.

Bilimin halka mal edilmesi ya da popülerleşmesi (popularising) konusu, bilim iletişimi çalışanlar için önemli bir sorun alanı olarak tam da 20.yüzyılda belirmeye başlamıştır. Bu alandaki önemli isimlerden biri olan Martin Bauer, popülerleşmeyi, "bilimsel üretimle meşgul olmayan veya bilimsel araştırma hayatlarında temel bir yer kaplamayan insanlar arasında bilimsel bilgiyi, gerçekleri ve yöntemleri dağıtan bütün etkinlikler" olarak oldukça geniş bir çerçevede tanımlamaktadır (Bauer, 1998). Popülerleşme, pek çok bilim iletişimcisine göre, bilimsel bilgiyi yapmanın ve paylaşmanın bir parçasıdır (Gregory ve Miller, 1998: 84). Bilimin popülerleşmesi, bu paylaşımın ve dağıtımın çeşitli medya çıktılarında izlenebilir bir üründür. Özünde bir iletişim süreci olan popülerleşme, esasen bir ikna etme işidir. Genellikle bilim insanlarının zayıf kurumsal bağlara sahip ve yeterince destek bulmadığı koşullarda popülerleşmeye eğilimli hale geldiğini belirten araştırmacıların (Gregory ve Miller, 1998), bilimin ne zaman popülerleşme eğilimine girdiği konusu üzerinde farklı görüşleri vardır. Bucchi'ye göre şöhretleri özgün araştırmalara bağlı olan bilim insanları için popülerleşme, 1920'lerden itibaren elverişli bir seçenek gibi görünmeye başlamıştı<sup>7</sup> (Bucchi, 2004:182). Buna karşılık Dunwoody ise, 20. yüzyılın en azından başlangıcında, bilim adamlarının popülerleşmeyle ilgilenecek vakit bulamadığını; daha çok artan uzmanlaşmayla birlikte kendilerini sıradan insanlardan daha becerikli ve ayrıcalıklı bireyler olarak görmeye başlayıp,

<sup>5</sup> Önceki yüzyıllar boyunca yaklaşık elli bin olan araştırmacı sayısı, 19.yüzyıl sonunda bir milyon kişiyi aşmış; bilim bireysel bir çalışma olmaktan daha çok ortaklaşa yürütülen bir uğraşa dönüşmüş; bunun sonucu olarak da 1950'lerin sonuna gelindiğinde Amerika'nın uzman bilim dergilerinde tek kişinin imzasıyla yayınlanan yazılar yarı yarıya azalırken, ortak yazıların sayısı artmıştı (Price'dan aktaran Bucchi, 2004).

<sup>6</sup> Örneğin bilim insanı (scientist) terimi ilk kez William Whevell tarafından 1833'de İngiliz Bilim Gelişme Derneği'nin (BAAS) toplantısında kullanıldı.

<sup>7</sup> Bununla birlikte sıradan insanların erişmekte zorlandığı öğrenilmiş ve özel bir dili kullanmanın bilim insanlarına verdiği bir doyum da sözkonusudur ve kimilerine göre onları 'aydınlanmış' okuyuculardan çok körleşmiş okuyucular mutlu edebilir (Bucchi, 2004).

ötekilerle iletişimin önceliğinin azaldığını öne sürmekte<sup>8</sup> ; hatta popülerleşmeye gazetecilerin daha çok önem verdiklerine ve ABD’de 20.yüzyıl başında pek çok gazetecinin kendisini “bilim yazarı” olarak tanımladıklarına dikkat çekmektedir<sup>9</sup> (Dunwoody, 2008: 16).

I. Dünya Savaşı, o güne kadar görülmemiş ölçüde ve kitlesellikte bir teknolojik savaş olarak cereyan ederken, savaş sonrasındaki ekonomik büyümenin sadece bilimsel etkinliklerin artışında değil bilimin popülerleşmesi üzerinde de olumlu sonuçları görüldü. 1920’lerden itibaren ABD ve İngiltere başta olmak üzere birçok Batı ülkesinde gazeteler bilim haberciliğinde öne çıktı. Bilim haberleri, ayrıştırılabilir bir tür olma yoluna I. Dünya Savaşından itibaren girdi. Sinemalarda düzenli olarak bilim haberleri gösterilmeye başlandı<sup>10</sup>. Allan’a göre ABD’de de tıpkı İngiltere’deki gibi bu alanda yön verici gelişmeler daha 1920’lerde başlamıştı (Allan, 2009:153). 1921’de ABD’de bilim dergilerinde üretilen içerikleri gazetelere satmak ve bilim haberleri hizmeti vermek üzere, büyük gazetelerle rekabet edecek sendika tarzı bir haber servisi olan Bilim Servisi (Science Service) adlı bir haber ajansı kuruldu (Gregory ve Miller, 1998: 29). Yine 1930’larda ABD’de Ulusal Bilim Yazarları Derneği kuruldu (National Association of Science Writers). 1930’ların sonunda pek çok gazeteci, bilim haberciliğiyle resmen ilgilenen özel muhabirler olmaya başladılar ve gazeteler tam zamanlı bilim muhabirlerini yavaş yavaş istihdam etmeye başladılar (Allan, 2009:152). 1920’ler bilim içeriğinin kitlelere dağıtımı açısından radyonun ve sonra da sinemanın öne çıktığı yıllar oldu. Dünyada bilim haberlerini ilk yayınlayan radyo istasyonu, Brezilya’da 1920’lerin başında yayına başlamıştır. 1930’ların Büyük Bunalım dönemiyle birlikte bilim içeriğinin üretiminde belirgin bir düşüş baş gösterdi ve bilim insanlarının bilimi popülerleştirme çabaları da azaldı.

Özellikle 20. yüzyıla özgü olan bilimin kurumsallaşması ve artan ölçüde ticarileşmesi olarak ifade edilen süreç, Bucchi’ye göre, bilimin ‘masumiyetini’ kaybettiği bir süreçtir aynı zamanda. Çünkü I. Dünya Savaşı’ndan itibaren oldukça pahalı bir iş haline gelen bilimsel çalışmalarda, bilim insanları için başarının göstergesi de, araştırmalarına buldukları fonlar ve kaynaklar olmaya başlamıştır (Bucchi, 2004:195). Yine 19.yüzyılda daha çok bireysel bir faaliyet olan bilim, 20. yüzyılda yayınlarında uzun bir isim listesi beliren gruplar tarafından yapılı hale gelmiştir<sup>11</sup>. ‘Bilimin masumiyetini kaybetmesi’ yalnızca bilimsel etkinliklerle para arasındaki bağlantının daha karmaşık ve hükümetler tarafından yönetilebilen bir mesele haline gelmesiyle ilgili de değildir. Masumiyet kaybı, aynı zamanda David Knight’a göre iki büyük dünya savaşında, bilim üretiminin sonuçlarının insanlık üzerindeki yıkıcılığının boyutlarının ortaya çıkışıyla da ilgilidir (Knight, 2006: 195). Kuşkusuz bu yıkıcılık, özellikle II. Dünya Savaşı’nda hükümet desteklerinin, fonlarının endüstriyel laboratuvarlara ve şirketlere adeta yağmur gibi yağdırılmasının da bir sonucudur.

<sup>8</sup> Öyle ki medyada popülerleşmek, bilim topluluklarınca kınanan hatta cezalandırılan bir şey haline bile gelmişti (Dunwoody, 2008: 16). Günümüzde bile bilim insanları için medyada popülerleşmek risk taşımaktadır.

<sup>9</sup> Gazeteciler ve haberciler başta gelmek üzere medya çalışanları, mesleki etkinliklerinin doğası gereği bilim adamlarının da şöhret, para ve nüfuz gibi isteklerine hizmet edebilirler. Ancak bundan daha önemlisi, bilim insanlarının toplumdaki rolünü inşa ederek onların bilim ve teknoloji politikalarının belirlenmesindeki konumunu desteklemeye yol açmaktadırlar.

<sup>10</sup> Bu tür haberlerin ilgi çekmesi üzerine ilk kez *The Times* gazetesinde, 1919’da Einstein’ın görecelik kuramını test etmek amacıyla yapılan Eddington ay tutulması seferine uzun bir yer verildi

<sup>11</sup> Üstelik Bucchi’nin de vurguladığı gibi (2004), hükümetlerin bilimsel araştırmalara destek olmaya başlaması ve kaynaklar ayırmasının, patentler ve ofis sırlarının hüküm sürdüğü günümüz dünyasında halkın bilimi kavramasını ve bilimin kamusal bilgiye dönüşmesi umutlarını sekteye uğrattıkları ciddi olumsuzluklar taşıdığı iyice ortaya çıkmaya başlamıştır.

II. Dünya Savaşı, bilim ve teknolojide (özellikle tıp, enerji, ulaştırma, iletişim alanlarında) önemli yeniliklere yol açarken bilimsel etkinlikler de tekrar değer kazandı. Batının gelişmiş endüstri ülkelerinde I. Dünya Savaşı öncesine kadar bilimsel araştırmalar zar zor kaynak bulunan, kültürel olarak önemli bireysel etkinlikler gibi gerçekleşirken; II. Dünya Savaşı sonrasında büyük araştırma ekiplerince hükümetlerden geniş bütçeler alınarak yapılan bir etkinliğe dönüştü. Böylelikle iki savaş arasındaki dönem, hem bilimin toplumsal bağlamına yerleştirilerek politik öneminin de açıkça belirtilmeye başladığı; hem de bilim insanlarının bilimin sonuçlarının uygulanmasının yıkıcı gücüne tanıklık ederek hatta kurbanı olarak, kendi etkinliklerini bir vicdan ve bilinç meselesi olarak görmeye başladıkları bir dönem oldu (Broks, 2006: 63-64). Bilim içeriği medyada yeniden yoğunlaşmaya başladı. Gazetelerin bilime ilişkin tavrı, genel olarak bilimi kutlayıcı ve iyimser bir tondandı. Radyonun bilime ağırlık vermesi II. Dünya Savaşı boyunca gerçekleşti ve bilim içeriği, özellikle II. Dünya Savaşı boyunca radyoda önemli ölçüde yer buldu<sup>12</sup>. Bir yandan da savaş sonrası televizyon gibi yeni iletişim araçlarının ortaya çıkmasıyla, bilim insanları önemli ölçüde şöhret sahibi olmaya başladılar. İngiliz televizyonunda ilk bilim programı 1948'de yayınlanan *Inventor's Club* oldu. Televizyonda bilim odaklı ve geniş kitleleri çeken ilk programlar 1957'de belirdi (örneğin *The Sky at Night*). Bu programları uzun soluklu belgeseller ve günlük bültenlerde yer vermeye başlanan bilim haberleri izledi. ABD'de bilim haberciliğinin meşruluk kazanması halkın bu yayınlarla ilgilenmesiyle başladı. Daha da önemlisi, bilimsel örgütlenmelerin, ticari yayınların, bilim yazarlarının sayısında önemli artışlar meydana geldi.

Savaş sonrası dönemin popüler bilimi, savaş öncesine göre daha örgütlüydü<sup>13</sup>. Medyada bilim içeriğine ayrılan yer, 1950'lerin sonu ve 1960'ların başında neredeyse patlama yapmıştı ve gazetelerde daha da öne çıkarılmaktaydı (Gregory ve Miller, 1998: 38-39). Bilim gazetecilerinin çalışma pratikleri ve etik standartlarla ilgili tartışmaları yürütmek üzere ilk kurumsal yapı da 1947'de kurulan İngiliz Bilim Yazarları Derneği (British Association of Science Writers) oldu. 1957'de SSCB'nin yörüngeye ilk yapay uyduyu yerleştirmesinin dünya çapında yarattığı şaşkınlık, "Sputnik etkisi" olarak adlandırıldı ve ABD ve SSCB arasında genel olarak bilime ve özelinde uzay araştırmalarına ayrılan kaynakların arttırılmasına yol açtı. Böylelikle uzay çalışmalarındaki rekabet bir meydan okuma olarak bilim insanlarının ve bilim iletişiminin gündemine, bilim iletişiminin yönetilmesi de hükümetlerin gündemine yerleşti.

1960'larda, hem ekonomik hem de toplumsal anlamda bilimin dev bir girişime dönüşmesi nedeniyle bu dönüşüm, yeni bir kavramla, 'büyük işletme' terimiyle benzetim kurularak, 'büyük bilim' (big science) kavramıyla ifade edilmekteydi. II. Dünya Savaşı sonrası büyük laboratuvarlarda büyük bütçelerle, büyük ekiplerle, büyük teçhizat ve makine donanımıyla yapılan fizik, astronomi, uzay çalışmaları gibi bilimlere ifade eden bu kavram, 20. yüzyılın sonunda genetik çalışmaları, nanoteknoloji gibi bilimsel çalışma alanlarını da kapsamaya başladı. Her on beş yılda bir iki katı büyüyen kapitalist endüstrinin büyük şirketlerinin ekonomik faaliyetlerini çağrıştıran *büyük bilim* terimini, fizikçi Alvin Weinberg ortaya atmıştı. 1960'larda bilimin bu denli büyük bir iş alanı haline dönüşmesi üzerine, uzmanlar ve politika yapıcılar, çeşitli araştırma alanlarına ayrılan para miktarının sınırlanması gerektiğini

<sup>12</sup> İngiliz hükümeti, radyodan, hangi yiyeceklerde besin değeri olduğu ve bunları nasıl elde edebilecekleri konusunda halkı bilgilendirmek için yararlandı (Gregory ve Miller, 1998: 80).

<sup>13</sup> Örneğin, ABD'de Ulusal Bilim Yazarları Derneği'nin üye sayısı 1945'de 63 iken 1960'da 413'e çıkmıştı.

bile öne sürer hale gelmişlerdi<sup>14</sup>. Tam da bu tarihlerde, bilimsel gelişmeler için ayrılan kaynaklar bir doyma noktasına erişerek olağanüstü artış trendi yavaşlamaya başladı. 1960'lardan itibaren ise televizyon ve radyo, bilimi popülerleştiren anahtar iletişim araçları haline geldiler ve halen de bu bakımdan en etkili iletişim araçlarıdır<sup>15</sup>.

Bilimin popülerleşmesinin izi çeşitli medya çıktıları boyunca sürülebilmektedir ve medya içeriklerine yönelik araştırmalar buna yöneliktir. Bu alanda yapılan araştırmalar 1980'lerde başlamış ve 1990'larla birlikte artmıştır. Araştırmalar, genel çerçevelerinde, medyada bilim içerikli haberlerin nasıl ve hangi yoğunlukla yer aldığını saptamaya yöneliktir. Yazılı ve görsel medyada bilim haberlerinin yoğunlaşması, bilimin popülerleşmesinin göstergesi olarak görülürken; bilim haberlerinde düşüşün olması, popülerliğinin zayıflaması olarak değerlendirilmektedir. Bu alanın önde gelen araştırmacılarından Martin Bauer, Batı dünyasında bilimin popülerleşmesiyle ilgili 2 temel temel eğilim saptamıştır (1998: 76):

- 1- Popüler bilim, ekonomideki genişleme ve daralma çevrimleri (cycles) boyunca giden kültürel bir süreçtir.
- 2- Popüler bilimin çevrimleri, kendi işlevinde bir değişmeye işaret eden ekonomik gelişmenin uzun dönem dalgalarıyla bağlantılıdır: ekonomik gelişmenin sağlanması için, işlevi, destekleyicilikten kısırtıcılığa doğru değişmektedir.

Bauer'in, 1830'lardan günümüze gazetelerde bilimin haberleştirilmesinin temel eğilimlerini ve bu eğilimlerin kapitalist ekonomideki bunalımlarla bağlantısını ortaya koyduğu araştırması, 1820'lerden 1990'a kadar olan iki yüzyılı kapsayan uzun süreli bir değerlendirmedir<sup>16</sup>. Bauer, bilimin toplumsal yaşamdaki yerinin ve popülerleşmesinin dört temel yapısal ve anlatsal dönemine işaret etmektedir (1998: 84):

- 1) *1840-1870 arası dini taklit, bilimcilik ve din karşıtı polemikler dönemi:* 19.yüzyıl Batı toplumlarında bilimin din karşısında toplumsal bir konum kazandığı bir yüzyıl olmuştu. Bu dönemde bilim yapan amatörler, profesyonellerle yer değiştirmiş, pek çok ülkede bilimini için dernekler kurulmuş, uzman bilim toplulukları da ilk kez bu dönemde oluşmaya başlamıştır. Henüz özel bir yazım türü olmasa da popüler bilim içerikleri, dergilerde yer almaktadır. 1850-1870 arası, bilimsel yazım tarzının fizik, kimya ve doğa bilimlerinde iyice hakim hale geldiği, hayatın ve evrenin kökeni hakkında dinsel açıklamaların karşısında bilimsel açıklamaların güçlü biçimde dile getirilmeye başlandığı bir dönemdir. Bilimsel bilgi, üretim endüstrisinde çalışan erkeklere yönelik olsa da sadece küçük burjuvalara erişebilmiştir (Bauer, 1998: 84). 19.yüzyılın hijyen

<sup>14</sup> Örneğin İngiltere'de Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Bakanı, bunu dile getirmekteydi.

<sup>15</sup> O dönemden itibaren televizyonda, Jacques Cousteau, Patrick Moore ve Walter Cronkite gibi toplum için popüler bilimsel içerik üreten figürler ortaya çıktı.

<sup>16</sup> Bu araştırmayı yaparken Bauer, üç farklı veri düzenini birlikte değerlendirerek gerçekleştirmiştir. İlk veriler, *Athenaeum* adlı 1828-1920 arasında yayınlanan popüler bir dergideki bilim haberlerini analiz eden Holland ve Jones'un çalışmalarından alınmaktadır. İkinci düzlemdeki veriler, 1910- 1955 arasında Marikan popüler dergilerindeki bilim haberleri üzerine LaFollette'nin yaptığı çalışmadır. Üçüncü veri düzlemi ise, Bauer'in kendisinin ekibiyle birlikte İngiliz günlük gazetelerinde 1946-1990 döneminde basılan bilim haberlerini analiz ettiği çalışmasıdır. Bu farklı metodolojilere sahip, farklı ülkelerde yapılan çalışmalar, Bauer tarafından yaklaşık 160 yıllık uzun bir dönemde bilim haberlerinin Batı dünyasındaki genel panoramasını sergileyebilmek amacıyla bir arada yorumlanmıştır (Bauer, 1998).

hareketi ve Pastörleştirmenin etkisiyle, kentlerde halkın sağlığının korunması ve refahın sağlanması, günümüze kadar devam eden bir gündem olarak belirmiştir.

- 2) *1890-1925/26 arası sosyalist esinlenmeler ve emperyal bilim dönemi:* Bilimin kurumsallaşması, onu toplumsal bir güç haline getirmeye başlamıştır. Bu dönemde, özelleşmiş bilimsel topluluklar kendilerini bilimin gelişmesine yönelik genel derneklerden ayırmışlardır. Özellikle kimyacılar, fizikçiler ve psikologlar, konferanslar organize ederek ve alanlarına özel dergiler yayınlamaya başlayarak kendi aralarında toparlanmışlardır. Dünyanın pek çok ülkesinde teknik üniversiteler kurulmuş, genel dergilerin dışında *Nature* ve *Science* gibi bilimsel dergilerin yayına başlamasıyla bilim iletişimi özelleşmeye (specified) başlamıştır. I. Dünya Savaşı sonrası, birçok Batı ülkesinde popüler bilim dergilerinin sayısı olağanüstü artmıştır. Biyoloji, savaşın açtığı ruhsal yaralarla ilgilenen psikoloji ve psikanaliz, soy geliştirme bilimi (eugenics) bu dönemin öne çıkan bilimsel çalışma alanları olmuştur. Soy geliştirme bilimi çıkışlı hareketler, insanın yeniden üretiminde toplumsal bir mühendisliğin işbaşında olmasını savunarak sol veya sağ görüşlü orta sınıf insanların ortak duyusuna hitap etmişlerdir. Dönemin bilim yazarları, politik solun özgürleşimci gündemi çerçevesinde popüler bilim yazıları yazmışlardır (Bauer, 1998: 86).
- 3) *1940- 1962 uzlaşım, evrenselcilik ve soğuk savaş dönemi:* Yeni pozitivistimin hakim olduğu bu dönemde, bilimin evrensel etiği, soğuk savaşın yol açtığı yarılmaları köprülemeye çalışmıştır (Bauer, 1998: 87). Bilim, devletin planlamalarına dahil edilmiş ve ordunun araştırma geliştirme (Ar-Ge) çalışmalarına pek çok ülkede büyük kaynaklar ayrılmıştır. Bauer, 20. yüzyıl fiziğinin nükleer silahların yapılmasına yol açmasını bunu en iyi anlatan gelişme olarak görür (Bauer, 1998). Nükleer gücün askeri ve sivil uygulamaları etrafındaki tartışmalar, bilimin popülerleşmesinde önemli bir örneği oluşturmaya başlamıştır. Gazetelerde fizik ve mühendislikle ilgili içerikler hâkim hale gelmiştir. Televizyonun icadı ve yayına başlamasıyla birlikte bilimin popülerleşmesi yeni ve önemli bir aşamaya geçmiş, aya insanoğlunun ilk ayak basması, genelinde bilim ve teknolojinin, özelinde ise ABD'nin büyük başarısına bütün dünyanın tanıklık etmesine olanak sağlamıştır. Saf bilim (pure science), ekonomik geri dönüşü sonradan gerçekleşen bir yatırım alanı olarak görülmeye başlanmıştır. Bu dönemde bilim yazımı, ulusal ve uluslararası Bilim Yazarları Derneklerinin<sup>17</sup> koyduğu parametreler çerçevesinde iyice profesyonelleşmiştir. Artık ün kazanan bilim yazarlarının ortaya çıktığı ve popülerleştikleri bir dönem başlamıştır.
- 4) *1974'den günümüze bilim karşıtlığı ve halkla ilişkiler dönemi:* Petrol fiyatlarını belirleyen dünya tekellerinin tetiklediği 1970'lerin sermaye bunalımı, gelişmiş endüstriyel toplumların enerji ithalatına olan bağımlılığını gözler önüne sererek, nükleer karşıtı, çevreci hareketlerin ve öğrenci ayaklanmalarının dünya çapında yaygınlaşmasına yol açmıştır. Bilim ve teknolojinin halk tarafından gittikçe daha fazla sorgulanır olduğu, amaçlarının ve getirilerinin önceden garantilenmiş olmadığının anlaşılmasına başlandığı bu dönemde Bauer'e göre toplumlar, bilime karşı daha düşümseldirler (reflexive) (1998: 88). Savaş

<sup>17</sup> ABD'de bu dernek 1934'de, İngiltere'de 1947'de ve Fransa'da 1950'de kurulmuştur.

sonrası dönemin ürünü olan bilim ve politikalar arasındaki anlaşma bozulmuştur. Toplumsal gelişmenin bilimsel gelişmelerin sonucu olduğu savı zayıflamıştır. Bilim haberlerinde ağırlığı tıp alanı, sağlık ve hastalıklara dair haberler alırken, son yıllarda da genetik mühendisliği ve biyoteknoloji konulu haberler ile bilgisayar ve iletişim teknolojileri de buna eklenmiştir. Ar-ge faaliyetlerinin özelleşmesine yönelik eğilimler, planlamacılığın ve askeri ar-ge faaliyetlerinin yetersizlikleriyle birlikte güçlenmeye başlamıştır. Fikirlerin ve patentlerin pazarında en iyi ürünlerin her zaman en başarılılar olmadığı, halkla ilişkiler (PR) etkinliklerinin araştırmaların değerini ve önemini artırmak açısından bilimsel etkinliklerin hemen bütün aşamalarında önem taşıdığı ortaya çıkmıştır. Ülkelerin ve ulusların bilimsel gelişmelerdeki yerinin göstergesi Nobel ödülleri olmaya başlamış ve bu anlamda rekabet medya içeriklerinde pompalanmaya başlanmıştır. Halkın Bilimi Kavraması (PUS), konusundaki hükümet çalışmaları ve açıklamaları, popüler bilim denen olgunun gelişmesinde varılan bir başka önemli aşamayı temsil etmektedir<sup>18</sup>. Bu son dönemde başta İngiltere, Fransa ve ABD olmak üzere pek çok ülkede ulusal başarıların mabetleri olarak bilimsel ve teknik müzelerin canlandırıldığı da gözlenmektedir.

Bu dört dönem boyunca bilimin popülerleşmesi, birçok çevrime paralel gerçekleşmiştir. Bu çevrimlerin her biri kapitalizmdeki büyük bunalım dönemlerine karşılık gelmektedir. Bauer, popüler bilimin bu dört dönem boyunca ekonomik çevrimden uzaklaşıp yenileşme (innovation) çevrimine doğru yaklaştığını öne sürmektedir (Bauer, 1998: 80-84). Bu, popüler bilimin, içerikleriyle krizden çıkışı ve iyileşmeyi kutladığı ‘makineyi yağlamak’ işlevi yerine, içeriklerinde yenileşmeye odaklanarak ‘makineye yakıt verdiği’ bir işleve doğru geçiş yaptığını göstermektedir (Bauer, 1998: 90). Tam da bu işlev değişikliği nedeniyle Bauer’e göre, popüler bilime, kriz sürecinde faydacı bir gündem hâkim olurken, krizden çıkışla birlikte idealist gündem ağırlığını koymaktadır (1998: 83). Araştırmada ortaya konan önemli sonuçlardan bir diğeri, popüler bilimin yükselişinin tam da sermayenin bunalımlarına denk gelmesidir (Bauer 1998: 81). Yine Bauer vd. kapitalist sistemde işlerin iyi gittiği dönemde popüler bilimde, bilimsel gelişmelere karşı eleştirel ve olumsuz değerlendirmelerin sergilenebildiğini; ancak sistemde işlerin kötüye gittiği dönemlerde yeni olan en küçük şeyin bile coşku ve kutlamayla karşılandığı iki tip içerik arasında salındığını öne sürmektedirler (1998). Dönem dönem beliren bu bilim karşıtı kuşkuculuğun ve olumsuzluğun, yenilerine yer açmak amacıyla eski bilgi ve beceri yapılarının yıkılması için araçsal olduğunu da söylemektedirler (Bauer, 1998).

Bütün bu gelişmelerin sonucunda akademisyenler birbirlerini tanımaya başladı (recognize) ve toplumun geri kalanına kendilerini türdeş bir topluluk olarak sundular. Kendi topluluklarının dışından, toplumdaki rollerinin saygınlığına ve önemine dair onayı alırken, iç kurallarını da geliştirdiler. Bilimsel üretimi gerçekleştirmeye en fazla ehil topluluk olarak otorite ve güç elde ettiler<sup>19</sup>. Buna kısaca profesyonelleşme ve kurumsallaşma süreci denmektedir ki aslında 17.yüzyıldan itibaren aşamalı olarak süregitmştir. Bilimin kurumsallaşması süreci,

<sup>18</sup> İngiltere’de Oxford Üniversitesi ile Londra Imperial College’da halkın bilimi anlaması konusuna ayrılmış iki kürsü açılmıştır.

<sup>19</sup> Günümüzde bilimsel araştırmalara ve teknolojik gelişmelere ayrılan kaynaklara bakıldığında olağanüstü boyutta olduğu görülmektedir: örneğin OECD ülkelerinde 3 milyon 400 bin civarında bilim insanı çalışırken, toplam harcamalar 602 milyar doları geçmektedir (OECD 2002 raporundan aktaran Bucchi, 2004).

kapitalizmin endüstrileşmesi süreçleriyle bağlantılıdır<sup>20</sup>. Hem I. hem de II. Dünya Savaşlarında bilim insanların yerine getirdikleri rol, olağanüstü önemdedi. Bucchi'nin belirttiği gibi, endüstrileşmiş ülkelerde devletin bilimsel araştırma süreçlerine ve zeminlerine etkin biçimde müdahale edebileceği, hatta etmesi gerektiğinin ilk kez II. Dünya Savaşının sonunda fark edilmesiyle birlikte, hükümetlerin bilim insanlarına yönelişleri başka bir boyut kazanmıştır. (Bucchi, 2004). Gelişmiş ülkelerde hükümetler, hem genel politika amaçları hakkında hem de belirli sektörlerle ilişkin önerilerde bulunacak, kaynakların belirlenen amaçlara uygun dağıtılmasını gözetecek bilimsel komiteler kurmaya başladılar.

Özetlersek, bilimin popülerleşmesi ve halka mal olması, 20.yüzyıl boyunca hız kesmeden devam etti<sup>21</sup>. Toplum ve bilim arasındaki ilişki de II. Dünya Savaşı sonrası, savaş teknolojisindeki gelişmelerin gündelik hayattaki teknolojiye taşınmaya başlamasıyla yoğunlaştı (Stilgoe ve Wilsdon, 2009: 18). İlk atom bombasının atılması sonrasında sıradan insanların bilimi kavraması, bilimin gücü, nasıl denetlenmesi gerektiği, bu denetimde bilgili ve ilgili yurttaşların demokratik katılımının sağlanması ve karar alma süreçlerinin nasıl yapılandırılabilirliği hakkındaki tartışmalar da, gelişmiş endüstriyel ülkelerin gündemine geri dönüşsüz bir biçimde girdi. Bilimin topluma mal edilmesi konusu, zaman içinde farklı yaklaşımların gelişmesine yol açtı. Yazının sonraki kısmında, söz konusu yaklaşımları ve bunlara yönelik eleştirilerle gelinen son durumu ele alacağız.

## **Bilim İletişiminde Farklı Yaklaşımlar**

*Dünyada benim kuramımı anlayabilecek bir düzineden daha fazla sayıda insan yok  
Einstein*

Refahı ve güvenliği bilim ve teknoloji tabanlı endüstrilere ve hizmetlere bağlı olan ülkelerin, hem bunu sağlayacak bilim insanların bolluğuna hem de bilimsel girişimleri destekleyecek bir kamuya gereksinim duydukları genel olarak kabul edilmektedir. İnsanların da kendi yaşamlarında bilim ve teknoloji ile teknik uzmanlarca belirlenen politikaların etkisini daha fazla hissetmeye başlaması, bilim ve teknolojinin anlaşılması konusunu gerçekten de önemli bir soruna dönüştürmüştür. Günümüzde bilim hem artan ölçüde erişilmez olmuştur (bilimsel bilginin hacmi o denli genişlemiştir ki, herhangi bir kişi, bilginin birkaç alanından daha fazlasını kavrayabildiğini iddia edememektedir); hem de gereksiz ölçüde aşinalık sunmaktadır (ileri teknoloji evimizdedir). Bilimin bu heryerdeliği, halkın bilimi anlamasının neden bilim adamlarının ve kamu politikaları oluşturucularının özel ilgi alanına girmeye başladığını kendiliğinden açıklamaz elbette. Bazı yorumcular, bu ilginin, II. Dünya Savaşı'nın getirdiği değişimdeki hızlı adımlara ve gizliliğe bir tepki olduğunu söylerken; başka yorumculara göre bu ilgilenme, Yeni Çağın (new age) kültlerine ve bilim dışı yaklaşımlarına (para-sciences) yönelik bilim insanların mücadelesiyle bağlantılıdır.

<sup>20</sup> Bu bağlantı örneğinin Barry Barnes gibi kimi yazarlara göre daha doğrudan iken, Robert Merton gibi başka bazı yazarlara göre de dolaylıdır. Barnes, ticari ve endüstriyel orta sınıfın hızla genişlemesiyle birlikte, onların kültürel ve sembolik ifade aracı olarak teolojiyi ve İncil'i değil bilimsel tarzları görmeye başladıklarına dikkat çekerken; Merton ise bilimin kurumsal gelişmesine ve bilim pratiklerini yapma arzusuna Tanrı'nın büyüklüğünü kanıtlama, kendini gelecek kuşaklara adama gibi Protestan ahlakındaki değerlerin motivasyon sağladığını öne sürmektedir (aktaran Bucchi, 2004: 13).

<sup>21</sup> 21. yüzyıla geldiğimizde ise artık özellikle Anglo-Sakson dünyasında bilimsel tartışmalar yapmanın, eğlendirici ve keyifli değil sıkıcı addedilmeye başlandığı bile öne sürülmektedir (Gregory ve Miller, 1998).



Özellikle 1970'lerin sonundan itibaren bilgi ve enformasyon çağının başladığını müjdeleyen paradigmalardan güçlenmesi, teknolojilerin hızla gelişmesi ve gündelik hayatın içine kısa sürede dahil olabilmesi, zamanımızın hegemonik kültürlerinden biri olarak bilimin öneminin artmasına yol açmaktadır (Greco, 2002). Bilimsel bilgi, kendisi türdeş bir bilgi olmamakla birlikte, günümüzde sıradan insanların, kişisel ya da toplumsal düzeyde olsun, maddi yaşamları ve dünyayı algılamaları açısından inşa edici sonuçlar yaratan bir bilgidir. Bilim ve teknoloji, modernist vizyonun anahtar araçları arasında yer almıştır. Dolayısıyla bir toplumun 'ileri' ve gelişmiş olup olmadığını gösteren temel parametrelerden biri olagelmıştır. Birkaç on yıl öncesine kadar hakim olan ve ilerlemenin çizgisel bir süreç olarak bilimsel etkinliklerdeki artışa bağlı olduğu düşüncesinden güç alan hükümetler için, refahın yaratılması ve yaygınlaştırılması her şeyden önce gelmekteydi ve halen büyük ölçüde böyledir. Ancak, Batı toplumları açısından gelişmişliğin başka göstergeleri de vardır. Demokratik süreçlerin işleyişi ve bu süreçlerde kamunun ve medyanın merkezi rolü, söz konusu göstergeler arasındadır. Bütün bunların oluşturduğu bağlamda, Batı toplumlarının daha demokratik, katılımcı, güçlü bir ekonomiye sahip gelişmiş toplumlar olarak sürdürülebilirliklerini sağlamak adına bilim iletişimi işe koşulmaktadır. Bilim ve toplum arasında dinamik bir ilişki kurmak, Batı toplumlarında hem bilimin gelişmesi hem de toplumun demokratik gelişmesi açısından esastır.

Gelişmiş endüstriyel ülkelerde bilim ve toplum arasındaki ilişkiyi kurmayı ve geliştirmeyi amaçlayan yaklaşımlar temelde ikiye ayrılmaktadır: Halkın/kamunun bilimi kavraması (public understanding of science) yaklaşımı ile halkın bilimle bağlantısı yaklaşımı (public engagement with science and technology). Kamunun bilimi kavraması yaklaşımı, bilim-toplum ilişkisinde 1980'ler ve 1990'lar boyunca hâkim yaklaşım olurken, kamunun bilimle bağlantılanması yaklaşımı 1990'ların sonunda biçimlenmeye başlamış ve 2000'lerden itibaren de güçlenmiştir. Bu yaklaşımlar, iletişime, bilime ve kamuya ilişkin farklı ön kabullere sahiptirler ve bu önkabulleri doğrultusunda bilim toplum ilişkisini kurmak açısından önerdikleri politikalarda da farklılaşmaktadırlar.

Araştırmacıların bilim ve halk/kamu ilişkisini ele alırken 1960'lardan bu yana geliştirdiği farklı paradigmaları, Bauer bir tabloda şöyle ayırtmaktadır (2008):

**Tablo 1: Bilim iletişiminde farklı paradigmalar, sorunlar ve çözümler**

Dönem	Teşhisler	Strateji Araştırma
<b>Bilim okuryazarlığı 1960'lar-1980'ler</b>	Halktaki eksiklik Bilgi	Okuryazarlığın ölçümü Eğitim
<b>Kamunun kavraması 1985-1990'lar</b>	Halktaki eksiklik Tutumlar, davranışlar	Bilme - tutum Tutum değişimi Eğitim Halkla ilişkiler
<b>Toplumda bilim 1990'lar-günümüze</b>	Güven eksikliği Uzman eksikliği Halkın kavramaları Kesinlik krizi	Katılım Müzakere Etki değerlendirmesi

Kamuya ilişkin önkabuller açısından bakıldığında, halkın bilimi kavraması yaklaşımı, kamuyu, ‘az bilmek’ ve ‘yeterince kavrayamamaktan’ kaynaklanan bir eksiklik ile malul görür ve asıl mesele, kamuları bilimsel bilgi ve akıl ile doldurmaktır. Bu, halka ya da bilgi yoksunu kamulara ilişkin az ya da çok olumsuz bir bakış açısıdır. Eksikliğin giderilmesi ve böylelikle halkın bilim politikalarının oluşturulması, geliştirilmesi süreçlerine etkin katılımlarının sağlanması, bilim adamları ile halk arasındaki mesafenin ortadan kaldırılması, halkın bilimi kavraması yaklaşımının açık hedefi olagelmıştır. Halkın bilim ve teknoloji konusunda daha çok bilgi sahibi oldukça bilimsel ve teknolojik gelişmeleri ve politikaları daha fazla destekleyecek olumlu bir tutum içine gireceği beklentisi, halkın bilimi kavraması yaklaşımlarının ardındaki temel düşüncedir. Halkın bilimi kavraması meselesi, bir yandan rasyonalist, diğer yandan da realist iki eksende sürdürülmüştür. Rasyonalist açıdan halkın bilim ve teknolojiye desteğinin kazanılması, enformasyon ve doğru istatistiki bilgilerle sağlanabilecek bir zihinleri kazanma meselesiyken; realistlere göre ise halkın bu yönde kazanılması, onların duygularının harekete geçirilerek ilgi ve kalplerinin kazanılması meselesi olmuştur (Bauer, 2008: 5).

Amerika’da 1950’lerden beri yapılan, İngiltere ve Batı Avrupa ülkelerinde ise 1980’lerde yapılmaya başlanan araştırmalar, halkın, sahip olması gerektiği varsayılan bilimsel bilgilerden yoksun olduğunu ortaya koydukları için ‘eksiklik modeli’ olarak adlandırılmışlardır<sup>22</sup>. Halkın bilimi kavraması işte bu sonuçlara dayanarak bilmeyen kamuları bilir hale getirmeye odaklanan gelişmiş Batı ülkelerinin hükümetlerinin ve kurumlarının gündemine 1980’lerden itibaren bir gereksinim olarak girmeye başlamıştır<sup>23</sup>. İngiltere’de Kraliyet Cemiyeti’nin (Royal Society) bir komitesinin, 1985 yılında bu konuyla ilgili görüşlerini içeren ve *Bodmer Raporu* olarak bilinen raporu yayınlaması, dünyada bilim iletişimi alanını kurumsallaştırıcı bir dönüm noktası olmuştur. Bilim iletişimini meşrulaştıran ve bilim topluluklarına bunu sürdürme fırsatı veren ilk resmi belge olarak bu raporun yayınlanmasıyla, bilim ve sıradan insanlar arasındaki ilişkinin geliştirilmesi, resmi olarak politika konusu haline getirilmiştir. İngiltere’de Kraliyet Cemiyeti’nin bu girişimi, halkın bilim cehaletine yani bilim okuryazarlığının olmayışına (scientific illiteracy) karşı bir savaş başlatmıştır. Bu savaşın ya da mücadelenin sloganı ise, ‘insan bilimi daha iyi bildikçe daha çok sever’ olarak ortaya konmuştur (Greco, 2008: 1). Bu sloganın ardında insanın bilim ve teknoloji hakkında daha çok şey bildikçe ona daha fazla değer verip saygı duyacağı inancı bulunmaktadır. Raporla

<sup>22</sup> Bilim ve teknolojiye ilişkin kamunun neyi ne kadar bildiğini saptamak amacıyla ilk kamuoyu yoklaması 1957’de ABD’de gerçekleştirilmiştir. Ulusal Bilim Yazarları Derneği’nin (National Association of Science Writers), okurlarının doğru bir resmini elde etmek için başlattığı bu yoklamalar, düzenli hale gelmiş ve Ulusal Bilim Vakfı tarafından sürdürülmüştür. İngiltere’de ise halkın bilim anlayışını araştıran ilk kamuoyu yoklaması 1988’de Ekonomik ve Toplumsal Araştırma Konseyi (Economic and Social Research Council) tarafından yapılmıştır. Bu ilk araştırmalara göre bazı konularda halkın temel bilimsel bilgilere aşina olduğu saptanmakla birlikte (örneğin ısınan havanın yükseldiği, soluduğumuz oksijenin bitkilerden geldiği vb.), daha spesifik sorulara verilen yanıtlar o kadar iç açıcı değildi.

<sup>23</sup> Raporla, “bilim ve teknolojinin günlük yaşantımızda her yönden temel bir rol oynadığı...ulusal refahın bunlara bağlı olduğu... bilime medyada daha fazla yer verilmeye başlandığı, bilim adamlarıyla gazeteciler arasındaki bağlantının daha fazla geliştirilmesine yönelik güçlü eğilimlerin belirdiği ve bilim insanlarının halkla iletişimi öğrenmesi gerektiği” sonuçlarına varılmıştı (aktaran Gregory ve Miller, 1998: 4). Raporla birlikte, bilim insanlarının gazetecilerin ve diğer uzmanların halkla iletişimine odaklanması amacıyla Halkın Bilimi Kavraması Komitesi (COPUS) kurulmuş, Ekonomik ve Toplumsal Araştırmalar Konseyi (ESRC) tarafından ulusal ölçekte araştırma programları desteklenerek bilim ve teknolojinin halk tarafından anlaşılmasına yönelik araştırmacıların çabaları mali yönden güçlendirilmeye başlanmıştır (Gregory ve Miller, 1998: 4). Raporla yönelik eleştiriler, bu belgenin, insanların gerçekten hangi enformasyona gereksinim duyduğu veya bu enformasyonu aldığı onu nasıl yorumlayıp yararlanacağı konularında bir görüş içermediğine yöneliktir.

temel amaç, bilim ve teknolojiye yönelik daha fazla ilgi ve anlayışın yaratılmasıydı. Raporun yayınlanmasıyla birlikte ilk kez bir hükümet belgesinde kapsamlı ve güçlü bir şekilde beliren halkın bilimi kavraması yaklaşımı, bir etkinlik ve toplumsal araştırma alanı olarak, bilim ve teknolojiye ilişkin ortak duyunun kuruluşunu ve işleyişini konu edinmektedir.

Esasen Aydınlanmadan beri herhangi bir konu hakkında daha fazla bilginin iyi bir şey olduğu öne sürülmüştür. Toplumsal yaşamda bilginin kullanılabilirliğine dair bu yaygın kanı, bilimin artan bir biçimde anlaşılır olmasının da halkın yararına olduğu düşüncesini desteklemektedir. Ancak bilim ve toplum arasındaki ilişkinin bu kanonik yaklaşımı, bilim uğraşını, genel halk tarafından anlaşılacak ölçüde uzmanlaşıp karmaşıklaşmış ve artık bilimsel kazanımları halkın erişimine açık hale getirmek için bir dolayım ya da 'tercüme'nin gerektiği gizemli bir etkinlik olarak değerlendirir. Bilim insanları ile bilimle ilgisi olmayan halk arasındaki uçurumu köprüleme görevi, halkın bilimi kavraması yaklaşımında bilim gazetecisine/habercisine verilir. Bir tür yorumlayıcı olan bu üçüncü kişi, yani gazeteci, bilimsel söylemi daha yalın terimlerle ve anlatımla yeniden formüle etme görevini gerçekleştirmekle yükümlü kılınmaktadır<sup>24</sup>.

Halkın bilimi kavraması yaklaşımının ikinci merkezi nosyonu olan iletişim, kaynaktan alıcıya mesajların etkili aktarımı ve davranış değişikliği yaratacak sonuçların ortaya çıkması olarak düşünülmektedir. Bilimsel gerçeklerin ve bulguların uzmanlaşmış bir bağlamdan popüler bir bağlama aktarılması sorunu, hipodermik iğne ya da sihirli mermi modeli olarak da adlandırılan çizgisel iletişim modeline dayanarak çözülmeye çalışılır (Bucchi, 2004: 108). Bu model, yukarıdan aşağıya (yani bilim topluluğundan medya aracılığıyla halka/kamuya) tek yönlü asimetrik bir bilgi akışının geçerliliğini baştan kabul eden pozitivist, mekanik gönderici- mesaj- alıcı modelidir ki bu model 1970'lerden itibaren oldukça zayıflamış, medya etkileri çerçevesine denk düşen eleştirilen bir modele dönüşmüştür (Maesele, 2007: 2).

Bu yaklaşımın üçüncü nosyonu olarak başvurduğu bilim ise, daha çok pozitivist metodolojinin prosedürlerinin sonucu olarak mutlak gerçeği açıklama iddiası en yüksek olan doğa bilimleridir. Aydınlanmanın kalıtı bir anlayışla, bu temel bilimler bilgisinin, bilimler hiyerarşisinde de en üstte yer aldığına ilişkin örtük bir vurgusu vardır. Bilimsel bilgi üzerinde toplumsal tarihsel koşulların belirleyiciliğini yeterince dikkate almaz: Bilimsel bilgi politik değildir; çünkü bilim insanlarının geliştirdikleri evrensel ve yansız prosedürler boyunca ortaya konurlar. Bilimsel bilgi, doğaya ve topluma dair açıklayıcılık gücü en yüksek olan bilgi türüdür ve toplumların ilerlemesi ve ekonomik yeniden üretim açısından diğer bilgi türlerinden daha merkezidir. Halkın bilimi kavraması yaklaşımı açısından toplumsal bilimler, düşünümsel ve politik bir bilgi türü ortaya koyduğundan, bilim iletişimi süreçleri daha çok fizik, kimya, biyoloji, tıp ve mühendislik alanlarındaki bilginin ve bu alanlarla ilgili teknolojilerin anlaşılması ve desteklenmesi açısından yönetilmesi ve oluşturulması gereken bir alan olarak görülür (Cassidy, 2008: 225-30). Bu yaklaşımın bilimi, büyük keşifler yapan, bu keşiflerle toplum temel sorunlara köktenci çözümler bulan, doğaya ve insana dair her şeyi bir neden-sonuç ilişkisi çerçevesinde açıklayabilen idealize edilmiş bilimdir.

<sup>24</sup> Birçok bilim iletişimsi tarafından eleştirilen bu bakış açısına göre bilimi halkla iletişebilir kılmak, sadece bir dilsel yeterlilik meselesine indirgenmektedir (Bucchi, 1998: 3 ve Peters, 2008). Bu dilsel yeterliliği öncelikle gazeteci sağlamalıdır ve akabinde de okuyucunun izleyicinin buna sahip olması beklenir ki bilim ve teknoloji, 'popülerleşsin', dağıtılması olanaklı olsun. Ancak çeviri, kaynak ve hedef arasında dil açısından yapısal bir eşitlik ve paylaşılan bir gerçeklik gerektirir. Günümüz biliminin ezoterik dünyası ve dili ile gündelik yaşamın akıl yürütme tarzı ve dili arasında böyle bir eşitlik yoktur ve olmasını beklemek de anlamlı değildir (Peters, 2008: 139).

Bilimin devrim niteliğindeki buluşlarının ve gelişmelerinin halk için anlaşılabilir kılınmasında, bilim adamlarından çok medyaya görev biçilir. Bilimsel kuramların ve yaklaşımların uzman olmayan kişiler arasındaki dağılımı, bilimden kaynaklanan 'ikinci dereceden bir ortak duyunun yaratılması' anlamına gelir (Moscovici'den aktaran Bucchi, 1998: 5). Medyanın sıradan halkın bilgi eksikliğini tamamlayarak onları bilimsel ve teknolojik gelişmeleri desteklemeye yönlendiren bir araç olarak görüldüğü yaygın yaklaşım ve bu yaklaşım gereğince medya ve gazetecilere/habercilere aktarıcı rolünün biçilmesi, son yirmi yıldır çok sorgulanmakta ve eleştirilmektedir. Özellikle 1980'lerden itibaren yapılan araştırmalar, bilmenin daha olumlu tavır almaya ve tutum geliştirmeye yol açtığı düşüncesini desteklememiştir (Bauer, 2008: 4). Bu bulgular, bilim ve teknolojiye yönelik tutumların, insanların genel politik duyarlılıkları ve ilgileriyle daha yakından bağlantılı olduğunu fark etmeye yol açmıştır. Aslında sosyal psikoloji de, bilginin davranışları değiştiren bir güdüleyici olmaktan çok sahip olunan olumlu veya olumsuz davranışları güçlendiren bir gösterge olduğunu ortaya koymaktadır.

Halkın bilimi kavraması yaklaşımının, sıradan insanlar topluluğu olarak kamuya dair görüşleri birçok açıdan 1990'lardan itibaren ciddi eleştirilere uğramıştır. Eleştiriler, bilim topluluğunun 'her şeyi bilen' ve halkın ise 'yeterince bilmeyen' olarak resmedilmesine yönelikti ve daha çok ahlaki bir boyutu vardı. Gerçekten de halkın bilimi kavraması yaklaşımında kamu, sadece akılcılık ve bilişsel kapasiteleri düzleminde sözkonusu edilirken, etik veya politik düzlemi ihmal edilmekteydi (Measele, 2007: 2). Ayrıca kamunun sanki türdeş, anonim bir bütünlükmüş gibi görülmesi de eleştiriye uğradı.

Eleştiriler, zamanla, neyin bilinmesi gerektiğine kimlerin karar verdiği, bu bilinmesi 'gereken' şeylerin aslında ne kadarına halkın gereksinim duyduğu ve bilindiğinde onlara ne yarar sağlayacağı konularına da yönelmeye başladı (Gregory ve Miller, 1998:7). Üstelik halkın hakkında daha çok şey bildikçe bilimi daha çok destekleyeceği savı da sorgulanır hale geldi. Çünkü endüstriyel toplumlar ile post-endüstriyel toplumların, bu açıdan farklı eğilimlere sahip oldukları ortaya çıktı<sup>25</sup> (Bauer, 2008: 9-15). Post endüstriyel toplumlarda daha fazla bilgi, bilim için daha çok desteğe yol açmak yerine, faydacı bir anlayışın güçlenmesine ve bilimin her şeye kadir olduğunu vurgulayan bilim ideolojisinin zayıflamasına yol açmaktadır. Bu toplumlarda bilimin sorun yaratıcı mı yoksa sorun çözücü mü olduğunun her özel duruma bakılarak değerlendirilmesini öneren faydacı tutumlar güçlenmektedir<sup>26</sup>. Yine kamuya verilen daha fazla bilginin, bilime yönelik olumlu tutumları geliştirmek yerine, teknoloji ve bilimdeki tartışmalı gelişmelere ilişkin kutuplaşmayı arttırdığı ortaya çıkmıştır (Bauer, 2006: 1).

---

<sup>25</sup> Bir toplum endüstriyelden post endüstriyele yani bilgi yoğun ekonomiye geçiş yaparken, insanların bilime dair bilgisi, ilgileri ve tutumlarında bir düşüş eğilimi de saptanabilmektedir. Özellikle Eurobarometre'nin AB ülkeleri ve aday ülkeler üzerinde yaptığı araştırmalar, 1989'dan 2005'e bu bakımdan önemli değişikliklerin olduğunu göstermektedir. AB, genç kuşaklarında bilime ilginin arttığı bir birlik olarak kendisini ilan etse de, Fransa gibi ülkelerde sürekli bir azalma, İtalya ve İngiltere gibi ülkelerde çıkışlar ve inişler, Almanya ve Portekiz gibi ülkelerde ise sürekli artışların olduğu bir çeşitlilik karşımıza çıkmaktadır.

<sup>26</sup> Bir başka bağlantı ise ülkenin zenginliği ile bilimsel bilgiye dair inanç arasında geliştirilebilmektedir. Buna göre, kişi başına düşen gelirin yüksek olduğu Almanya gibi gelişmiş ülkelerde daha fazla bilgi, bilime ilişkin daha kuşkucu tavırların gelişmesine yol açabilmektedir (Bauer, 2008: 10). Hindistan gibi endüstriyel aşamadaki ancak daha yoksul ülkelerde ise daha çok bilginin edinilmesi, bilime yönelik daha olumlu tutum geliştirilmesini sağlayabilmektedir.

Bunun sonucunda 1990'lerden başlayarak halka ilişkin bu kavrayışların yanlış olduğunu ilan edip dikkatini halk/toplum ile bilim arasındaki güven bunalımına yönelten yeni bir yaklaşım olarak bazı yazarların Halkın Bilimle Bağlantısı (public engagement with science and technology, kısaltılmışı PEST), (Schafer, 2009) bazılarının Bilimin Anlayan Kamusu (understanding public of science) (Greco, 2003a) , Bilim ve Toplum ya da Toplumda Bilim (science in society), başka bazı yazarların ise halkın bilimi kavraması yaklaşımının yeni çağı olarak adlandırdığı yeni bir yaklaşım güçlenmeye başlamıştır. Halkın bilimle bağlantısı ya da toplumda bilim yaklaşımı, ilk kez İngiltere'de Lordlar Kamarası'nın 2000 yılında yayınladığı *Bilim ve Toplum* başlıklı raporla kurumsal düzeyde ortaya konulmuştur. Bu rapor, 'eksiklik modeli'nin ölümünün ilanı sayılmaktadır ve bilim iletişimde kamuya, bilime ve iletişime dair yeni kavrayışların güç kazanmasını sağlamıştır (Miller, 2001: 117). Bu raporun mesajı açıktı: özellikle kendi günlük yaşamlarını etkileyen bilimsel konularda kanaatlerinin iletişimini gerçekleştirmek isteyen yurttaşlar, daha çok fırsata ve etkileşime gereksinim duymaktadırlar (Pitrelli, 2003: 3). Dolayısıyla yeni yaklaşımın mottosu da 'daha çok bildikçe daha iyi seçim yaparsınız' olmuştur (Greco, 2008: 1)

Halkın bilimle bağlantısı ya da bilimin anlayan kamusu yaklaşımının dayandığı kamu, bilim ve iletişim nosyonları halkın bilimi kavraması yaklaşımından oldukça farklıdır<sup>27</sup>. Kamu ya da halk nosyonu açısından bakıldığında, bu yaklaşımda halkın ya da kamunun olumlu değerlendirildiği ve bilim iletişimde izleyici kamulara öncelik verildiği görülmektedir. Yaklaşım, kamular ile bilim dünyası arasında bilime dair bilinenler hakkında bir bilgi uçurumunun var olduğu ve bunun da olması gerektiğinden hareket etmektedir (Miller, 2003: 118). Kamu, bilim iletişimde etkin bir katılımcı olarak görülmektedir. Zaman, mekân ve sorunlara göre farklı kamuların varlığını dikkate alarak ve bu kamuların da analitik inşalar olduğundan yola çıkarak, kamular, belirli bağlamlarda belirli ilişkiler geliştiren heterojen aktörler seti olarak görülmektedir (Einsiedel, 2008: 175). Yüzyıl sonu demokrasilerinin müzakereci demokrasilere (deliberative democracy) dönüşmesi, ortak karar alma süreçlerinin demokratik meşruiyetin dayanağı haline gelmesi, yurttaşlar açısından pratik sonuçlar ve sorumluluklar yaratmaktadır. Yurttaşlar, kamusal konularda bilgi sahibi olmak, çıkarlarıyla ilgili zaman ve uğraşı ortaya koymakla yükümlü görülmektedir. Böylelikle kamusal diyalog, uzmanların teknik akılcılığının karşısına sosyo kültürel akılcılık ile çıkılmasını ve sivil epistemolojinin gelişmesini sağlayabilir bulunmaktadır. Jasanoff'un adlandırdığı sivil epistemoloji (civic epistemologies) ise, uzmanlarca ortaya konan bilginin temellerinin sorgulanabilmesini, hesabının verilebilmesini, müzakereci ve şeffaf bir tarzda bilginin üretilmesini gözetten bir anlayışa karşılık gelmektedir (Jasanoff, 2003: 157-160).

Bu yaklaşımın adlandırmasındaki 'bağlantı' (engagement) tam da politikaların eleştiriye açılması, varsayımlarına karşı çıkılabilmesi, hükümetlerin zor kararları kamuya açık süreçlerde alabilmesiyle ilgilidir ve bunları gerçekleştirecek pratik ortamların yaratılmasını gerektirmektedir. Örneğin belirli bir teknolojinin tasarlanması, sadece o teknolojiyle bağlantılı bilimsel yapıların ve hükümetlerin işi değil, kamuların da sorumluluğu sayılmaktadır. Teknoloji tasarımında ve inşasında kamudan geri bildirim alınarak teknolojinin toplumsal biçimlenmesi için gereksinim duyulan bütün zeminler kolaylıkla oluşturulabilir görülmektedir (Einsiedel, 2008: 182-183). Toplumda bilim yaklaşımında hareket noktası,

<sup>27</sup> Aslında bu farklılıkların, bilim iletişimine halkla ilişkiler mantığının daha fazla girmeye başlamasının sonucu olduğunu süren kimi eleştirmenler, bilimsel kuruluşların pazarlama gereksinimlerinin ortaya çıkışıyla birlikte bilim iletişimde pek çok profesyonelin adeta halkla ilişkilerci gibi iş yaptığından yakınmaktadır (Pitrelli, 2008).

halktaki güven kaybının telafi edilmesi olduğu için, 1990'lardan itibaren gelişmiş Batı ülkelerinde halka duyurular, yurttaş katımlı jüriler, müzakerelere dayalı kamuoyu yoklamaları, uzlaşma yaratmaya yönelik konferanslar, yuvarlak masa toplantıları, yurttaş panelleri, bilim festivalleri ve ulusal tartışmalar gibi pek çok birbirini tamamlayıcı etkinlik gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bunların katılımcıları bilim iletişiminin tarafları olan aktörler olarak karar alıcılar, bilim adamları, uzmanlar, iş dünyası ve yurttaşlardır. Bu bağlantılanma zeminlerinin kurulmasıyla birlikte, bilim ve teknoloji politikalarının geliştirilmesinde bilim adamlarının, uzmanların ve siyasilerin sahip oldukları yetkinlikten, kamulara, yurttaşlara yani sıradan insana az da olsa bir pay verilmektedir.

Kamunun, halkın bilimle bağlantısı yaklaşımında etkin bir fail olarak tasarlanmasıyla birlikte bilim iletişimi süreçlerinde sorulan sorular da farklılaşır: “yurttaşlarla müzakere ederek politikalar nasıl etkilenebilir?” sorusu yerine, “politika söylemleri müzakere süreciyle nasıl yeniden çerçevelenebilir?” sorusuna doğru aşama kaydedilir (Einsiedel, 2008: 182). Böylelikle, halkın/kamuların uygun yollarla bilgilendirilerek özgürleşmesi ve kurtarılması yerine, toplumda bilim yaklaşımıyla birlikte, insanların artan tercih olanaklarını kendilerini gerçekleştirmek için ne yönden kullanabildiklerinin öne çıktığı ‘yaşam politikaları’na (life politics) geçiş yapılabilir (Maesele, 2007: 3).

Kamuların katılımına önem veren halkın bilimle bağlantısı ya da toplumda bilim yaklaşımı, yukarıdan aşağıya tek yönlü iletişim modellerine değil, aşağıdan yukarıya da gerçekleşen iki yönlü iletişime önem vermektedir. İletişimi mesaj aktarımı ya da enformasyon sağlamaya yönelik bir monolog olarak değil, diyaloga dayalı yani diyalojik bir etkileşim süreci olarak görmektedir. Diyalogun, yalnızca bilim dünyası ile sıradan insanlar ve hükümetler arasında değil, geniş ve farklı toplumsal gruplar/kamular arasında da gerçekleşmesi beklenmektedir. Bu yaklaşımda kamular, aynı zamanda iletişim ve enformasyonun hem sürekli üreticisi hem de alıcısı sayıldığından, kamular arası iletişim merkezi önemdedir ve daha yatay düzeyde iletişimi gerektirmektedir. Medya, iletişimin diyalojik anlayışının güçlenmesi açısından yine merkezi öneme sahip olarak görülmektedir. Ancak bu yaklaşımda, artık, medyaya yönelik olarak da bir eleştirelilik de alıkonulmaktadır. İnşacı yaklaşımlar, sadece bilimsel bilginin yapılışı açısından değil, medyanın ürettiği bilginin de yapılışında dikkate alınmaktadır<sup>28</sup>.

Medya, bu yeni eleştirelilik çerçevesinde, saydam bir yansıtıcı olarak değil, ‘kirli bir ayna’ olarak görülmektedir<sup>29</sup> (Bucchi, 2004: 109). Medyadan beklenen, sıradan insanların bilim politikalarının sorunlarını değerlendirme yeteneğini ve kişisel kararlarını akla uygun biçimde alma kapasitesini arttırmasıdır (Nelkin, 1994: 11). Medyanın, böylelikle, karar vericilerin

<sup>28</sup> Bilimsel bilginin inşacı yaklaşımında, bilimsel bilgi doğanın gerçeğini açığa çıkaracak yanılmaz yöntemler kullanarak ortaya konan mutlak hakikat değildir. Bilimsel bilgi, bilim adamının sosyo-kültürel ve ahlaki ardyöresinin bilginin üretiminde ve yöntem seçiminde işin içinde olduğu açıklayıcı anlatılardan birisi olarak görülür. Gerçekliği bilmek açısından diğer bilgi türleri karşısında ayrıcalıklı bir konum talebinde bulunamaz (Gregory ve Miller, 1998: 57). Çünkü ister toplumsal ister doğa gerçekliğine dair ortaya konan bilgi, bilimsel topluluğun geliştirdiği uzlaşımlara dayalıdır. Dolayısıyla içinde yaşadığımız dünya, sıradan insanların uzlaşma dayalı bilişsel çabalarının bir sonucu olarak görülür. Haber de, tıpkı bilimsel bilgi gibi, bize ‘bu dünyanın nasıl bir yer olduğunu’ kavrama bilgisi yani bir dünya bilgisi sunar (Dursun, 2004: 63). Haber de toplumsal gerçekliği, haber üreticilerinin rutin pratikleri boyunca inşa eder. İnşacı yaklaşım açısından hem bilimsel bilginin hem de haberin kısmi bir bilgi türü olduğunu söylemek yanlış olmaz.

<sup>29</sup> Aslında halkın bilimle bağlantısı yaklaşımının temel metni sayılan *Lordlar Kamarası Raporu*’nda, medyanın kararsız işleyişine hiç yer verilmemesi bile bu eleştirelilikle ilgili sayılabilir. Toplumda bilim belgelerinde, daha çok diyalog, tartışma ve müzakerenin önemi vurgulanmaktadır. Raporlardaki vurgu kaymasına rağmen medyanın bilim iletişimindeki merkezi yeri, halen süregitmektedir.

dikkate almak zorunda olduğu halkın kanılarını, inançlarını ve davranışlarını etkileyerek bilim politikalarının oluşum süreçlerine dolaylı biçimde nüfuz edebildiği öne sürülmektedir (Miller, 1999: 222). Bilim iletişimine her iki yaklaşımda da medyanın rolü olumsuz olarak değerlendirilip<sup>30</sup>, akılcı bir bilim iletişiminin önündeki en büyük engel olarak, medyanın sansasyon eğilimi ve sorumsuzluğu görülebilmektedir. Buna bir de Umberto Eco'nun deyişiyle, medyanın 'büyük kültürünün bir aygıtı' olmasını da eklediğimizde, manzara daha da kararmaktadır. Eco, günümüz toplumlarında büyüyü, dolayımlyacı aşamaları bypas ederek nedenden sonuca doğrudan hareket edilmesi olarak görmektedir (aktaran Greco, 2003b: 2). Eleştirel değerlendirmeyi ortadan kaldıran ve neden- sonuç arasında otomatik bir kısa yol yaratan medya sunumları, insanlara dünyanın büyüü bir manzarasını verirken, bilim ortadan kaybolmaktadır. Buna ek olarak medyanın ticari şirket niteliğinde olması da eleştirilerde göz ardı edilmemektedir. Medyanın bilimi çarpıtmaktan çok, aslında bilimsel kuruluşların çıkarlarını korumak ve daha da ileri götürmek için bir suç ortaklığı içinde olduğu, bilim iletişimde medyanın rolüne ilişkin yeni eleştirelliğin temel hareket noktasıdır (Dornan, 1999: 194). Bu suç ortaklığı nedeniyle basın, araştırmaların başarılı sonuçlarına daha fazla odaklanarak ve bilimi sürekli bir çığır açıcılık olarak resmederek, durmaksızın sorunların tek tek üstesinden gelen bir bilim görüntüsünü üretmektedir (Dornan, 1999: 196). Bu ve benzeri eleştiriler, günümüzde farklı kamular ve bilim iletişiminin aktörleri arasında etkileşimi sağlayan en önemli aracın medya olduğunu, onu olumsuzlayarak yine onaylamaktadır.

Halkın bilimle bağlantısı yaklaşımının bilime dair anlayışına bakıldığında ise bunun halkın bilimi kavramasından oldukça farklı olduğunu görmekteyiz. Postmodernitenin, bilimin gücü ve bilimsel bilginin meşruiyet dayanakları konusunda özellikle 1990'larda önemli meydan okumalarda bulunması, bilim iletişimi yaklaşımlarını da etkilemiştir. Postmodern bakış açısının bilgiyi keşfedilen değil inşa edilen bağlamsal bir bilgi olarak gördüğü, epistemik göreliliğin öne çıktığı ve pek çok doğa olayının belirlenimsizlik ilkesi ile açıklandığı günümüz biliminde, bilimsel bilgi de kendi sınırlarına çekilmeye zorlanmıştır<sup>31</sup> (Eckersley, 2001: 83-84). Aydınlanmadan beri süregelen bilime ve bilimsel bilginin statüsüne ilişkin mirası reddeden bu yaklaşımların, bilim iletişimi alanın hedeflediği kamuları farklı bilgi türlerinin etkisine bırakacak ölçüde topyekün bir bilim karşıtlığına yol açması söz konusu olmamıştır. Ancak sıradan insanların bilimsel etkinliklere ve bilgiye ilişkin öteden beri varolan ve halkın bilimi kavraması yaklaşımının üstesinden gelmeye çalıştığı kuşkucu ve eleştirel tutumu güçlendirdiği düşünülmektedir (Gregory ve Miller, 1998: 78-80). Kamunun eleştirel tavırları, önceki dönemlerin bilimlerinden farklı olarak, yeni 'büyük bilimleri' kendi önemlilikleri ile çeşitli kamular ve bağlamlar tarafından toplumsal kabul edilirliliklerini durmaksızın müzakere etmek zorunda bırakmaktadır (Bucchi, 2004: 139). Çünkü bilim, artık

<sup>30</sup> Özellikle 1990'lardan itibaren medyanın artan ticarileşmesi ve medya endüstrilerinin kamu yayıncılığı anlayışından hızla uzaklaşması sonucunda, pek çok ticari televizyon kanalında içerik çeşitliliğinin ortadan kalkmaya başlamasına paralel bir gelişme olarak, bilim ile ilgili programlar ve dizilerin yayını azaltılmıştır. Buna ek olarak medya şirketlerinin ulusötesi şirketlere dönüşmesiyle birlikte, kamusal alanda bilimin rolü konusundaki tartışmalarda da azalma gözlenmiştir. En fazla izleyiciyi ve okuyucuyu çekme gereksinimi nedeniyle medya, yenilikçi ve eleştirel programların üretimini sınırlandırmaktadır.

<sup>31</sup> Bilimin sınırlarına çekilmesi, köktenci değil bağlamsal bir anlayışla bilimsel bilginin hakikat iddialarının ele alınması, bilginin kısmi ve parçalı doğasının öne çıkıp toplumsal alanda ideolojik kültürel etkisinin zayıflaması, entelektüel bakımdan daha az kibirli, politik hayatla daha çok bütünleşmiş hale gelmesi, modernizmin ilerleme vizyonunun aracı işlevini bırakması ve irrasyonel (veya dinsel) bilginin insanı kozmozla bağlantılı kılma tarzından daha değerli bir tarz sunduğu konusundaki kuşkulara açık hale gelmesidir (Eckersley, 2001: 87-89). Postmodern bilimin olumsuzluktan, çatışmadan, sapmadan yana olan, disiplinler arası sınırları bulanıklaştıran bilgi anlayışı gereği, bu çerçevede bilimin insanlar tarafından üretilen diğer bilgi türlerinden birisi olarak anlaşılması önerilmektedir (Bell, 2006: 32-37).

insani boyutuyla da ele alınmaktadır, yani bilimin –tıpkı diğer girişimler (enterprise) gibi- toplumsal, kültürel ve hatta politik/ideolojik bir girişim olduğu söz konusu edilir hale gelmiştir (Bell, 2006: 36).

### Medyada Bilim İçeriği ve Bilim Okuryazarlığı

Toplumda bilim yaklaşımı (ya da kamunun bilimle bağlantısı yaklaşımı), bilim anlayışındaki değişmelere kitle iletişimindeki değişmelerin eşlik etmesiyle birlikte, bilim iletişimini normatif zeminlerinden daha yorumsamacı bir zemine doğru çekiyor görünmektedir. Bu değişimi işaret eden bilim iletişimcisi Peter Weinghart, bilim ve medya arasındaki eşleşmeyi ‘dolayımllama’ (medialization) olarak adlandırmaktadır. Dolayımllama, özellikle medyanın bilim haberlerini nasıl verdiğiine ilişkin araştırmalarda ortak olarak saptanan üç genel eğilimin bir sonucu olarak görülmektedir (Schafer, 2009: 477-478):

- Genişleme: Bilim konularına medyada ayrılan yer artmıştır.
- Çoğulculuşma: Bilim haberleri daha çoğulculuşmuş, farklılaşmış ve eşitlikçi hale gelmiştir. Yani bilim haberlerinde sadece bilim adamlarının bakış açıları değil, farklı aktörler ve onların bilim adamlarınıninkinden ayrılan görüşleri de yer almaya başlamıştır.
- Karşıtlık: Medyada bilim haberleri, daha çelişkili ve muhalif çerçevelerle sunulmaktadır. Bilim hakkındaki karşıtlıklar, medyada daha çok yer bulabilmektedir ve bilim adamlarının otoritesi de adeta erozyona uğramaktadır<sup>32</sup>.

Bununla birlikte medyanın dolayımllayıcılığının yoğunlaşmasının işareti sayılan bu üç boyutun sadece bazı bilim alanları için mi yoksa bilimin bütünü için mi geçerli olduğu konusu halen tartışmalıdır. Birçok araştırmacıya göre, dolayımllama bilimin bütünü alanlarını değil sadece birkaç alanı etkilemektedir<sup>33</sup>. Dolayımllamanın hangi bilim alanlarını etkilediğini saptamak ise, oldukça zor bir konudur<sup>34</sup>. Dolayımllamanın hangi bilim alanlarında daha yoğun hangilerinde daha az olduğu sorusuna yanıt aradığı araştırmasında Schafer, bilim dünyasında iki farklı epistemik kültürün<sup>35</sup> varolduğuna işaret ederek yola çıkmaktadır (Schafer, 2009): a) açık epistemik kültür, b) kapalı epistemik kültür. Yüksek enerji fiziği gibi alanlar, bilimsel çalışma alanında özerk, toplumun bütününden ayrılmış ve halkın bilimi anlaması modeline uygun işgörülen kapalı epistemik kültürü temsil etmektedir. Medya dolayımllamasının neredeyse hiç olmadığı bu alan, *Bilim Cumhuriyeti* olarak da adlandırılmaktadır (Schafer, 2009: 482). Moleküler biyoloji gibi alanlar ise, diğer bilim disiplinleriyle işbirliği içinde, toplumsal dünya ile bağlantılı ve kamularla müzakere edilebilen açık epistemik kültürü temsil

<sup>32</sup> Bilimin medyada sunuluşu, halkın bilimi kavraması yaklaşımının güçlü olduğu dönemlerde daha çok bilim adamlarının bakış açısından ve araştırma ve gelişmelere ilişkin olumlu değerlendirmelerin hakim olduğu bir çerçevede verilirken; günümüzde teknolojik risklerin yarattığı sorunların, bilimsel araştırma maliyetlerinin ve önceliklerin bile sorgulandığı ve halkın güvensizliğini açıkça sergileyen oldukça eleştirel çerçevelerle verilebilmektedir (Schafer, 2009: 477-478).

<sup>33</sup> Örneğin Niklas Luhmann, genel sistem kuramında, günümüz modern toplumlarının son derece uzmanlaşmış ve karmaşıklaşmış hale gelmesi nedeniyle, bilimin de bundan etkilendiğini vurgular (aktaran Schafer, 2009: 479). Bunun sonucunda bilim, kendisini toplumdaki uzaklaştırmıştır ve bilimin dolayımllanmasındaki artıştan ancak birkaç araştırma alanı için söz edebiliriz.

<sup>34</sup> Araştırmaların genellikle tek bir örnek olay çalışması sınırlılığında olması, belirli bir tek ulusal bağlamdaki üstelik kısa süreli eğilimleri analiz etmesi, dilbilimsel söylem analizinden içerik çözümlemesine farklılaşan yöntemlerde çalışması bu çalışmaların başlıca zorluklarından (Schafer, 2009: 480).

<sup>35</sup> Bilginin üretilmesinin ve dağıtılmasının farklı tarzlarını ifade eden epistemik kültür terimi, bilgi üretiminin yanı sıra kamusal alanla farklı bağlantı noktalarının kurulmasını da kapsamaktadır.



etmektedir. Dolayımmanın gerektiği bu bilim alanı, *Bağlamda Bilim* olarak adlandırılmaktadır (Schafer, 2009: 482). Yüksek enerji fiziği ile moleküler biyoloji, dolayımama dereceleri birbirinden farklı bilim alanlarıdır<sup>36</sup>.

Araştırmanın sonucunda Schafer, medyada hangi bilim alanlarının daha çok dolayımnanabildiği<sup>37</sup> ile ilgili iki önemli saptama yapmaktadır (Schafer, 2009: 498):

- Gerçek yaşama (bilimin kendisi dışına) hızla ve kolaylıkla uygulanabilirliği olan ve gazeteciler ile genel halkın yaşantısında doğrudan etkisi olan bilim alanları yoğun şekilde dolayımnanmaktadır.
- Disiplinler arası epistemik kültürler, epistemik belirsizlikler yarattığı için ve bilginin farklı alanlarına değdiği için medya tarafından daha çok dolayımnanmaktadır.

Bilimin medya dolayımıyla iletişiminin yapıldığı bu zeminde 4 temel aktörler seti arasında, kimi kez işbirliği yapmayı gerektiren kimi kez de rekabete ve çatışmaya dayalı bir etkileşim gerçekleşmektedir. Bu alanın aktörleri şunlardır (Miller, 1999):

- a) Toplumsal ve politik kurumlar
- b) Medya
- c) Halk, kamu
- d) Karar vericiler

Herhangi bir toplumda bilim iletişiminin nasıl sürdürüldüğünü anlamak için, sadece bilim iletişimcileri ya da medya tarafından neyin söylendiğinin veya halkın neye inandığının çalışılmasının yeterli olmayacağı bilim iletişimcileri tarafından vurgulanmaktadır (örneğin Miller, 1999: 211). Belirtilen bu aktörler arasındaki ilişkiler çok yönlü olduğundan, bilim iletişiminin çevrimsel özelliğini yaratan etkileşimlerin ve dinamiklerin varolan karmaşıklığı, analitik çalışmalarda gözetilmelidir. Toplumsal kurumlar, medyada ve halk nezdinde kendi görünümelerini yönetebilmek için medya stratejileri planlamalarının önemini gittikçe daha fazla anlamaktadırlar. Bundan dolayı da her tür kurum ve kuruluşun artık birer basın bürosu vardır ve halka ilişkiler etkinlikleriyle de ilgilenmektedirler. Haberlere etkide bulunmak açısından PR (halkla ilişkiler) ofisleri fazlasıyla etkili hale gelmişlerdir. Özellikle bilim kuruluşları da, kendi medya profillerini biçimlendirmek için PR endüstrisinden yardım alabilmektedirler<sup>38</sup>. Çünkü kurumsallaşmış bilim, kendi etkinliklerini büyük ölçüde denetleyebilirken, halka dönük yüzünü denetlemeyi tam olarak gerçekleştirememektedir. Bazı başka toplumsal kuruluşlar gibi 'kaynak olarak zengin' bilim kuruluşları, medyaya bilgi sağlayıcılardan olmaları sıfatıyla önemli ölçüde haber içeriği sunmaktadırlar. Bilim kuruluşlarının halkın bilim konusundaki anlayışını geliştirmek istemelerinin ardında, şirketler

<sup>36</sup> Schafer, dolayımmanın farklı bilim alanlarında farklı derecelerde gerçekleştiğini savladığı araştırmasında kök hücre araştırmalarını dolayımmanın üç özelliğini de (genişlik, çoğulculuk ve karşıtlık) sergileyen alan olarak, insan genomu projesini kısmen dolayımnanabilen alan olarak ve nötrino parçacıklarını da hiçbir dolayımama özelliği göstermeyen alan olarak saptamaktadır (Schafer, 2009: 487-495).

<sup>37</sup> Başka yazarlar ise medyada üretilen içeriklerin genel olarak büyük ölçüde temel bilimler ve tıp lehine olduğunu ve bu bilimlere itibar edildiğini öne sürmektedir (Karpf, 1993: 215) Üstelik medya, bilim üzerinde sadece temsil stratejileriyle değil, başka biçimlerde de etkili olabilmektedir. Bu etki, araştırmalar için kaynak ve fon bulunmasından, yürütülecek araştırmaların türüne ve nasıl yürütüleceğine, bilim insanlarının halkın ve kendi meslektaşlarının nezdindeki görünümünü belirlemeye, bilimin ihmal edilmiş alanlarının öne çıkmasına ve desteklenmesine çok çeşitli düzeylerde örtük veya açık, kısa veya uzun vadede gerçekleşebilmektedir.

<sup>38</sup> Örneğin, 1997'de Roslyn Enstitüsü, klonlanmış koyun Dolly'nin kamuoyuna sunulması ile ilgili danışmanlık hizmeti veren bir halkla ilişkiler uzmanından yardım aldı (Miller, 1999: 211).

ve bilim kuruluşları ile hükümetler ve bilim kuruluşları arasındaki iş bağlantıları da önemli bir faktör olarak belirlemektedir. Günümüzde şirketlerle bağlantılı çalışan bilim adamları, hükümetlerin oluşturduğu çeşitli danışma kurullarında ve komitelerinde de yer almakta; bu kurulların önerileri doğrultusunda kamunun yararına diye öne sürülen bilim ve teknoloji politikalarının gerisinde çoğu kez bağlantılı oldukları şirketlerin ve endüstrilerin çıkarları yatmaktadır (Miller, 1999: 212-213). Ancak bilim kuruluşları tarafından medyaya servis edilen içeriklerin, hem izleyici/okuyucuların hem de medyanın beklentileri ve yorumları açısından neye karşılık geleceğini öngörmek, her zaman mümkün olamamaktadır (Bauer, 1998: 77).

Bilim iletişimi alanının gelişmesinde hem başlangıçta koyutlanan hem de farklı yaklaşımlarda halen açık veya örtük bir şekilde ima edilen temel sorun, izleyici/okuyucunun bilim ve teknoloji konularındaki cehaleti ve ilgisizliği olagelmıştır. Sıradan insanın kendi günlük yaşamıyla etkin biçimde başa çıkabilmesi için gereksinim duyduğu asgari okuma ve yazma becerilerini ifade eden okuryazarlık nosyonuna benzetimle geliştirilen “bilimsel okuryazarlık” terimi (scientific literacy), tam da yirminci yüzyılda bilim-teknoloji ve insan arasındaki ilişkinin merkezi önemini işaret eden bir terim olarak icat edilmişti. Bilim iletişimi ve okuryazarlığı ilk kez 1950’lerde ABD’de genel halkın bilim ve bilimsel enformasyon konusundaki farkındalığının saptanmasıyla ilgili kamuoyu araştırmalarıyla gündeme girmişti<sup>39</sup>. Bilim okuryazarlığı, özellikle Amerika’da medya içeriğinin ve eğitim sisteminin uzman olmayan sıradan kişilere neyi ne kadar öğrettiği ile öğrenilenlerin bilişsel boyutlarını ve günlük yaşamda kullanılabilirliğini ölçmeye yönelik programı olan bir yaklaşım olarak gelişmiştir (Brooks, 2006 ve Pitrelli, 2003). Endüstriyel Batı ülkelerinde ise özellikle 1980’lerden itibaren bilim adamlarını, politika yapıcılarını, medya profesyonellerini ve genel kamuyu ilgilendiren çeşitli boyutlarıyla tartışılmaya başlandı. Bilim okuryazarlığının ne olduğu konusunda genel bir uzlaşma yoktur. Bilim okuryazarlığına ilişkin Durant üç tanım önermektedir (1993): bilimi çok bilmek, bilimin nasıl çalıştığını bilmek, bilimin gerçekte nasıl çalıştığını bilmek. Bilim okuryazarlığının öğelerinin ne olduğunun saptanmasında da çeşitlilik söz konusudur. Amerikan Bilimin Geliştirilmesi Derneği (American Association for the Advancement of Science), Ulusal Bilimler Akademisi (National Academy of Sciences) ve Ulusal Bilim Vakfı’nın (National Science Foundation) bilim okuryazarlığına ilişkin tanımlarında ortak olan bilim okuryazarlığının beş ögesi şöyle ortaya konulmaktadır: a) arzulanan bir amaç olması, b) bütün Amerikalılar için olması, c) ölçülebilirlik ve değerlendirilebilirlik, d) günlük yaşamda kullanılabilirlik, e) toplumsal bağlamla çözülemez bir şekilde bağlantılı olması (Maienschein, 1999: 77). Jon d. Miller ise bilim okuryazarlığının dört temel ögesi olarak şunları sıralar: a) bilimin temel olgusal ders kitaplarını bilmek, b) olasılık mantığı veya deneysel tasarım gibi bilimsel yöntemleri kavrayabilmek, c) teknoloji ve bilimin olumlu sonuçlarına değer verebilmek, d) astroloji ve numeroloji gibi doğaüstü inançları reddetmek (Miller, 1998). Tanımlardan veya bileşenlerinin saptanmasından daha çok, bilim okuryazarlığının neye yönelik olduğunu düşünmek bu olguyu anlamak açısından daha yararlı olabilir. Buna göre bilimsel okuryazarlık, bilimsel ve teknolojik bir toplumda varlığını sürdürmek zorunda olan ve bunların nimetlerinden de kendi toplumsal, kültürel ve

<sup>39</sup> Gelişmiş Batı ülkelerinde toplumun bilimsel ve geleneksel kültür olarak iki kültüre bölündüğü iddiası, yine 1950’lerde dile getirilmeye başlanmıştır. C.P.Snow, bilim adamları ve bilim adamı olmayanlar olmak üzere, toplumun iki kesime dayalı iki kültüre bölündüğünü saptarken, bilimsel kültürü ‘kendi ortak tutumu, ortak standartları ve davranış kalıpları, ortak yaklaşımları ve varsayımları olan’ bir kültür olarak; karşısındakini ise geleneksel kültür olarak adlandırarak ilk ayrımı yapmıştı.

fiziksel çevresinde yararlanan yurttaşların, bilim ve teknolojiye yönelik temel anlama düzeyini ifade etmektedir (Gregory ve Miller, 1998: 5).

Bilim okuryazarlığının artırılması lehinde olanlar için, bilim okuryazarı olan bir toplum, cahil olan bir toplumdansa birçok bakımdan daha iyidir. Öncelikle bilim okuryazarı olmak, insanları daha düşüncüsel (reflective), kendisini gerçekleştirmeye dönük ve daha üretken kılar; bu ise daha iyi bir yaşam ortaya koyabilecek ‘daha iyi yurttaşların’ yaratılmasını sağlar (Maienschein, 1999: 78). Bilim okuryazarlığının önemini vurgulayanlara göre, insanlar demokratik oy vererek siyasi iktidarları belirledikleri her seferinde aslında geleceğin bilim ve teknoloji politikalarına dair de bir karar vermektedirler ve bilim ve teknoloji hakkında yeterince şey bilmeden veya anlamadan bu kadar önemli bir seçim yapıyor olmaları, başlıbaşına bir sorundur (Bauer, Allum ve Miller, 2007: 80). Burada bilim ve teknolojiye ilişkin alınan kararlardan kastedilen, çoğu kez, bilimlerin ve teknolojilerin nasıl tasarılacağı ve gelişeceği ile ilgili stratejik ve büyük siyasi kararlardan çok, sıradan insanların kendi günlük yaşantılarında ne yiyeceklerinden neyle seyahat edeceklerine, evlerini nasıl ısıtacaklarına kadar günlük ve kişisel yaşantılarına dair olan bir dolu küçük ölçekli karardır. Ve sıradan insanların her düzeyden kararları için en azından karşılaştırma yapabilecek kadar bilgi sahibi olması, bilim ve teknoloji okuryazarlığının temel hedeflerindedir<sup>40</sup> (Gregory ve Miller, 1998: 6). Böylelikle yurttaşların etkili demokratik katılımını destekleyen bir mekanizma olarak, sivil bilim okuryazarlığı önem kazanmıştır.

Bilim okuryazarlığının önemli olduğunun düşünülmesi, ‘bilim karşıtı’ eğilimlerin özellikle 1990’lardan itibaren başta ABD olmak üzere pek çok endüstriyel Batı ülkesinde artmasıyla da bağlantılıdır. İnsanlar, tuhaf bir biçimde, kendileri için etkin biçimde işlev gören ve sonuçlara yol açan başka düşünce alanları lehine, kendi dünyaları ve kendileri hakkındaki bilimsel düşünceleri reddedebilmektedirler. Bilim adamlarını fazlasıyla kaygılandıran bu eğilimler, ‘bilim karşıtı’ eğilimler olarak adlandırılırlar. 1990’larda bilim adamları kendi açık otoritelerini sürdürmek için ‘bilim karşıtlığına karşıtlık hareketini’ desteklemeye başlamışlardır (Gregory ve Miller, 1998: 11). Son zamanlardaki bazı araştırma sonuçlarının gösterdiği gibi<sup>41</sup>, sıradan insanlar etkin biçimde uzmanlık alanlarını geliştirdikleri gibi aynı etkinlikte ilgisizlik veya cehalet alanlarını da geliştirmeye ya da bildikleri bilgiyi kullanmamaya yönelebilmektedirler<sup>42</sup>. Bilim sosyologlarının (yani bilimsel bilginin üreticisi olan bilim topluluğunun çalışma ve bu bilgiyi ortaya koyma tarzlarını çalışanların) belirttiği gibi, bir bilginin ‘bilimselliği’ statüsü, ne yalnızca bu tür bilginin üretilme tarzından ne de yalnızca bu bilgiye ilişkin herhangi bir özellikten kaynaklanır: Bilimsel bilgiye bilimsellik otoritesini veren ve onu diğer enformasyon türlerinden ayıran şey, hem bilim topluluğunun yapısı ve çalışma tarzı hem de bilim topluluğunun bilimsel sonuçlara varma bakımından geliştirdiği bilimsel yöntemlerdir. Bundan dolayı da bilim okuryazarlığının kamularda üç

<sup>40</sup> Burada bilim iletişimcilerinin karşısına çıkan sorunlardan biri dil ve anlatım sorunudur. Özellikle 20. yüzyılda bilimsel bilgi daha niceliksel hale gelmiştir; niceliksellik ve uzmanlaşma bilim dilinin karmaşıklığının üstesinden gelmeye çalışan insanlar için bir engel yaratmaktadır. Oysa bilim insanlarının, halkın bilim okuryazarlığını geliştirmeye katkısı olabilir ve bu da temelde istek ve teknik işidir.

<sup>41</sup> Örneğin Dornan, araştırmalarda halkın bilime ilgi duyan kısmının endüstriyel ülkelerde nüfusun ancak 1/5’ini oluşturduğu sonucunun çıktığını söyler (Dornan, 1999: 195)

<sup>42</sup> Bilmeme veya bilse de kullanmama isteğinin ardındaki temel saiklerden biri, insanlar için ahlaki zeminde karar vermenin teknik ve bilimsel ayrıntılara göre karar vermeden daha önemli ve anlamlı olduğunu düşünmeleridir. Bir diğer saik ise, insanların herhangi bir konuda –örneğin güneşin mi dünya çevresinde yoksa dünyanın mı güneş çevresinde döndüğü konusunda- doğru bilgiye sahip olmasının, onun günlük yaşantısında önemli fark yaratacak bir yarara veya zarara yol açmamasıdır (Gregory ve Miller, 1998: 10).

boyutu geliştirmesi beklenmektedir: a) bilim ve teknolojinin olgularının bilgisini anlama ve kavrama boyutu, b) bu bilginin üretilme tarzlarını anlama boyutu, c) bilim topluluğunun neyin bilimsel neyin bilimsel olmadığına karar verme yollarını kavrama boyutu (Gregory ve Miller, 1998: 8). Ancak bu boyutların kavranabilirliği ölçüsünde, sıradan insanların gündelik yaşamlarında bilim okuryazarlığı bir fark yaratabilmektedir. Örneğin tıp, sağlık ve genetik konuları, bu bakımdan önemli alanlardır.

Bilim karşıtı eğilimlerin varlığına rağmen halkın bilim ve teknolojiye yönelik ilgisi oldukça fazladır ve tutumu genellikle olumludur. Dünya çapında gelişmiş veya az gelişmiş hemen bütün ülkelerde hükümetlerin bilimsel araştırma ve çalışmalara ayırdığı bütçeler desteklenir, bilim ve teknolojiye gelişmelerin yaşamlarımızı daha kolay, konforlu ve sağlıklı kılacağı umulur<sup>43</sup>. İlginçtir ki bilim ve teknoloji hakkındaki bilgilerinin artmasının genel olarak iyi olduğunu düşünmelerine rağmen, insanların çoğu bu bilginin kendi günlük yaşamlarında çok da hayati olmadığını belirtmektedirler<sup>44</sup>. Halk, gelişmelerden herkesten çok bilim insanlarının sorumlu ve ilgili olduğunu düşünmektedir (Gregory ve Miller, 1998: 12).

Kısacası halkın bilime ve teknolojik gelişmelere yönelik tutumu olumlu olmakla birlikte, genel olarak bilim ve teknoloji bilgileri sınırlıdır. Çünkü bilim, genellikle, dramatik krizler, önemli keşifler anında ve bilim ‘yıldızlarının’ kahramanca başarıları hakkındaki haberlerde görünmektedir (Nelkin, 1994: 12). Bu sınırlılığa rağmen halk, daha fazlasını bilmeye istek ve gereksinim duymaktadır. Bilim iletişimcilerinin halkın bilim ve teknoloji anlayışını geliştirmek konusunda sorumlulukları bu noktada belirmektedir. Halkın bilimi kavraması yaklaşımı, bilim iletişimcilerinin özellikle de medyanın sorumluluğunun altını fazlasıyla çizmiştir. Halkın bilimle bağlantısı yaklaşımı ise, karar verici süreçleri denetleyenlerin ve politika oluşturucuların sorumluluğunu vurgulamıştır. Batı’da bilim iletişimi alanında bilim okuryazarlığından toplumda bilim yaklaşımına doğru gerçekleşen anlayış değişikliğine rağmen, günümüzde bütün bu yaklaşımların geliştirdiği söylemler eşanlı olarak iş başındadır (Bauer, 2008: 2). Bu yaklaşımlar, bilim kamularının katılımı ve bilgilendirilmeye dayalı iradelerinin bilim ve teknoloji politikalarının tasarlanması süreçlerine nasıl dahil edilebileceği noktasında farklı yöntemler önermektedirler. Örneğin halkın bilimi kavraması yaklaşımında bu amaçla 1990’larda, bilim içinde veya çevresinde pek çok kamusal olayı organize eden bir sektör gelişme gösterip, bilim müzeleri canlandırılarak bilim festivalleri ve diğer etkinlikler artarken (Bauer, Shukla ve Allum, 2007: 11); halkın bilimle bağlantısı yaklaşımında daha çok bilim adamlarıyla sıradan insanları çatışmalı konuların ele alınmasında bir araya getiren ve bilimin toplumsal bağlamının gelişmesini sağlayan paneller, müzakereci seminerler gibi izleyici katılımlı informel diyalog süreçlerinin organize edildiği etkinliklere öncelik verilmektedir (Davies, 2009: 78-79).

Bilim ve teknolojiye ileri demokratik ülkelerin bilim iletişimi alanındaki gündemlerinde, artık kamuların/halkın katılımını sağlamaya yönelik farklı etkinliklerin ve aygıtların, yeni bir teknokrasi biçimi yaratıp yaratmadığı meselesi vardır. Yeni teknolojileri de işin içine katan her türden bilim iletişimi girişimlerinin, politikayla ciddi ve canlı bir ilgilenme olarak mı,

<sup>43</sup> Belki de insanların günlük yaşantısına bilim ve teknolojinin artan ölçüde girmesi ve insanların da bilim ve teknolojinin bu yönünü bilmeleri nedeniyle ki araştırmalara göre, gazetelerde okumaktan kaçınılabilecek haberler arasında politika, magazin veya spor haberleri yer alırken, okur, bilim haberlerinden kaçınmayı istememekte, okumayı tercih etmektedir (Durant, Evans ve Thomas, 1989: 11-14).

<sup>44</sup> Örneğin bu konuda yapılmış bir araştırma için bkz. Evans ve Durant, 1995, “The relationship between knowledge and attitudes in the public understanding of science” *Public Understanding of Science*, 4, s.57-74.

yoksa tam tersine politikanın süpürülüp atılması, eğlencenin ve derinliksiz katılımın hüküm sürmeye başlaması anlamına mı geldiği sorusu (Stilgoe ve Wilsdon, 2009: 29-30), yaşamsal önemde bir soru olarak sistematik araştırma ve çözümlenmelere konu olmaya başlamıştır.

Bütün yaklaşımlar, bilim iletişimi alanında herhangi bir şey yolunda gitmediğinde ve sorunlar yaşandığında, sadece medyanın sorumlu tutulmasının uygun olmayacağını; bu alandaki farklı aktör gruplarının etkinliklerinin ve aralarındaki etkileşimlerin tümünün analiz edilmesi ve düzenlenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Çünkü bilim iletişimi de, toplumdaki diğer çalışma alanlarında olduğu gibi, kaynakların dağılımı ile ilgili mücadelelerden ve politik çatışmalardan, politik çatışmalar ise farklı toplumsal kesimlerin çıkarlarından bağımsız düşünülemez. Bundan dolayı bilim iletişiminin de güç ilişkilerini hareketlendirdiği bir alanda gerçekleşiyor olduğu ön kabulü ile bilim iletişiminde hangi yaklaşım çerçevesinde kalınırsa kalınsın, doğruluk (accuracy) ve katılım nosyonlarından vazgeçilmemesinin anlamlı olacağı söylenebilir.

### Son-uç olarak Türkiye

Yeni sorunların yol açtığı yeni gerilimler, Batıda bilim iletişimi alanında belirmeye başlarken, Türkiye ise geçerliliği sorgulanan ve gelişen yeni yaklaşımlarla yakından bağlantılı bir gündeme sahip olamadığı gibi; bu girişimlerin önemini ve anlamını 21.yüzyılda bile yeterince kavrayabilmiş görünmemektedir. Bunun en temel nedeni, Türkiye’de bilim, teknoloji ve halk arasındaki ilişkinin geliştirilmesi, bilim okuryazarlığının artırılması, halkın bilime yönelik destekleyici tutum ve davranışlarının yaratılması ile halkın, bilim ve teknoloji politikalarının oluşturulması süreçlerine demokratik yollarla katılımı gibi Batı’daki bilim iletişimi alanının temel parametrelerini ele alacak bir yapının kuruluşunun ve bu yapının girişimlerinin resmi olarak çok geç gerçekleşmesidir<sup>45</sup>. TÜBİTAK, Türkiye’de bilim ve teknoloji politikalarının geliştirilmesinde hükümete yardımcı olma sorumluluğunu ilk kez üstlendiği belge olan *Türk Bilim Politikası: 1983-2003* raporundan itibaren, toplumda bilimsel, teknolojik ve yenilik faaliyetlerine yönelik farkındalığın ve bilim okuryazarlığının artırılmasına yönelik etkinlikleri gerçekleştirmeyi de ciddi biçimde gündemine almıştır. TÜBİTAK, her ne kadar ilk kurulduğu yıllardan başlayarak popüler bilim dergisi *Bilim ve Teknik* (1967) ile farklı yaş gruplarına yönelik dergiler ve kitaplar yayınlarak, özellikle ortaöğretim öğrencilerine yönelik çeşitli bilim yarışmaları ve bilim şenlikleri gerçekleştirerek halkın bilimi kavramasında ve bilime olumlu bir yaklaşımın yaygınlaşmasında sürekli rol oynamış olsa da<sup>46</sup>, bilim ve kamular/halk arasındaki bağlantının kurulmasının gerekliliği konusundaki anlayışını 2004 tarihinde yayınladığı *Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları: 2003-2023 Strateji Belgesi*’ne kadar resmi olarak ifade etmiş sayılmaz. İlk kez bu belgeyle Türkiye’de,

<sup>45</sup> Aslında Türkiye’nin resmen bir bilim politikasına sahip olduğu ve ülkenin gereksinimleri doğrultusunda bu politikaların uygulamaya konulacağı bir yapılanma olarak Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (sonraki adı Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu, TÜBİTAK) da oldukça geç bir tarihte, 1960 askeri darbesi sonrasında oluşturulan Anayasa gereği I.Beş Yıllık Kalkınma Planı doğrultusunda 24 Temmuz 1963 yılındaki 278 sayılı kanun çerçevesinde kurulmuştur (Dursun, 2009).

<sup>46</sup> Gerçekten de TÜBİTAK’ın kuruluşu sonrasında ilk defa “bilim üretimi” ve “bilimsel anlayış” kurumsal düzeyde destek görmüş ve kurumun bilimsel araştırmalarda önemli bir finansal kaynak olabileceği yönündeki bilinç gelişmiştir. Bir ülkenin uluslararası “bilim arena”ındaki güçlü konumu, onun bilimi ülke düzeyinde nasıl yapılaştırdığı ve kurumsallaştırdığıyla ilgili olduğundan, bilim akademileri, bilim toplulukları ve bilim konseyleri gibi yapıların varlığı, önemli bir göstergedir. Türkiye’de bu anlamda en önemli yapı olan TÜBİTAK’ın popüler bilimsel dergi yayıncılığındaki öncülüğü ve sürekliliği, bilimsel bilginin halkla paylaşımına ciddi bir zemin kazandırmıştır (Dursun, 2009: 65).

bilim, teknoloji ve yenilikte yetkinleşebilmek için ‘toplumsal katmanlarda farkındalık yaratılması’ gereği ifade edilmiş (TÜBİTAK, 2004: 32); toplumsal bilinçlendirmeye yönelik farkındalık çalışmaları ise, bilgi temelli bir ekonominin kurulup geliştirilmesinde gereken içeriğin medya tarafından sunulması ve desteklenmesi olarak somutlanmıştır (TÜBİTAK, 2004: 32). Bilim iletişimi açısından TÜBİTAK’ın hem *Strateji Raporu*’ndaki hem de *Bilim Politikası Raporu*’ndaki anlayışı, halkın bilimi kavraması yaklaşımına denk düşmektedir: bilim okuryazarlığı artırılması gereken bir halkın<sup>47</sup> farkındalığını da bununla birlikte kazanacağı umulmaktadır. İlginçtir ki Batı’da 1990’lardan başlayarak açıkça sorgulanan, eleştirilen ve yukarıda ifade ettiğimiz gibi dayandığı bilim, iletişim ve kamu/halk nosyonları açısından sorunlu görülen bu yaklaşım, 21.yüzyılın ilk çeyreğini hedefleyen önemli çerçeve metinlerde bilim iletişiminin temel anlayışı olarak belirmektedir. Denilebilir ki halkın bilimi kavraması yaklaşımının, Batı’da 1980’lerden 1990’ların sonuna kadar güçlü bir yaklaşım olma özelliği, Türkiye’de 2000’lerden başlayarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ise bilim iletişimi yaklaşımlarının gelişimi açısından yaklaşık yirmi, yirmi beş yıllık bir gecikme demektir.

Bununla birlikte halkın bilim ve teknoloji politikalarının geliştirilmesi süreçlerinde politik karar alma mekanizmalarına yeterince geri besleme veremediği de *2003- 2023 Strateji Raporu*’nda ‘zayıf yönlerimiz’ başlığı altında açıkça ifade edilmektedir (Tübitak, 2004: 53): “Kamuoyunun ve kamuoyunu yönlendiren odakların, ülkenin bilim ve teknoloji geleceğine ilişkin konularda yeterli duyarlılık ve iradeye sahip olmaması; bilim ve teknoloji alanındaki çalışmaları yönlendirecek, hızlandıracak ve sisteme geri besleme verecek tartışmaların ilgili tüm kesimlerin katılımıyla yapılmasını sağlayacak sistem ve mekanizmaların olmaması (...) toplumun her kesiminde, sorunları çözmeden ziyade tepite yönelik bir yaklaşımın yaygınlığı...” diye yakınılan bu durum karşısında çözüm olarak toplumda bilim veya kamunun bilimle bağlantısı yaklaşımları terim olarak anılmasa da örtük biçimde işaret edilmektedir. Çünkü bu saptama, aslında 2000’lerde taraftarları artan toplumda bilim yaklaşımının öne çıkardığı ‘kamuların karar alma süreçlerine etkin biçimde katılımının’ vurgulanmasıyla paralellik göstermektedir. Ancak toplumda bilim yaklaşımı eksiklik ya da kusurluluğu olmayan farklı bir halk ya da insan kavrayışına dayandığı için, bu ifadedeki ‘kamuoyunun yeterince duyarlılığı ve iradesi olmaması’ yakınması, yine örtük biçimde de olsa halktaki eksikliği ima etmektedir. Aslında bazı bilim iletişimcileri, toplumda bilim yaklaşımında bilim politikaları oluşturma süreçlerinin katılımcı bir tarzda işletilmesi için geniş kitlelerin katılımlarının nedenlerine ve amaçlarına dair eksik bilgilerinin giderilmesi gerektiğinden dolayı ön kapıdan kovulan ‘eksiklik modelinin’ arka kapıdan içeri geri alındığını öne sürmektedir (Bauer, 2008: 6-7). Yaklaşımlar arasında farkı değil benzerliği ve devamlılığı öne çıkaran bu görüş geçerli kabul edilirse, *Strateji Raporu*’nun bütününde halkın bilimi kavraması yaklaşımı zemininde durduğu da öne sürülebilir

Bu yaklaşımdan hareketle halkın bilim cehaletinin ve ilgisizliğinin üstesinden gelmek üzere TÜBİTAK’ın gerçekleştirdiği popüler bilim yayıncılığı ve buna yönelik özendirici destekler ile zaman zaman düzenlenen bilim şenlikleri ve yarışmalar dışında daha kapsamlı, yaygın ve

<sup>47</sup> TÜBİTAK, Türkiye’de bilim okuryazarlığının var olan durumunu saptamak amacıyla ilk kapsamlı araştırmayı 2006 yılında 47 ilde ve 15-24 yaş grubundaki 1033 gençle yapılan görüşmelerin sonucu olarak ortaya koymuştur. Türk gençlerinin bilime duydukları ilginin, bilimsel keşiflere yöneliminin Avrupalı gençlerle başa baş olduğunun ortaya çıktığı bu araştırma, aslında benzerlerine Batı’da çok sık rastlanan bir bilgi sınama araştırmasıdır. Buna göre bilim ve teknolojiyle ilgili çeşitli bilimsel konularda Avrupalı gençlerde yüzde 70 olan doğru yanıtlama oranı aynı yaş kesimindeki Türk gençlerinde yüzde 51 olarak saptanmıştır.

sürekli etkinliklerin henüz yeterince yaygınlaşmadığını söylemek yanlış olmaz<sup>48</sup>. Bu tür etkinlikler, halkın bilimi kavraması yaklaşımı çerçevesinde yaygın ve geçerli etkinliklerdendir. Bununla birlikte gelişmiş Batı ülkelerinde eksiklik modelinden diyalog modeline geçiş yapılan son on yıldır, bilim ve teknoloji politikalarına halkı katmakta öncü ve sorumlu olan kurumlar ve yapılar, bilim ve toplum ilişkisini sadece ürünler, yararlar ve bilimin sonuçları üzerinde durarak değil, bunların araçları ve yordamları üzerinde de durarak sağlamaktadırlar. Buna “akıntıya karşı” bağlantı (upstream engagement) adı verilmektedir (Stilgoeve Wilsdon, 2009: 21). Akıntıya karşı halkın bilimle bağlantısında, bilim alanlarındaki tartışmalar, daha kararlar alınmadan önce gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle akıntıya karşı bağlantı, tam bir zihinsel açıklık gerektirir. Özellikle nano teknoloji ve genetik gibi yeni alanlar bilimsel teknolojik gelişme süreçlerinde belirirken çok köktenci ve politika oluşturmaya yönelik sorular sorulmaktadır: “Neden bu teknoloji? Neden bu teknoloji de başkası değil? Bu teknolojiyi kim kontrol ediyor? Bundan kimler yarar sağlıyor? Yarar sağlayan bu kesimlere güvenilebilir mi? Bu teknoloji benim için ve ailem için ne anlama gelmektedir? Bu teknoloji çevreyi geliştirecek midir? Gelişmekte olan ülkeler açısından bu teknolojinin anlamı ne olacaktır?” gibi soruları sormak, sıradan insanların bir yurttaşlık hakkı ve yükümlülüğü olarak görülmektedir (Stilgoe ve Wilsdon, 2009: 22). Böylelikle kamuların, yararlanmak için işe koşulması beklenen hâlihazırda olmuş bitmiş teknolojiler ve bilim için yani akıntı yönünde değil, akıntıya karşı tartışmalar geliştirebilmelerini destekleyen her türlü mekanizmanın önu, yönetsel olarak da hükümetler tarafından açılmaktadır.

Türkiye’de bilim iletişimi gündemi, Batı’nın bu gündemiyle ve yeni yaklaşımların müzakereci tonuyla karşılaştırıldığında, adeta çeyrek yüzyıl geriden gelmektedir. Bilim ve halk arasındaki mesafenin tarihsel olarak daima hep büyük bir mesafe olageldiği, dünya ölçeğinde akademik üretim ve bilimsel etkinliklerinin gücü açısından hedeflediği yere halen gelememiş Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından<sup>49</sup> bu durum fazla şaşırtıcı sayılmayabilir ancak yine de kaygı vericidir ve üzerinde önemle durulması gereken bir sorun alanıdır. Bu sorunlara neden olarak sadece bilim ile halk/kamular ilişkisini düzenleyecek yapıların geç kurulması; kurulduktan sonra da bilim-halk köprülenmesini temelde popüler yayıncılık ve bilimin popülerleşmesine yönelik etkinliklerle sürdürmesi ve başka etkinlikleri umulan ölçüde yaygınlaştıramaması; kamu politikalarında, bilim iletişiminin desteklenmesi ve düzenlenmesi gereken bir alan olarak öneminin geç farkına varılmış olması; bilim iletişimindeki yeni yaklaşımların kavramsal çerçevesinden uzağa düşülmesi gibi temelde bilim alanından kaynaklanan etkileri saymak manzarayı görebilmek açısından yeterli olmayabilir. Bilim iletişiminin bir diğer temel aktörlerinden olan medyanın yapılanması ve dinamikleri de, Türkiye’de halkın bilimi kavraması veya halkın bilimle bağlantısının kurulması açısından yeterince umut vaat etmeyen boyutlara sahiptir. Osmanlı’da modern bilimin bir gereksinim olarak gündeme gelmesiyle birlikte, gazetecilik alanında da ilk bilim ve yenileşme haberleri görünmeye başlamakla birlikte, Koloğlu’na göre, gazetecilik alanında gelişmelerin geç başlaması, bilim haberciliğinde de olumsuz sonuçlara yol açmıştır (1997: 46-53). Tanzimat’ın yenilikçiliğini destekleyen bir tarzda içerik üretildiği 19.yüzyıl bilim haberciliğinin

<sup>48</sup> Popüler bilim yayıncılığı gazetelerin haftalık bilim ve teknik dergisi ekleri ile aylık popüler bilim dergilerinin yaygınlaşmasıyla önemli bir ilerleme sağlamıştır. Cumhuriyet’in haftalık ek dergisi *Bilim ve Teknik* dergisi Bilim ve Ütopya Kooperatifinin yayını olan *Bilim ve Ütopya* dergisi (1993) *Bilim ve Gelecek* (2004) *NTV Bilim* (2009) dergisi gibi dergiler aylık olarak düzenli biçimde ve ulusal ölçekte yayınlanmaktadır.

<sup>49</sup> Bu konudaki güncel göstergeleri değerlendiren ve Türkiye’nin bilim ve teknolojiye nerden nereye yol aldığı ortaya koyan bir çalışma olarak bkz. Yücel Dursun 2009 “Geçmişten Bugüne Türkiye’nin Bilim ve Teknolojide Kat Ettiği Mesafe”, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), s.35-69.

başlangıcından sonra ilk esaslı ivmenin TÜBİTAK'ın kuruluşu sonrasında gerçekleştiğini belirten Koloğlu, bilim gazeteciliğinin gazetecilikte önemli bir uzmanlık dalı olarak Türkiye'de gereken ilgiyi görmediğini vurgulamaktadır (1997: 87). Bu nedenle medyanın kamular ile bilim dünyası arasındaki dolayımlayıcılık rolünü ne ölçüde ve nasıl yerine getirdiği konusu, başlı başına bir sorundur. Medyanın Batı toplumlarında elde ettiği ve kendi etkinlikleri açısından güven verici hukuksal, iktisadi ve sosyo-kültürel bağlam, Türkiye'de mevcut değildir. Kendisine özgü ticari ve hukuksal sorunlar zemininde sürdürdüğü ayakta kalma mücadelesi, medyanın gelişmiş ülkelerde bir müzakere ortamı olarak sahip olduğu itibarının ve etkisinin Türkiye'de pek karşılığının olmamasına yol açmaktadır.

Türkiye'de bilim iletişimi, bir akademik çalışma ve araştırma alanı olarak da yeterince ilgi çekmemektedir. Alanın önde gelen dergilerinden *Science Communication* dergisinin otuz yıllık yayın hayatında sadece sekiz yazıda Türkiye bağlamı konu edilmiştir. Bu yazıların tümünde Türkiye, tek başına konu edilmemekte, birçok ülkeyi karşılaştıran geniş kapsamlı araştırmalardaki katılımcı ülkelerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir diğer uluslararası dergi olan ve sekiz yıldır yayınlanan *Public Understanding of Science* dergisinde ise, toplam altı yazıda Türkiye konu edilmektedir. Her iki dergide Türkiye'de bilim iletişimi açısından incelenmesi gereken deprem haberciliği, kuş gribi salgınının yansıtılışı, Nuh'un gemisinin haberleştirilmesi, evrim haberleri gibi gündemde çokça tartışma yaratmış konulara dair analizler yer almaktadır. Bilim iletişimi konusunda yine popüler bilim dergilerinde yayınlanan genel olarak popüler bilim yayıncılığının ve dergiciliğinin konu edildiği yazılar da karşımıza çıkmaktadır<sup>50</sup>. Türkiye'de analitik boyutu olan ilk kapsamlı bilim haberciliği çalışması<sup>51</sup> ise İrfan Erdoğan'ın TÜBİTAK desteğiyle gerçekleştirdiği ve bilim gazeteciliğinin özellikle üretim yapısını eleştirel bir değerlendirmeye alan *Türkiye'de Gazetecilik ve Bilim İletişimi* başlıklı kitabıdır (2007). Erdoğan, bu çalışmada, öncelikle Türkiye'de basını, örgüt yapısı ve içerik yapısı olarak gözden geçirmekte; ardından bir alan araştırması gerçekleştirerek, bilim gazeteciliğinin temel doğasını içeriklerdeki temel eğilimleri saptayarak ve gazetecilere sormaca uygulayarak eleştirel bir soruşturmaya almaktadır (Erdoğan, 2007: 104-111). Araştırmada gazetelerin bilim iletişimine ne kadar yer verdiği, bilim iletişimde üzerinde durulan konular ile haber kaynakları üzerine bulgular da, Türkiye'de bilim haberlerinin temel yapısal eğilimlerini ortaya sermektedir.

Genel hatlarına değindiğimiz Türkiye'de bilim iletişimde varolan bu bağlamda, bilim iletişimindeki geçerli yaklaşımlardan ve tartışma gündeminden önemli ölçüde uzaklığın bir sonucu olarak, bilim haberciliği üzerinde bilimin büyük firmalarının ve hükümetlerin uyguladıkları baskı sorunuyla yeterince yüzleşilmemesine yol açmaktadır. Bilim iletişimini gittikçe bir bilim halkla ilişkilerliliğine dönüştürme riski taşıyan bu baskılar, bilimin kendisinin ticari bir etkinlik haline gelmesinin yanı sıra bilim gazeteciliğinin

<sup>50</sup> Örneğin Alp Akoğlu'nun "Popüler Bilim Yayıncılığı ve Gökyüzü Gözlem Etkinlikleri" başlıklı yazısı, bilim ve toplum arasındaki köprülemeyi yapan, bilim kültürünü geliştiren ancak Türkiye'de önemi halen kavranamamış olan bir alan olarak popüler bilim yayıncılığını vurgulamaktadır (Akoğlu, 2005: 1-4).

<sup>51</sup> Yavaş yavaş belirmeye başlayan bilim iletişimi alanındaki örnek olay çalışmaları içinde Türkiye *Basınında Evrim Kuramının Temsili*, başlıklı ve Gülseren Adaklı, Murat Gülsaçan ve Ömer Gökçümen'in birlikte gerçekleştirdikleri analiz dikkate değerdir. Bu örnek olay çalışması, Türkiye'de bilim haberciliğinin önemli konu başlıklarından biri olan evrim konusunu nicel ve nitel içerik çözümlemesine alan sistematik çalışmalardan biri olarak önemlidir. *Zaman*, *Hürriyet*, *Sabah*, *Yeni Şafak*, *Cumhuriyet* ve *Radikal* olmak üzere altı ulusal ve farklı siyasal eğilimleri olan günlük gazetede 1998-2008 yılları arasında çıkan evrim haberleri derlenerek haberlerdeki ideolojik söylem karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir (Adaklı, Gülsaçan ve Gökçümen, 2008: 1-6).



profesyonelliğinin zayıflamasıyla da<sup>52</sup> artış göstermektedir. Öte yandan Türkiye’de henüz neoliberalizmin iktisat ideolojisindeki eğilimlerden bilim iletişiminin nasıl etkilendiği konusunun yanı sıra daha önemli ve köklü sorun alanlarının var olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Örneğin Türkiye’de bilim iletişimi bağlamında, bilimin ve teknolojinin medya profesyonellerince eleştirel olmayan bir biçimde haberleştirilmesinden ziyade, yeterince haberleştirilip haberleştirilmediği meselesi vardır. Bilim gazeteciliğinin bir uzmanlık alanı olarak tanınıp tanınmadığı meselesi vardır. Başka bilgi türleri (örneğin metafizik bilgi, doğaüstü bilgi, inanç vb.) karşısında nasıl konumlandırıldığı meselesi vardır. Daha da önemlisi, halkın/ kamuların çok erken aşamalarda ‘akıntıya karşı’ tartışmalar geliştirerek bilim ve teknoloji politikalarının tasarlanmasına müdahil olması yönündeki iradesinin, hükümetler tarafından politik olarak samimi olarak önemsenip önemsenmeyeceği meselesi vardır. Bütün bu ve benzeri sorun alanlarının saptanması ve özellikle bilim iletişiminin toplumda bilim yaklaşımına paralel demokratik bir tarzda gerçekleştirilebilmesinin yolunu açmak için, bu alanda daha fazla araştırma ve yatırım yapmak kaçınılmaz görünmektedir.

---

<sup>52</sup> Bilim habercileri arasında yapılan araştırmalar, bilim gazetecilerinin sadece yarısının bir medya kuruluşunda alanında uzman gazeteci olarak güvenceli koşullarda çalışabildiğini, diğer yarısının ise parça başı ücretle veya geçici olarak iş bulabildiğini ortaya koymaktadır. Güvencesi çalışma koşulları, gazetecilere göre, her ne kadar bilim gazeteciliği geleceğin önemli bir uzmanlık dalı olma yolundaysa da, bilim iletişimi alanındaki içerik üretimini etkileyebilecek bir bunalımın varlığına da işaret etmektedir (Bauer ve Howard, 2009: 10-11).

## Kaynakça

- Akoğlu, A. (2005). "Popüler bilim yayıncılığı ve gökyüzü gözlem etkinlikleri," *Journal of İstanbul Kültür University*, 2, İstanbul: İstanbul: Kültür Üniversitesi, 1-4
- Adaklı G., Gülsaçan, M. ve Gökçümen, Ö. (2008). "Representations of evolutionary theory in Turkish press media," yayınlanmamış bildiri, 1-13.
- Allan, S. (2009). "Making science newsworthy: Exploring the conventions of science journalism." *Investigating Science Journalism*, Richard Holliman ve Elizabeth Whitelegg (ed.), UK: Oxford University Press,149-165.
- Bauer, M. ve Howard, S. (2009). "The sense of crisis among science journalism," LSE Working Papers, UK: London School of Economics,1-14.
- Bauer, M. (2008). "The evolution of public understanding of science discourse and comparative evidence." , LSE Working Papers, UK: London School of Economics,1-20.
- Bauer, M., Shukla R. ve Allum N. (2007). *International Indicators of Science and the Public*, Royal Society Workshop Technical Summary of the Proceedings, UK: LSE Working Papers.
- Bauer, M. ve Gregory, J. (2007). "From journalism to corporate communication in post-war Britain," *Journalism, Science and Society*, Martin Bauer ve Massimiano Bucchi (ed.), UK: Routledge, 33-51.
- Bauer, M., Allum N. ve Miller S. (2007). "What can we learn from 25 years of PUS survey research? Liberating and expanding the agenda," *Public Understanding of Science*, 16, 79-95.
- Bauer, M. (2006). "Towards post-industrial engagement with science: revisiting a 10 year old hypotheses for Europe 2005". unpublished conference paper, 9th International Conference on Public Communication of Science and Technology, Seoul, 17-20 May 2006,1-22.
- Bauer, M. (1998). La longue durée' of popular science 1830-present. Deveze Berthet D (ed.) *La promotion de la culture scientifique et technique: ses acteur et leurs logic*, Actes du colloque des 12 et 13 decembre 1996, 75-92.[ISBN 2-7442-0021-2]
- Bell, D. (2006). *Science Technology and Culture*, UK: Open University Press.
- Briggs, P. (2001). "New visions for associations for the advancement of science : A case study", *Science Communication in Theory and Practice*, Susan Stocklmayer, Michael Gore ve Chris Bryant (ed.), Netherlands: Kluwer,191-201.
- Broks, P. (2006). *Understanding Popular Science*. UK: Open University Press.
- Bucchi, M.(2004). *Science in Society: An Introduction to Social Studies of Science*, London: Routledge.

- Bucchi, M. (1998). *Science and the Media: Alternative Routes in Scientific Communication*, London: UK. Routledge
- Cassidy, A. (2008). "Communicating the social sciences", *Handbook of Public Communication of Science and Technology*, Massimiano Bucchi ve Brian Trench. (ed.), London: Routledge, 225-236.
- Davies, S. (2009). "Learning to engage- engaging to learn: the purpose of informal science-public dialogue", *Investigating Science Communication in the Information Age*, Richard Holliman, Elisabeth Whitelegg, Eileen Scanlon, Sam Smidth ve Jeff Thomas (ed.), UK: Oxford. 72-85.
- Dornan, C. (1999). "Some problems in conceptualizing the issue of science media". Scanlon, E. Whitelegg E. ve Yates S. (ed.), *Communicating Science: Contexts and Channels Reader 2*, UK: Open University Press.
- Dunwoody, S. (2008). "Science journalism". *Handbook of Public Communication of Science and Technology*, Massimiano Bucchi ve Brian Trench (ed.), UK: Routledge, 15-26.
- Durant, J, Evans G. A. ve Thomas G. P. (1989). "The Public Understanding of Science", *Nature*, 340.
- Dursun, Y. (2009). "Geçmişten bugüne Türkiye'nin bilim ve teknolojide kat ettiği mesafe", *Ankyra: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), Ankara: Ankara Üniversitesi, 36-69. DOI: 10.1501/sbeder\_000000000.3
- Dursun, Ç. (2004). "Haberde gerçekliğin inşa edilmesi ne demektir?". *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi*, Çiler Dursun (ed.), Ankara: Elips, 37-66.
- Eckersley, R. (2001). "Postmodern science: The decline or liberation of science?", *Science Communication in Theory and Practice*, Susan M. Stockmalyer ve Michael M. Gore (ed.), Netherlands: Kluwer, 83-84.
- Einsiedel, E. F. (2008). "Public participation and dialogue". *Handbook of Public Communication of Science and Technology*, Massimiano Bucchi ve Brian Trench, (ed.) London: Routledge, 174-184.
- Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye'de Gazetecilik ve Bilim İletişimi*, Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Evans G. ve Durant J. (1995). "The relationship between knowledge and attitudes in the public understanding of science", *Public Understanding of Science*, 4, 57-74.
- Friedman, S. vd. (1986). *Scientificist and Journalists: Reporting Science as News*, New York: The Free Press.
- Greco, P. (2008). "The better you know, the beter you make your choice: The need for scientific citizenship in the era of knowledge", *Journal of Science communication*, 7 (3), 1-2.

- Greco, P. (2003a). “Understanding publics of science”, *Journal of Science communication*, 2 (1), 1-3.
- Greco, P. (2003b). “The magic of the media”, *Journal of Science communication*, 2(2), 1-3.
- Greco, P. (2002). “Communicating in the post academic era of science”. Erişim: <http://jcom.sissa.it/archive/01/01/E0101/>
- Gregory, J. ve Miller, S. (1998a). “The Public Understanding of Science”, *Handbook of Science Communication*, Anthony Wilson (ed.), UK: IOP Publishing, 3-16.
- Gregory, J. ve Miller, S. (1998b). *Science in Public: Communication, Culture and Credibility*, NY: Plenum Publishing.
- Gunter, B., Kinderlerer J. ve Beyleveld D. (1999). “The media and public understanding of biotechnology: A survey of scientists and journalists”. *Science Communication*, 20 (4), 373-94.
- Hartley, J. (1982). *Understanding New.*, London: Routledge.
- Hijmans, E. (2003). “Covering scientific research in Dutch newspapers”. *Science Communication*, 25, 153- 176, DOI: 10.1177/1075547003259559
- Holliman, R. ve E. Whitelegg, Eileen Scanlon, (2009). *Investigating Science Communication in the Information Age*, Holliman, R. veE. Whitelegg, Eileen Scanlon (ed.), UK: Open University Press.
- Jasanoff, S. (2003). “(No) accounting for expertise”, *Science and Public Policy*, 30, 157-162.
- Karpf, A. (1993). “On medical journalism”. *Observer Magazine*, 45.
- Knight, D. (2006). *Public Understanding of Science: A History of Communicating Scientific Ideas*, UK: Routledge.
- Koloğlu, O. (1997). *Halka Doğru Bilim: Türkiye’de Bilim Gazeteciliği*, İstanbul: Türk Bilim Tarihi yay.
- Mainschein, J. (1999). “Commentary: to the future –arguments for scientific literacy”. *Science Communication*, 21, 75-87.
- Measele, Pieter A. (2007). “Science and technology in a mediatized and democratized society”. *Journal of Science Communication*, 6(1), 1-10.
- Miller, D. (1999). “Mediating science: Promotional strategies, media coverage, public belief and decision making,” *Communicating Science: Contexts and Channels*, E.Scanlon, E. Whitelegg ve S.Yates (ed.), London: Open University Press. 206-226.

Miller, J. D (1998). "The measurement of civic scientific literacy". *Public Understanding of Science*, 7, 203-224.

Miller, S. (2001). "Public understanding of science at the crossroads". *Public Understanding of Science*, 10, 115-120.

Nelkin, D. (1999). "The mystique of science in the press". *Communicating Science: Contexts and Channels*, (ed.) E.Scanlon, E. Whitelegg ve S.Yates, London: Open University Press. 227-239.

Nelkin, D. (1994). *Bilim Nasıl Satılır?* İstanbul: Şule yayınları.

Pitrelli, N. (2008). "Science and society: a dialogue without communicators?" *Journal of Science Communication*, 7(1), 1-3.

Pitrelli, N. (2003). "The crisis of the "Public Understanding of Science" in Great Britain". *Journal of Science Communication*, 2(1), 1-9.

Postgate, J. (1995). "Public understanding, did you say?". *Science and Public Awareness* (Spring), 8-10.

Schafer, M. S. (2009). "From public understanding to public engagement: An Empirical assessment of changes in science coverage". *Science Communication*, 30 (4), 475-505.

Stilgoe, J. ve Wilsdon, J. (2009). "The new politics of public engagement with science". *Investigating Science Communication in the Information Age*, R.Holliman, E.Whitelegg, E.Scanlon vd. (ed.), NY: Oxford University Press, 18-34.

TÜBİTAK, *Bilim Okur Yazarlığı Araştırması*, Ankara.

TÜBİTAK (2004), *Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları: 2003-2023 Strateji Belgesi*, Ankara.

TÜBİTAK (1983), *Türk Bilim Politikası: 1983-2003*, Ankara.