



kültürveiletişim
culture&communication

2014 • 17(1)
KIŞ • WINTER



kültürveiletişim

culture@communication

2014 17(1) - kış/winter

ki, iletişim, kültür eleştirisi ve toplumsal düşünce alanlarında üretilen en iyi eleştirel yazıları yayımlamaya adanmış disiplinlerarası akademik bir dergidir. **ki**, eleştirelliği, aklın sınır ve imkanlarının araştırılması yolunda her türlü dogma karşıtlığı olarak tanımlar. **ki**'nin kapıları iletişim çalışmalarına olduğu kadar insan varoluşunun ve kültürünün temel bileşeni olan iletişimin içerildiği tüm düşünce boyutlarına -tüm sosyal bilim disiplinlerine, insan bilimlerine, tüm yöntemlere ve bunların keşifim noktalarından doğacak arayışlara- açıktır. **ki**, "hakemli" bir dergidir; dergiye yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, yazarın kimliğini bilmeyen uzman hakemler tarafından değerlendirmeye alınır. **ki** yılda iki kez, Ocak ve Temmuz aylarında yayımlanır. **ki**'nin yayın dilleri Türkçe ve İngilizce'dir.

Editör Editor
Ülkü Doğanay

Yayın Kurulu Editorial Board
Ayşe İnal
Bülent Çaplı
Funda Başaran Özdemir
Halil Nalçaoğlu
İnan Özdemir Taştan
Meral Özbek
Mutlu Binark
Nejat Ulusay
Nur Betül Çelik
Sevilay Çelenk
Tuğba Kanlı Taş
Ülkü Doğanay

Editör Asistanları Editorial Assistants
Ceren Salmanoğlu
Hatice Çoban Keneş
Nilüfer Pınar Kılıç

Tasarım Design
m. Sobacı

Uluslararası Değerlendirme ve Danışma Kurulu International Review and Advisory Board
Ackbar Abbas, University of Hong Kong
Armand Mattelard, University of Paris - VIII
Briankle G. Chang, University of Massachusetts
Kuan-Hsing Chen, National Tsing-Hua University
Lawrence Grossberg, University of North Carolina at Chapel Hill
Michael Morgan, University of Massachusetts
R. Radhakrishnan, University of California, Irvine

ISSN 1301-7241

Yönetim Yeri Administrative
kültür ve iletişim culture & communication
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Mezunları Vakfı
Yüksel Caddesi No: 36/2 Kızılzay • Ankara • Turkey
kidergisi@gmail.com
http://www.kidergi.org

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Mezunları Vakfı
adına Sahibi ve Sorumlu Yazı İşleri Müdürü:
Doç. Dr. Abdülrezak Altun

Baskı: Pelin Ofset Tipo Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.
İvedik OSB Matbaacılık Sitesi
558. Sokak No: 28/30
Yenimahalle • Ankara
Tel: (0312) 395 25 80

Baskı Tarihi: 17.03.2014

Yerel Süreli Yayın

kültür ve iletişim Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Mezunları Vakfı tarafından yayımlanmaktadır.
© 2014 **kültür ve iletişim**. Tüm hakları saklıdır.

Dergimizin bu sayısı Mülkiyeliler Birliği'nin katkılarıyla basılmıştır.

İçindekiler

5

Editör'den
Ülkü Doğanay

9

Avrupa Birliği'nde Kamu Hizmeti Yayıncılığının
Finansmanına İlişkin Politika Gündemi:
Amsterdam Protokolü ve Etkileri
Burcu Sümer

39

Özgünlük ve Direniş Hikâyeleri:
Popüler Müzikte Protesto Potansiyeli
Lydon C. S. Way ve Cansu Süer

69

Muhafazakâr Basında Esnaf Fetişizmi
Mesut Yücebaş

103

Etkinlik Değerlendirmesi:

Gezi Eylemlerinin Retoriği Üzerine Bir İlk: Toplumsal Eylem Retoriği Konferansı

İnan Özdemir Taştan

121

Toplumsal Eylem Retoriği Konferansı Kapanış Bildirisi:
Havailik
Eser Köker

127

Etkinlik Değerlendirmesi:

Ulusal Sosyal Bilimler Kongrelerinde Ayrımcılığın Ele Alınışı: Genel Bir
Değerlendirme ve 13. Sosyal Bilimler Kongresi'nde Nefret Söylemi Oturumu
(Ankara-ODTÜ, 4-6 Aralık 2013)

Hatice Çoban Keneş

Editör'den...

Ülkü Doğanay

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

• • •

Merhaba... Yeni bir nöbet değişimi ile 17. yaşına giren *ki*'nin editörlük görevini, 2008'den bu yana dergiyi büyük bir özveriyle yayına hazırlayan ve derginin uluslararası akademik yayın standartlarını sürdürebilmesi konusunda titizlikle çalışan Nur Betül Çelik'ten devraldım. Editör yardımcıları Canan Dural Tasouji, İlkay Kara ve Uğur Yağan da görevlerini Hatice Çoban Keneş, Nilüfer Pınar Kılıç ve Ceren Salmanoğlu'na devrettiler. Bununla birlikte bu sayının hazırlanmasında bizden yardımlarını esirgemedikleri için hem Nur Betül Çelik'e, hem de geçmiş dönemin editör yardımcılarına ve desteklerini esirgemeyen yayın kurulu üyelerine teşekkür etmek istiyorum. Görev değişimiyle birlikte yayın kuruluna da yeni eklenen isimler ve işlerinin yoğunluğu nedeniyle kuruldandan ayrılanlar oldu. İnan Özdemir Taştan, Tuğba Kanlı Taş ve Funda Başaran Özdemir yayın kurulunun yeni üyeleri. Yayın kurulundan kendi istekleriyle ayrılan Mine Gencil Bek ve Aykut Çelebi'ye emekleri ve destekleri için teşekkür ediyoruz.

Görev değişimi sırasında, elinizdeki bu sayıda yayınlanan yazıların ikisinin hakemlik süreçleri tamamlanmak üzereydi.

Önümüzdeki sayıda yer alması muhtemel birkaç yazının ise hakemlik süreçleri başlatılmıştı. Daha sonra ulaşan yazılar da editör incelemesinin ardından uzmanlık alanları çerçevesinde hakemlere gönderildi ve hakemlik süreci tamamlanan bir diğer yazı bu sayıda yer alabildi. Bu üç özgün yazının ilki Burcu Sümer'in kaleme aldığı "Avrupa Birliği'nde Kamu Hizmeti Yayıncılığının Finansmanına İlişkin Politika Gündemi: Amsterdam Protokolü ve Etkileri" başlıklı çalışma. Bu makalede Sümer, Avrupa'da kamu hizmeti yayıncılığına ilişkin kamu tekellerinin kırılmasının ardından özel yayıncılar ve kamu hizmeti yayıncıları arasında kamu yararı ve haksız rekabet kavramları üzerinden gerçekleşen mücadelenin Avrupa Birliği mevzuatı üzerindeki etkisine değinmekte. Avrupa Komisyonu'nun özellikle yeni medya ve mobil iletişim alanında yaşanan gelişmelere kamusal değer ve pazar etkisi testleri aracılığıyla yanıt verme eğiliminin altını çizen Sümer, böylece kamu hizmeti yayıncılığını neo-liberal bir medya politikası gündemi içine almasının doğurabileceği sonuçları tartışıyor.

İkinci yazımız, popüler müziğin neo-liberal politikalara getirdiği eleştiriye odaklanıyor ve "Özgünlük ve Direniş Hikâyeleri: Popüler Müzikte Protesto Potansiyeli" başlığını taşıyor. Lyndon C. S. Way ve Cansu Süer'in kaleme aldığı bu makale, kitlesel olarak üretilip tüketilen popüler müziğin karşı kültür yaratma potansiyeli üzerine geliştirilen tartışmalardan yola çıkıyor. Yazarlar, karşı karşıya kaldığı siyasi baskılara rağmen popüler müziğin yerleşik karşıtı ve eleştirel niteliği barındırabilme gücünün altını çiziyor ve rock-müzik grubu Mor ve Ötesi'nin "Şirket" isimli video-klibini kendilerine göre özgünlüğün de yolunu açan bu potansiyel açısından değerlendiriyorlar. Özellikle Adalet ve Kalkınma Partisi tarafından benimsenen ve sürdürülen neo-liberal politikalara karşı getirilen eleştirileri yabancılaşma, şirketlerin açgözlülüğü ve insani öğenin yokluğu temalarının ele alınış biçimi açısından ve klibin görsel özelliklerini, şarkı sözlerini ve müzikal özelliklerini irdeleyerek ortaya koymaya çalışıyorlar.

Derginin hakem değerlendirmelerini geçen son yazısı Mesut Yücebaş tarafından kaleme alınan "Muhafazakâr Basında Esnaf

Fetişizmi" başlıklı alışma. Yücebaş bu yazısında Türkiye'de esnafların muhafazakâr ideolojinin toplumsal ve ekonomik dayanaklarından birisi kabul edildiği saptamasından yola çıkmakta ve bu iddianın esnafların homojen bir kategori oluşturmamaları nedeniyle gerçeklikle kurduğu sorunlu ilişkinin özünde esnaf fetişizmine dayandığını ileri sürmekte. Yücebaş, muhafazakâr basını temsilen seçtiği *Zaman*, *Yenişafak* ve *Yeniakit* gazeteleri üzerinde yaptığı inceleme aracılığıyla muhafazakâr basının muhafazakâr ideolojinin dayandığı esnaf fetişizmini söylemsel düzeyde yeniden ürettiğini ortaya koyuyor. Ele alınan gazetelerin Türkiye'de 2013 Haziran'ından bu yana hem akademik kamuoyunda hem de medya gündeminde önemli bir yer işgal eden Gezi Parkı eylemlerinin doruk noktasında olduğu bir dönemde yayımlanan sayılarının da incelemeye dâhil edilmesi ve bu eylemler sırasında esnafın eylemcilere gösterdiği tepkinin gazetelerde ele alınış biçiminin sorunlaştırılması, çalışmanın bulgularının muhafazakâr basının esnaf tipolojisini kuran söylemsel tercihlerinin yanında Gezi eylemleri sürecini nasıl değerlendirdiğine dair de ipuçları vermesi nedeniyle ayrıca önem taşımakta.

Derginin bu sayısında, hakemlik sürecinden geçen makalelerinin yanında iki etkinlik değerlendirmesi ve bir bildiri metni de yer almakta. İlk etkinlik değerlendirmesi 13-14 Kasım 2013 tarihlerinde Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde gerçekleşen "Toplumsal Eylem Retoriği" başlıklı konferansı konu edinmekte. İnan Özdemir Taştan, özellikle Gezi Parkı eylemlerine odaklanan ve toplumsal eylemlerin retoriğini Gezi direnişi üzerinden okumaya çalışan bu konferansta sunulan bildirileri "Gezi Eylemlerinin Retoriği Üzerine Bir İlk: Toplumsal Eylem Retoriği Konferansı" başlıklı yazısında değerlendiriyor ve eylemlilikle bağı kopmayan, direnişin kendi diline aracılık eden, sosyal medyanın olanaklarını kullanan alternatif bir yayıncılık pratiğinin ortaya çıkması ve sürdürülmesinin önemini vurguluyor.

Özdemir Taştan'ın yazısının hemen ardından Eser Köker'in Toplumsal Eylem Retoriği Konferansı'nın kapanışında sunduğu bildirisinin metnine yer veriyoruz. Köker, bildirisinde Gezi direnişinin

yerelliği kadar evrenselliğine, güncelliği kadar tarihselliğine de başvurarak eylemcilerin “politik olanın gizil gücünü” harekete geirebilmelerinin, “siyasal iktidarların küstahlığına karşı” durabilmelerinin taşıdığı önemin altını çiziyor.

Derginin son yazısı ise Hatice oban Keneş’in “Ulusal Sosyal Bilimler Kongrelerinde Ayrımcılığın Ele Alınışı: Genel Bir Değerlendirme ve 13. Sosyal Bilimler Kongresi’nde Popüler Kültür ve Medyada Nefret Söylemi Oturumu” başlıklı etkinlik değerlendirmesi. oban Keneş, yazısında önce Türkiye Sosyal Bilimler Derneği (TSBD) tarafından düzenlenen Ulusal Sosyal Bilimler Kongrelerinde toplumsal cinsiyet ve etnik ayrımcılık konularının ele alınışını ve yıllar içinde bu konulara gösterilen ilginin seyrini değerlendiriyor; daha sonra ise 4-6 Aralık 2013 tarihlerinde gerçekleştirilen 13. Sosyal Bilimler Kongresi’nde yer alan “Popüler Kültür ve Medyada Nefret Söylemi” başlıklı oturumda sunulan bildirileri ele alıyor.

ki’ye bugüne kadar hakemlik yaparak, yazılarıyla, yorumlarıyla katkıda bulunan ve içinden geçtiği zor dönemlerde desteğini sürdüren herkese teşekkür ederek bitirmek istiyorum.

Saygılarımla...

Avrupa Birliği'nde Kamu Hizmeti Yayıncılığının Finansmanına İlişkin Politika Gündemi: Amsterdam Protokolü ve Etkileri

Burcu Sümer

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

• • •

Özet

Avrupa'da kamu tekellerinin kırıldığı 1980'lerden bu yana özel yayıncılar ile kamu hizmeti yayıncıları arasında bir mücadele yaşanmaktadır. Kamu kaynaklarıyla finanse edilen kamu hizmeti yayıncılarını haksız rekabet yaratmakla suçlayan özel yayıncılar, 1990'lardan itibaren şikâyetlerini Avrupa Birliği'nin gündemine taşımışlardır. Avrupa Birliği, bu şikâyetlere cevaben 1997 yılında Amsterdam Antlaşması'nın görüşmeleri kapsamında ek bir protokol imzalayarak kamu hizmeti yayıncılığını destekleme kararını üye ülkelere bırakmıştır. Amsterdam Protokolü olarak bilinen bu protokolün nasıl uygulanacağıyla ilgili olarak 2001 ve 2009 yıllarında iki tebliğ yayınlayan Avrupa Komisyonu, kamu hizmeti yayıncılarının faaliyetlerinin kapsamına ve bu faaliyetlerin finansmanına yönelik olarak tüm üye ülkeler açısından bağlayıcı bir mevzuat oluşturmuştur. Çalışmada bu mevzuat, Avrupa rekabet hukukuyla ilişkisi bağlamında değerlendirilecek ve mevzuatın öngördüğü uygulamaların kamu hizmeti yayıncılığı üzerindeki etkisi tartışılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Kamu hizmeti yayıncılığı, Amsterdam Protokolü, Avrupa rekabet hukuku, kamu finansmanı, düzenleme

The EU Policy Agenda on the Financing of Public Service Broadcasting: Amsterdam Protocol and Its Implications

Abstract

Since the breakdown of the monopoly of public service broadcasting in the 1980s, there is an ongoing battle between the public service and private/commercial broadcasters in Europe. Private broadcasters have been accusing public broadcasters funded by the state sources with the claim that they cause unfair competition and they have started bringing their complaints in front of the European Commission from the 1990s onwards. As a response to the increasing complaints, the European Union drafted an additional protocol to be annexed to the Amsterdam Treaty signed in 1997 and confirmed that member states are free to support their public service broadcasters by various financial means they see as appropriate. The European Commission further released two communications one being in 2001 and the latter in 2009 on how to implement this so-called "Amsterdam Protocol" in accordance with the state aid rules of the Union. This research looks into the scope of the Amsterdam Protocol and its relevant communications and discusses their impact on the public service broadcasting in Europe.

Keywords: Public service broadcasting, Amsterdam Protocol, European competition law, public financing, regulation

*Avrupa Birliği'nde Kamu Hizmeti Yayıncılığının
Finansmanına İlişkin Politika Gündemi:*

Amsterdam Protokolü ve Etkileri

Kamu tekellerinin birbiri ardına kırılmaya başladığı 1980'lerden bu yana Avrupa'da yayıncılık alanında yaşanan dönüşüm hızını hiç kesmedi. Bu dönüşümün yapılanmasında iki süreç, "piyasalaşma" ve "yöndeşme" her zaman belirleyici oldu (Murdock ve Golding, 1999). Piyasalaşmayla birlikte iletişim alanı sadece ticari şirketlere açılmakla kalmadı, bu şirketlerin örgütsel yapıları ve iş yapma biçimleri, o güne dek kültürel kurumlar olarak örgütlenen ve belli özgünlükleri korunmaya çalışılan kuruluşların karşısına birer ideal olarak çıkarılmaya başlandı. Yöndeşme sınırlı bir kaynak olan karasal frekanslara olan bağımlılığın sonuna işaret ediyordu: Dijital veri depolama ve aktarma teknolojileri telekomünikasyon, bilişim ve yayıncılık sektörleri arasındaki sınırların ortadan kalkması için gerekli koşulları hazırladı. Bu "sınırsızlık" durumu, yayıncılıkta kamu tekellerinin varlığının meşruiyetini oluşturan "kamuya ait olan kısıtlı frekansların kamu adına kullanılması" iddiasını geçersizleştirirken, bu alanlara daha çok yatırım yapılabilmesi için sektör odaklı kuralların olabildiğince esnekleştirilmesine yönelik talebi de artırdı. Dolayısıyla yöndeşme, sadece teknolojik bir olgu olarak değil, yayıncılığı da kapsayacak şekilde tüm medya ortamının siyasal, ekonomik ve sosyo-kültürel parametrelerinin yeniden belirlendiği bir sürecin içerisinde şekillendi (Taş, 2006).

Bu dönüşümle birlikte, özellikle Batı Avrupa'da, bir yanda kamu hizmeti yayıncılarının diğer yanda sayıları gittikçe artan özel yayıncıların bulunduğu "ikili" bir sistem yerleşiklik kazandı. 1989 gibi erken bir tarihte dahi, Avrupa'da özel yayıncıların sayısı kamu hizmeti

yayıncılarının sayısını aşmıştı (Coppens ve Saeys, 2006). Bu ikili sistem hiçbir zaman iki anlayışın sorunsuz bir şekilde birbirine koşut ilerlediği, birbirlerinin alanlarına girmeden faaliyetlerini sürdürdükleri bir karşılıklı barış ortamında gelişmedi. Özel yayıncılar siyasal çevrelerin desteğiyle güçlenirken, yayıncılık alanının rekabete açılmasının kamu hizmeti yayıncıları üzerinde son derece olumsuz etkileri oldu. Rekabetle birlikte pazar payları gittikçe düşen ve izleyici kaybeden kamu hizmeti yayıncıları olma mücadelelerinin bir parçası olarak gittikçe daha yoğun bir biçimde ticari stratejiler benimsemeye başladı. İzleyici sayısını ve reklam gelirlerini artırmak amacıyla popüler programcılığa ağırlık verme, maliyetler konusunda hassasiyet ve verimlilik gibi ölçütlerin sunulan hizmetleri belirlemeye başlaması, idari pratiklerin ticari sektöre uyumlanması ve kamu hizmeti yayıncılığına ait varlıkların ve hizmetlerin dışarıya pazarlanması gibi faaliyetler kamu hizmeti yayıncıları arasında yaygınlık kazanmaya başladı (McQuail'den akt. Bardoel ve d'Haenens, 2008: 340; Picard, 2003). Bu süreçte kamu yayıncıları sadece özel yayıncılar ile çatışmakla kalmadı, evrensel hizmet, çok seslilik, çoğulculuk gibi misyonlarla yüklü kamu hizmeti yayıncılığı *ethosuna* ters düşmekle de eleştirilir hale geldi (Stee-mers, 2003).

Yayıncılık alanında yaşanan dönüşümle birlikte kamu hizmeti yayıncılarının karşı karşıya kaldığı kriz, temelde kamu yayıncılığına yüklenen sosyo-kültürel misyonu zedelemekten özel yayıncılarla rekabet etme kaygısı, kamu finansmanının sürekli olmayacağına yönelik siyasal çevrelerden gelen tehditler ve kurumsal işletim ve yönetim

yapılarının değişmesiyle ortaya çıkan sorunlarla mücadele etme gibi meseleler etrafında düğümlendi. Ancak bu krizin daha makro düzeyde ne anlama geldiği ve Avrupa’da kamu hizmeti yayıncılığının geleceğinin ne olacağı konusunda hiçbir zaman uzlaşa olmadı, olması da mümkün değildi. Bunun temel nedeni, Batı Avrupa’da tarihsel olarak yayıncılığın kamu hizmeti nosyonu etrafında örgütlenmesini öngören modelin hiçbir ülkede aynı biçimde kurumsallaşmamış olmasıydı. Kurumsallaşmanın farklı tarihsel süreçlerle beslenerek gerçekleşmesinden dolayı, yayıncıların kendi kamularıyla kurduğu ilişkinin niteliği bir ülkeden diğerine farklılık gösterdi. Bu bakımdan, 1990’ların sonuna kadar, kamu hizmeti yayıncılığının ne olduğu ya da olması gerektiğine ilişkin sürekli alevlenen tartışmalar, her zaman özel yayıncıların lehine kararlar alınmasıyla sonuçlanmadı. Üstelik, rekabet, pazar payı ve performans arasındaki ilişkinin söylemsel düzeyde nasıl abartılarak ve kamu hizmeti yayıncılığını değersizleştirecek biçimde kurulduğu bugünden geriye bakıldığında daha açık görülebilmektedir. Kamu hizmeti yayıncılarının performansına ilişkin tartışmanın önemli ölçüde pazar payının önemi ile bu paydaki değişimin nedenlerine ilişkin yanlış anlama üzerinden temellendirildiğini iddia eden Picard, rekabet edenlerin sayısının gittikçe artmasından dolayı değişen bir pazarda izleyici sayısındaki düşüşün farklı anlaşılması gerektiğini, bu düşüşün zorunlu olarak yayıncının performansı ile ilgili sorunlardan kaynaklanmak durumunda olmadığını, bunun pazarın parçalı bir yapıya bürünmesinin sonucu olduğunu dile getirmektedir (2002: 228). Yıllar içerisinde toplanan veriler, kamu hizmeti yayıncılarının 1980’lerden bu yana yaşadıkları krize rağmen, buldukları ülkelerde en çok izlenme payına sahip yayıncı olmayı ve pazardaki konumları itibarıyla ender olarak ikinci ama daha çok ilk sırada yer almayı sürdürdüklerini göstermiştir (Lewis, 2012).¹

•••

1 Ancak bu konuda kalabilmelerinin bir bedeli olmuştur: Program içeriklerinde popüler olana kayma, yenilikçi ve özgün yapımların gittikçe daha riskli görülmesi, program maliyetlerinin kısılması gibi stratejik tercihler kamu hizmeti yayıncılığının toplumsal yaşamın ve kültürün gelişimine öncesinden daha az katkı sağlamasıyla sonuçlanmıştır.

Bu çalışma açısından önemli olan, kamu hizmeti yayıncılarının sektörde güçlü bir konumda olmayı sürdürmeleri karşısında özel yayıncılarla giriştikleri mücadelenin nasıl bir sürece evrildiğinin anlaşılmasıdır. Özel yayıncılar, 1990'lardan bu yana, sadece lisans ücretleriyle finanse edilen ve güçlü bir konuma sahip kamu hizmeti yayıncılarına (İngiltere ve Almanya'da olduğu gibi) değil, hem doğrudan ya da dolaylı vergiler aracılığıyla kamu tarafından finanse edilen hem de reklam gelirlerine sahip yayıncılara karşı lobi faaliyetleri içerisinde olmuştur. Başka bir deyişle asıl çatışma, ikili gelir akışına sahip kamu hizmeti yayıncıları ile özel yayıncılar arasında yaşanmaktadır. Özel yayıncılar ulusal düzeyde hükümetlere, Avrupa düzeyinde ise Avrupa Birliği'nin çeşitli kurumlarına, şikâyetle bulunarak kamu hizmeti yayıncılarını baskılamaya ve faaliyet alanlarını kısıtlamaya çalışmaktadır (Ward, 2003). Bu nedenle söz konusu çatışma çok erken bir tarihten itibaren ulusal bağlamın ötesine geçerek, Avrupa Birliği'nin kurumsallaşma sürecine paralel bir seyir izlemiştir.

Söz konusu sürecin Avrupa Birliği'nde kamu hizmeti yayıncılığının finansmanına yönelik bir mevzuat oluşturulmasına evrildiği nokta, 1997 tarihli Amsterdam Protokolü'nün kabul edilmesidir. Bu Protokol, kamu hizmeti yayıncılarının kamu tarafından finanse edilmesini "haksız rekabet" olarak nitelendiren ve bunun Birliğin ortak pazarı ve rekabeti düzenleyen ilkelerine aykırı olduğunu savunan özel yayıncıların ardı arkası kesilmeyen şikâyetleri karşısında Avrupa Birliği'nin kaleme aldığı ilk politika belgesidir. Amsterdam Protokolü, özü itibarıyla kamu hizmeti yayıncılığının önemini vurgulayan ve bu yayıncıların kamu kaynakları kullanılarak desteklenip desteklenmemesi kararını ulusal hükümetlere bırakan bir düzenleme olmakla birlikte, 2001 ve 2009 yıllarında yayınlanan ilgili tebliğler aracılığıyla bu finansmanın gerçekleşmesinin bağlı olduğu koşulları, finansmanın niteliğini ve muhasebelendirmenin nasıl yapılacağını tayin etmektedir. Bu nedenle Avrupa Birliği artık resmi bir biçimde üye ülkelerin kamu hizmeti yayıncılık politikalarının oluşturulmasında taraftır. Yıllar içerisinde oluşan bu mevzuat bugün Avrupa Birliği'nde faaliyet gösteren tüm yayıncılar için bağlayıcıdır ve kamu hizmeti yayıncılığının günümüz koşullarında yeniden yapılanması açısından belirleyici-

dir. Bu çalışmanın amacı, söz konusu mevzuatın Avrupa'da kamu hizmeti yayıncılarının faaliyetlerine ilişkin öngördüğü ölçme ve değerlendirme uygulamalarının kapsam ve sınırlılıklarını sorgulamaktır. Çalışmanın temel iddiası, bu mevzuatın etkisiyle Avrupa'da kamu hizmeti yayıncılığının tüm tarihsel ve sosyo-kültürel bileşenleriyle bütünsel bir model olmaktan uzaklaşmaya başladığıdır. Mevcut durumda sürecin geriye işletilmesi olanaklı görünmemekte, kamu hizmeti yayıncıları, meşruiyetlerini her seferinde yeniden kanıtlamak durumunda kalacakları bir döneme girmektedir.

Yazıda öncelikle temel hedefi ekonomik bütünleşme olan Avrupa Birliği'nin yayıncılık alanına hangi gerekçelerle müdahil olduğu tartışılacak, ardından 1997 yılında Amsterdam Protokolü'nün kabul edilmesiyle yeni bir sürece evrilen özel yayıncılar ile kamu hizmeti yayıncıları arasındaki çatışmanın boyutları değerlendirilecektir. Daha sonra, özel yayıncıların şikâyetlerinin Avrupa rekabet hukuku ile nasıl ilişkilendiği ve dolayısıyla Avrupa Komisyonu'nun yetki alanına hangi bağlamda girdiği aktarılacak ve Komisyon'un Amsterdam Protokolü'nün uygulanmasına yönelik 2001 yılında yayınladığı ilk tebliğde yer alan düzenlemelere yer verilecektir. Son olarak, Komisyon'un 2009 yılında yayınladığı ve kamu hizmeti yayıncılarının faaliyetlerinin kapsamı ile bu faaliyetlerin kamu kaynaklarınca finanse edilmesinin koşullarını daha geniş bir çerçevede düzenlediği ikinci tebliğ tartışılacaktır.

Avrupa Birliği'nde Yayıncılığın Konumu: Ekonomik Çıkarlar ile Kültürel Gereklilikler Arasında Çatışma

Yayıncılık 1980'lerden bu yana Avrupa Birliği'nin konum almakta en çok zorlandığı politika konularından biri oldu. Nihayetinde Birliği oluşturan ülkeler öncelikle ekonomik çıkarlar etrafında ortaklaşmıştı ve kurucu Roma Antlaşması Birliğe kültürel alana müdahale etme yetkisi tanııyordu. Bu yetkisizlik 1992 yılında Maastricht Antlaşması

ile yapılan değişikliğe kadar sürdü.² 1980'lerin sonuna kadar Birliğe üye ülkelerin ortak gündemini meşgul eden tartışmalardan biri, ekonomik bütünleşmenin kültürel bütünleşmeden ayrı düşünülüp düşünilemeyeceği sorusu etrafında şekillendi.

Sjursen'in ifade ettiği gibi, Avrupa'da oluşmakta olan düzeni anlamamanın bir yolu, Avrupa Birliği'nin ne olması gerektiğine ilişkin farklı görüşlerin, belli başlı politika konuları ya da alanlarının ele alınma biçimlerine nasıl yansdığına bakmaktır (2004: 2). Bu anlamda, yayıncılık alanının farklı dönemlerde ele alınma biçimlerini değerlendirmek Birliğin kurumsallaşması sürecini kavramamız açısından önemlidir. Yayıncılık, Birliğin politika yapım süreçlerini belirleyen temel dinamiğin nasıl sürekli olarak ulusal çıkarlar ile topluluk hedefleri arasındaki çatışmanın müzakere edilmesiyle yeniden yapılandırıldığını bize en net gösteren alanlardan biridir.

Avrupa'da kamu hizmeti yayıncılık tekellerinin 1980'lerde kırılmasına kadar olan süreçte yayıncılık Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin kendi tasarruflarında olan özerk bir politika konusu olarak değerlendirilmiş, Birlik içerisinde de "Avrupalılık", "Avrupa vatandaşlığı" gibi değerlerin yaygınlaştırılmasında nasıl kullanılabileceği bağlamında ele alınmıştır (Collins, 1994). Ancak, ulusaşırı uydu yayınlarının başlamasıyla yayıncılık ulusal bir mesele olmaktan çıkmış, hem ekonomik

•••

2 Maastricht Antlaşması'nın ilgili 151. Maddesi (eski 128. ve Lizbon Antlaşması'ndaki 167. Maddeye karşılık gelecek şekilde) şöyledir:

1. Topluluk üye devletlerin kültürlerinin gelişmesine katkıda bulunarak, onların ulusal ve bölgesel farklılıklarına saygıyla yaklaşırken, aynı zamanda ortak kültür mirasını da öne çıkartacaktır.
2. Topluluğun takınacağı yasal tavır, Üye Devletler arasında işbirliğini teşvik etmeyi ve gerekli olduğu takdirde aşağıdaki alanlarda onların uygulamalarını desteklemeyi ve bunları daha geniş bir zemine yayma yolunda katkıda bulunmayı amaçlayacaktır:
 - Avrupa halklarının kültürünün ve tarihinin bilinmesi ve yayılmasında gelişme;
 - Avrupalılık fikrinin özel anlamını var eden kültürel mirası korumak ve kollamak;
 - ticari-olmayan kültürel alışveriş;
 - görsel-işitsel sektörü de kapsayan sanatsal ve edebi yaratıcı etkinlik.

hem de kültürel boyutları itibariyle Birliğin ortak meselesi olmuştur. Bu geçiş birdenbire gerçekleşmemiştir: Avrupa Birliği'nin ortak çıkarlarını gözeten ve bu çıkarlar doğrultusunda politika üretmekle yükümlü olan Avrupa Komisyonu'nun yayıncılığı politika gündemine taşıyabilmesi için kurucu Roma Antlaşması'yla uyumlu meşru bir gerekçe oluşturması gerekmiştir. Bu gerekçenin oluşturulmasında Avrupa Birliği'nin iki önemli kurumu, Avrupa Adalet Divanı ve Avrupa Parlamentosu etkili olmuştur.

Avrupa Adalet Divanı, biri 1974, diğeri 1980 yılında aldığı iki kararla yayıncılık alanını Birliğin ortak politika gündemine taşımıştır (Ward, 2002: 55-57). Divan, 1974 tarihli *Sacchi Davası* ile televizyon sinyallerini bir hizmet olarak tanımlanmış, bu nedenle sinyallerin ortak pazarda serbestçe dolaşması gerektiğine karar vermiştir. 1980 tarihli *Debauve Davası*'yla ise bir üye ülkenin yayınlarının bir başka üye ülkeden erişilmesi durumunda bu yayınların yasal olduğuna ve bu nedenle engellenemeyeceğine hükmedilmiştir.

Avrupa Parlamentosu ise uydu yayınlarının Avrupa'daki etkisini kontrol altında tutabilmek ve yönlendirmek amacıyla Birliğin ortak hareket etmesi gerektiğini gündeme getiren ilk kurumdur. Parlamento'nun hazırlattığı 1982 tarihli *Hahn Raporu*, enformasyonun Birliğin bütünleşmesi sürecindeki kilit önemine vurgu yapmış ve bu bütünleşmenin yayıncılığın düzenlenmesi ulusal bir mesele olmaktan çıkmadıkça mümkün olmadığını dile getirmiştir (Collins, 1994). Parlamento *Hahn Raporu* aracılığıyla, Avrupa Komisyonu'na bu konuda politika üretmesi için çağrıda bulunmuştur. Bu tartışmalardan hareketle kaleme alınan "Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi" 5 Mayıs 1989 tarihinde Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan direktiften sadece beş ay önce imzalanmıştır. Sözleşme, Avrupa'da uydu yayınlarının temel bazı ilkeler gözetilerek ortaklaşa düzenlenmesini öngören ilk politika aracıdır. Bir ülkenin yayınlarının diğer ülkeler tarafından engellenemeyeceği koşulunu getiren Sözleşme, yayın içerikleri için de

ortak ve asgari düzeyde bazı ilkeler belirlemiştir.³ Ayrıca, reklam süreleri, türleri ve reklamı yapılabilecek ürün ve hizmetlerin kapsamı, yayın sürelerinin büyük bir kısmının Avrupalı yapımlara ayrılması, kamunun enformasyona ve toplumsal önem arz eden olaylara erişimi ve son olarak cevap hakkı konularına ilişkin düzenlemeler de sözleşmede yer almıştır.

Avrupa Komisyonu İç Pazar Komiserliği tarafından hazırlanan, benzer başlıklarda benzer düzenlemeler getiren ve ismi bile neredeyse sözleşmeyle aynı olan “Sınırsız Televizyon Direktifi” ise 3 Ekim 1989 tarihinde onaylanmıştır. Sözleşme ile Direktif arasındaki temel ayrım, ilkinde vurgunun daha çok haklar, özgürlükler ve yayıncıların sorumlulukları üzerinde olması, ikincisinde ise tek bir Avrupa görsel-işitsel sektörünün yaratılması ve bunun topluluğun ortak pazar hedefi bağlamında taşıdığı önemin ön plana çıkartılmasıdır. Direktifin hazırlanması ve onaylanması süreci yayıncılık alanına taraf olan tüm kesimlerin ileride yayıncılık politikalarına ilişkin konumları bakımından belirleyici olmuştur. Direktifin üye ülkeler açısından bağlayıcı bir politika aracı olması nedeniyle onaylanma sürecinde kıran kırana bir müzakere yaşanmıştır. Bu süreç her şeyden önce Avrupa Birliği’nde politika yapım süreçlerinin temel dinamiğini anlamamız açısından önemlidir. Söz konusu dinamik, bütünleşmenin önemini vurgulayan ulusaşırı politika taraftarlarıyla, hassas politika konularında hükümetlerarası (bunlar Türkçeye yerleşmiş sözcükler olduğundan İngilizce yazımları çıkarılmıştır.) müzakerenin önemini vurgulayan aktörlerin çatışmasıyla şekillenmiştir. Diğer yandan, Humphreys’in (2009a) belirttiği gibi, Avrupa Birliği hem pazar oluşturmayı hedefleyen ve deregülasyon öngören “negatif bütünleşme” araçlarına, hem de mevcut pazarın dinamiklerini düzeltmeyi ve bu pazarın yeniden düzenlenmesini (*re-regulation*) gerektiren “pozitif bütünleşme” araçlarına

•••

3 Yayınlar pornografi, şiddet ve ırksal nefreti körükleyici öğeler içeremez, çocukların ve ergenlerin fiziki, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek programların yayın saatleri özenle belirlenmelidir, haberlerin gerçekleri ve olayları tarafsızca sunması ve fikirlerin serbest oluşumunu teşvik etmesi gerekir vb.

sahiptir.⁴ Negatif bütünleşme çoğu zaman Avrupa Birliği'nin kurucu antlaşmasında yer alan ekonomik hedefler gerekçe gösterilerek teşvik edilmekte ve örneğin telekomünikasyonun da dâhil olduğu birçok alanda daha kolay gerçekleşmektedir. Pozitif bütünleşme ise, tekno-ekonomik baskıların Avrupa'da liberal ve rekabet yanlısı bir regülasyon çerçevesi oluşturma eğilimini güçlendirmesine karşın, yayıncılık gibi politik olarak hassas bir alanda hükümetlerarası uzlaşma olmadan mümkün değildir (Humphreys, 2005). Bu açıdan bakıldığında, Sınırsız Televizyon Direktifi Avrupa görsel-ışitsel ortak pazarının yaratılmasının hedeflendiği bir düzenleme çerçevesi sunması nedeniyle negatif bütünleşmeye örnek teşkil etmesine karşın, söz konusu çerçeve üzerinde uzlaşılması kolay olmamıştır. Avrupa Komisyonu rekabet gücü yüksek bir Avrupa görsel-ışitsel sektörünün özellikle Amerika'ya karşı bir güç yaratılması açısından önemli olduğunu savunurken, üye ülkeler siyasal ve kültürel hassasiyetler nedeniyle yayıncılığın olabildiğince ulusal sınırlar içerisinde düzenlenmesinde ısrar etmiştir. Direktifin onaylanması sürecinde, reklam süreleri ve televizyon kanallarının olabildiğince daha çok Avrupalı yapıma kota ayırması ya da bütçesinden ortak yapımlara belli oranda pay ayırması gibi konuların uzun uzadıya müzakere edilmesini bu bağlamda değerlendirmek gerekir.⁵

Sınırsız Televizyon Direktifi'ne ilişkin tartışmalar bir yanda liberallerin diğer yanda müdahale yanlılarının (regülasyon taraftarlarının) bulunduğu iki farklı kesimin müzakeresi bağlamında şekillenmiştir (Collins, 1994). Bu ayrışma yayıncılık alanına yönelik bundan sonra gerçekleşecek tüm tartışmalarda tarafların konumlarını değerlendirmek açısından belirleyicidir. Daha sonra, bu çalışmanın konusu olan kamu hizmeti yayıncılığının finansmanına ilişkin mevzuat oluşturulması sürecinde de, bu ayrışmanın nasıl yeniden üretildiğini görmek

•••

4 Avrupa Birliği'nde pozitif ve negatif bütünleşmeyle ilgili daha fazla bilgi için, bkz. Scharf (1996, 1997).

5 Bu müzakere sürecinin ayrıntılarıyla ilgili olarak, bkz. Humphreys (1996), Ward (2002).

mümkün olacaktır (Wheeler, 2004). Diğer yandan, gerek liberallerin gerekse müdahale taraftarlarının içerisinde farklı konumlanmalar ve gruplaşmalar ortaya çıkmıştır. Örneğin, Avrupa Komisyonu Birliğin ulusüstü yönünü temsil etmesi ve dolayısıyla ekonomik bütünleşmeyi ön plana çıkartması nedeniyle bir tür “politika müteşebbisi” (Radaelli, 2000) gibi davranmış ve Sınırsız Televizyon Direktifi’ni ortak bir Avrupa yayıncılık pazarının yaratılmasında yapı taşı olarak görmüştür. Komisyon’un İç Pazar ve Rekabet Komiserlikleri de benzer bir konum almış ve regülasyonu ekonomik çıkarlar bağlamında değerlendirmiştir. Kültür Komiserliği ise ortak bir Avrupa kültürünün ve kimliğinin yaratılmasına daha çok vurgu yapılmasını istemiştir. Avrupa Parlamentosu ve İngiltere haricindeki kamu hizmeti yayıncıları da benzer bir tutum sergilemiş ve regülasyonun kültürel boyutuna vurgu yapmıştır. Sendikalar, meslek kuruluşları, kamu hizmeti yayıncılarını temsilen Avrupa Yayın Birliği ve daha büyük ülkelerin yayıncılık alanındaki hâkimiyetinden çekinen küçük ülkeler de düzenlemenin ekonomi ile kültür arasında denge gözetilerek yapılandırılmasını talep etmiştir. Üye ülkelerden Fransa ise her zaman olduğu gibi bir yandan kültürel korumacı bir tutum içerisine girmiş ancak diğer yandan güçlü bir film endüstrisine sahip olması nedeniyle Avrupa görsel-işitsel pazarının güçlendirilmesine yönelik ekonomik müdahalelerin gerektiğini savunmuştur.

Harcourt’un (2005) belirttiği gibi, Sınırsız Televizyon Direktifi’nin onaylanması Avrupa’da yayıncılık sektörünün liberalleştirme sürecini hızlandıran bir etki yaratmıştır. Direktif’in hemen ardından sektördeki şirket birleşmelerinin ve satın almaların sayısında önemli bir artış gerçekleşmiştir. Özellikle bu alanda yaşanan karmaşa, Avrupa rekabet hukukunun daha da önem kazanmasına ve dolayısıyla Avrupa Komisyonu’nun gücünün artmasına neden olmuştur. Böylesi bir ortamda özel yayıncıların kamu hizmeti yayıncılarına karşı yürüttükleri lobi faaliyetlerini Avrupa Birliği platformuna taşımalarının kaçınılmaz ve beklenen bir strateji olarak şekillendiği görülmektedir (Coppens ve Saeys, 2006).

Özel Yayıncılar-Kamu Hizmeti Yayıncıları Arasındaki Çatışmanın Boyutları: Amsterdam Protokolü'ne Giden Süreç

Özel yayıncılar kamu hizmeti yayıncılarına yönelik şikâyetlerini Avrupa Komisyonu Rekabet Komiserliği'nin gündemine ilk olarak 1992-1993 yıllarında taşımışlardır. Fransa, İtalya, İspanya ve Portekiz'deki yayıncılar ikili finansmana sahip kamu hizmeti yayıncılarının, kamu kaynaklarını reklam ücretlerini düşük tutmak ya da film ve spor gibi önemli içeriklerin yayın hakkı ücretlerini arttırmak için kullandıklarını ve bu nedenle haksız rekabet yarattıklarını iddia etmişlerdir (Coppens ve Saeys, 2006). İkinci şikâyet dalgası ise 1997-1998 yıllarında bu kez sadece lisans ücretleriyle finanse edilen ve reklam gelirleri olmayan İngiliz ve Alman kamu hizmeti yayıncılarının yeni sunmaya başladıkları tematik kanallara yöneliktir (Ward, 2003). Özel yayıncılar, Avrupa Birliği kamu hizmeti yayıncılığını "genel ekonomik yarar hizmetleri" kapsamında değerlendirdiği için, lisans ücreti de dâhil olmak üzere bu kuruluşların kullandıkları kamu kaynaklarının Avrupa Antlaşması kapsamında "devlet desteği" olarak değerlendirilmesi gerektiğini, iç rekabete zarar veren bu yayıncılara müdahale edilmesi gerektiğini savunmuşlardır.

1999-2012 yılları arasında Avrupa Komisyonu Rekabet Komiserliği kamu hizmeti yayıncılarına yönelik 37 dosyayı gündemine almış ve karara bağlamıştır.⁶ Bu şikâyetlerin niteliğine bakıldığında, 1990'lardan 2000'lere geçişte bir farklılık olduğu göze çarpmaktadır. Bu farklılığı, özel yayıncıların kamu hizmeti yayıncılarına karşı yürüttükleri lobi faaliyetleri üzerinden de izlemek mümkündür. İlk dönemde özel yayıncıların hedefi kamu hizmeti yayıncılarının faaliyet alanlarını

•••

6 Bu dosyaların içeriklerine ve alınan kararlarla ilgili bilgiye ulaşmak için, bkz. http://ec.europa.eu/competition/state_aid/legislation/specific_rules.html (Erişim tarihi: 20.12. 2013)

daraltmak (özellikle eğlence ve spor alanlarında) ve tematik kanallar açmalarını engellemektir (Ward, 2003). Bu nedenle özel yayıncılar sıklıkla “piyasa tökezlemesi” (*market failure*) argümanını⁷ kullanmakta, kamu hizmeti yayıncılarının faaliyetlerini genişlettikleri alanlarda piyasa tökezlemesinin olmadığını, bu alanların kendilerine bırakılması gerektiğini savunmaktadırlar. Özel yayıncılar, kamu hizmeti yayıncılarının pazarda kârlı görülme-yen ya da riskli bulunan alanlarda faaliyet göstermelerinin sağlanmasını talep etmiş ancak kamu hizmeti yayıncılığını dar bir tanım ve faaliyet alanı içerisinde marjinalleştirme-yeye yönelik bu çaba karşılık bulmamıştır. Kamu hizmeti yayıncılarının (özellikle bu yayıncıları temsilen Avrupa Yayın Birliği), Avrupa Parlamentosu’nun, Avrupa Komisyonu Kültür Komiserliği’nin ve çeşitli üye ülkelerin bulunduğu karşı lobi, kamu hizmeti yayıncılarının izleyicilerinin taleplerini karşılamakla yükümlü olduklarını, güçlü bir Avrupa görsel-ışitsel sektörünün yaratılmasının kamu hizmeti yayıncılarının girişimleri olmadan mümkün olmadığını savunmuşlardır.

1990’ların sonuna kadar Avrupa Birliği’nin, özellikle Komisyon’un, kamu hizmeti yayıncılarına karşı tutumu aslında tam bir “arada kalma” olarak değerlendirilebilir. Bu dönem bir yandan Avrupa Birliği’nde kamu hizmetlerine yapılan vurgunun arttığı bir dönemdir. Michalis, Avrupa Birliği’nin ulus-devlet odaklı Avrupalılık kimliğinden, siyasal ve yurttaşlık hakları etrafında örgütlenen ulus-ötesi bir vatandaşlık anlayışına doğru evrilmesini tayin eden sürecin bu vurguyu ön plana çıkardığını dile getirmektedir (2010: 187). Maastricht

7 Yayıncılık alanında piyasa tökezlemesi kavramı, kamu hizmeti yayıncılarının özel yayıncılar tarafından kârlı görülmediği ya da riskli bulunduğu için sunulmayan, ancak toplumsal yaşam için önemli olan kültür, sanat ve haber gibi önemli içerikleri üretmek pazardaki boşluğu doldurmaları anlamına gelmektedir. Bu anlayış çerçevesinde, özel yayıncılar daha çok kâr elde etme güdüsüyle birbiriyle sürekli rekabet ettikleri için daha çok izleyiciye ulaşma garantisi veren popüler içeriklere yönelecek ve temelde “eğlence” odaklı programlar üretmek yayıncılıkta bir standartlaşmaya neden olacaklardır. Kamu hizmeti yayıncılarından beklenen rol, standartlaşma sonucu ortaya çıkan bu boşluğu doldurmalarıdır. Yayıncılıkta piyasa tökezlemesi ve yeni medya ortamında bu kavramın farklı açılımları için, bkz. Armstrong ve Weeds (2007), van Dijk vd. (2006).

Antlaşması ile kültürel konuların Birliğin yetki ve sorumluluk alanına dâhil edilmesi ve kamusal çıkar yükümlülüğünün etkin bir şekilde gerçekleştirilmesinin rekabet kurallarının uygulanmasından daha öncelikli olduğu ilkesinin benimsenmesi bu açıdan son derece önemlidir. Diğer yandan, kamu hizmeti yayıncılarının finansmanına ilişkin tartışma liberaller ile müdahale taraftarları arasındaki çatışmanın yeniden alevlenmesine neden olmuştur (Wheeler, 2004: 353). Komisyon'un içerisinde Rekabet ile Enformasyon Toplumu komiserlikleri, çok geniş olarak tanımlanmış ve faaliyetleri itibariyle özel yayıncıların yatırım yapmalarını riske atan bir kamu hizmeti yayıncılığı anlayışına çekinceyle yaklaşmışlardır. Oysa aynı tarihlerde (1995-1996) Avrupa Komisyonu Başkanı, Avrupa Birliği Kültür Bakanları, Avrupa Parlamentosu ve üye ülkelerden Fransa ile Almanya her ortamda güçlü bir kamu hizmeti yayıncılığı modelinin Avrupa için önemli olduğunu ve kamu yayıncılarının desteklenmesi gerektiğini savunmuşlardır (Levy, 1999; Michalis, 2010). Bütün bu tartışmalar 1997 tarihi Amsterdam Antlaşması'nın hazırlık aşamasında yaşanmış ve bu lobi yazım sürecini etkilemiştir. Bu sayede Amsterdam Antlaşması'nda kamu hizmetleri Birliğin temel değerleri arasında sayılmakla kalmamış, antlaşmaya eklenen 32. protokol (Kamu Hizmeti Yayıncılığı Sistemi Hakkındaki Protokol) ile üye ülkelerin kamu hizmeti yayıncılarını finanse etmeleri meşru ve gerekli görülmüştür. Kamu hizmeti yayıncılığının her toplumun "demokratik, sosyal ve kültürel gereksinimleri ve çoğulcu medyanın korunması gereksinimiyle doğrudan ilişkili" olduğunu onayladıkları ifadesiyle başlayan "Amsterdam Protokolü", kamu yayıncılarına sağlanacak desteğin koşullarını şu şekilde belirlemiştir:

Avrupa Topluluğu Kuruluş Anlaşması hükümleri, söz konusu finansmanın her bir üye Devlet tarafından tevdi edildiği, tanımlandığı ve düzenlendiği şekilde kamu hizmeti görevinin yerine getirilmesi için yayın kuruluşuna tahsis edilmesi ve ayrıca kamu hizmeti gereksinimlerinin sağlanması da göz önünde bulundurulduğunda, söz konusu finansmanın, topluluktaki ticaret ve rekabet şartlarını ortak yarara aykırı olabilecek düzeyde etkilememesi koşulu ile, Üye Devletlerin kamu hizmeti yayıncılığı finansmanını sağlama yetkisine zarar verici etki yapmayacaktır (Vurgu bana ait).

Amsterdam Protokolü bazı çevrelerce kazanım olarak görülse de var olan sorunları çözemediği gibi yeni sorunların da gündeme gelmesine neden olmuştur. Protokol'de ilk dikkati çeken unsur, neyin kamu hizmeti yayıncılığı olduğuna ilişkin bir tanım yapılmaması, kamu hizmeti yayıncısının görev ve misyonuna ilişkin tanımın üye devletlere bırakılmasıdır. Burada üye ülkelerden talep edilen, yapacakları bu tanımı yasal bir düzenlemeyle yayıncı kuruluş(lar)a tevdi etmeleridir. Özel yayıncıların kamu hizmeti yayıncılığının faaliyet alanının daraltılmasına yönelik talepleri açısından bakıldığında, bu tür bir düzenleme kamu yayıncıları açısından bir kazanım olarak görülebilir. Ancak, diğer yandan, Amsterdam Protokolü kamu yayıncılığının faaliyet alanını doğrudan "ticaret" ve "rekabet" kavramlarıyla ilişkilendirmekte (Bardoel ve Ferrell Lowe, 2007), yayıncılığın gerek ekonomik gerekse sosyo-kültürel açıdan başka hiçbir alana benzemeyecek ölçüde karmaşık bir mesele olduğu göz ardı edilmektedir. Bu anlamda Amsterdam Protokolü, Avrupa Birliği'nde kültürel öncelikler ve gereklilikler ile ekonomik çıkarlar arasındaki gerilimin bir kez daha su yüzüne çıktığı, her ikisine birden vurgu yaptığı için uygulamadaki sorunlara çözüm getirmekten oldukça uzak bir düzenlemedir. Bu nedenle, asıl mevzuatın oluşabilmesi ancak bu protokolün nasıl uygulanacağına ilişkin 2001 ve 2009 yıllarında iki tebliğin yayınlanması ile mümkün olmuş ve özel yayıncılar şikâyetlerini Komisyon gündemine taşımayı sürdürmüştür.

2000'lere gelindiğinde özel yayıncıların kamu hizmeti yayıncılarına yönelik şikâyetlerinin niteliği değişmeye başlamıştır. Bu süreçte internet, yayıncılar için yeni hizmet ve iş modellerinin tasarlanabileceği bir mecra olarak ön plana çıkmıştır. Avrupa Birliği küresel ekonomik baskıların bu denli yoğun olduğu bu dönemde "dijital ekonomi"yi Avrupa'da büyümenin gerçekleşeceği ve yeni istihdam olanakları yaratacak en önemli alan olarak ön plana çıkarmıştır. Bu bağlamda özel yayıncılar, bir taraftan internetin başını çektiği yeni medya alanından kamu hizmeti yayıncılarını uzak tutmaya çalışmakta, diğer yandan politika yapım ve uygulama süreçlerinin şeffaflaştırılması ve bu süreçlere daha çok dâhil edilmeleri yönündeki baskılarını sürdürmektedir (Donders ve Raats, 2012). Yeni medya ve mobil iletişim alanında yaşı-

nan gelişmelerin gerek Birlik açısından gerekse üye ülkeler nezdinde yayıncılığın kabul gören düzenleme araçlarını etkisizleştirilmesi kamu hizmeti yayıncılığının finansmanına yönelik tartışmayı daha da derinleştirmiştir. Bu nedenle, Amsterdam Protokolü'nün nasıl uygulanacağı konusuna açıklık getirmek için kaleme alınan 2001 tebliği yeni gelişmeler karşısında yetersiz kalmıştır. Bu yetersizlik sonucu ortaya çıkan karmaşa 2009 yılında ikinci tebliğin yayınlanmasına kadar sürmüştür. Son tebliğin yayınlanmasıyla birlikte kamu hizmeti yayıncılarının faaliyetlerine ve bu faaliyetlerin finansmanına ilişkin temel dayanağı Avrupa rekabet hukuku kuralları olan, oldukça karmaşık ve uygulamada birçok sorun içermeye devam eden bir mevzuat çıkmıştır.

Avrupa Rekabet Hukuku Açısından Kamu Hizmeti Yayıncılığının Finansmanı ve Amsterdam Protokolü'nün Uygulanmasına İlişkin Birinci Tebliğ

Avrupa Antlaşması'nda rekabet ve devlet destekleri konusunda bir dizi madde⁸ arasında ilişki kurulmakta ve istisnaları da içerecek şekilde bir düzenleme çerçevesi sunulmaktadır. Bu çerçeve aslında özel yayıncıların iddia ettikleri gibi kamu hizmeti yayıncılığının finansmanı konusunda Birliğin kolaylıkla hüküm vermesini sağlayacak netlikte değildir. Avrupa Komisyonu Rekabet Komiserliği'nin önüne gelen şikâyet dosyalarını çoğunlukla kamu hizmeti yayıncılarının lehine sonuçlandırması da bu sorunu geçersiz kılmamaktadır.

Antlaşma kapsamında, ilk olarak, 101. Madde, "Üye devletlerarasındaki ticareti etkileyebilecek nitelikte olan ve amacı veya etkisi iç pazardaki rekabetin engellenmesi, kısıtlanması veya bozulması olan" tüm girişimlerin ortak pazarla bağdaşmaz nitelikte ve yasak olduğu hükmünü getirmektedir. İlgili 106. Madde ise yine 101. Madde'ye gönderme yapmakta ve üye devletlerin söz konusu maddenin yanı sıra

•••

8 Burada aktarılabilecek olan Antlaşma maddeleri aksi belirtilmedikçe 1 Aralık 2009 tarihinde yürürlüğe giren Lizbon Antlaşması'ndaki numaralandırma esas alınarak kullanılmıştır.

Antlaşma'nın ayrımcılığı düzenleyen 18. ve Konsey'in bu alanda düzenleme yapmak konusunda yetki koşullarını belirleyen 109. Maddelerine aykırı tedbirler alamayacaklarını belirtmektedir. Aynı maddenin ikinci bendinde genel ekonomik yarar hizmetlerini (kamu hizmeti) yürüten teşebbüslere bir istisna getirilmiş⁹ ve son bendinde Komisyon'un bu maddenin uygulanmasını sağlayacağı ve gerektiğinde buna yönelik düzenleme yetkisini kullanacağı ifade edilmiştir. Özel yayıncıların kamu hizmeti yayıncılarının kullandıkları kaynakların devlet desteği olduğu iddiasını dayandırdıkları madde ise Birlik içerisinde devlet desteklerinin koşullarını belirleyen 107. Madde'dir. Bu maddeye göre;

Bir üye devlet tarafından veya devlet kaynakları vasıtasıyla herhangi bir şekilde verilen ve belirli teşebbüsleri veya belirli ürünlerin üretimini kayıracak rekabeti bozan veya bozma tehlikesi yaratan her türlü destek, üye devletler arasındaki ticareti etkilediği ölçüde, iç pazarla bağdaşmaz.

Bu madde özel yayıncıların iddiaları bağlamında değerlendirildiğinde, kamu hizmeti yayıncılarının kullandıkları kaynaklar özünde devlete aittir; hükümetler bu kaynakları kamu hizmeti yayıncılarının kullanımına sunarak onları özel yayıncılar karşısında kayırmakta ve kamu hizmeti yayıncıları bu kaynakları rekabeti ve ticareti bozacak şekilde (örneğin reklam ya da program ücretlerini etkileyerek) kullanmaktadır. Ancak, Donders'in detaylıca tartıştığı gibi, bu üç ölçüt de sorundur (2009: 7-8).¹⁰ Vatandaşlardan toplanan lisans ücretleri pekâlâ onların yayıncılığa doğrudan katkıları olarak düşünülebilir. Bu yükümlülüğün yaratılmasında ve ücretlerin belirlenmesinde yetki hükümetlerde olduğu için Komisyon bu kaynakları devlet desteği

•••

9 Söz konusu istisna şu ifadeyle tanımlanmıştır: "Genel ekonomik yarar hizmetlerini yürütmekle görevli veya gelir amaçlı tekel niteliği taşıyan teşebbüsler, kendilerine verilmiş belirli görevlerin ifasını hukuken veya fiilen engellemek kaydıyla, Antlaşmalar'da yer alan kurallara, özellikle rekabete ilişkin olanlara tabidir. Ticaretin gelişimi, Birliğin çıkarlarına aykırılık teşkil edecek ölçüde etkilenmemelidir." (106/2)

10 Bu maddenin Avrupa hukuk tekniği açısından taşıdığı sorunlara ilişkin daha teknik bir değerlendirme için bkz. Ross (2000).

olarak kabul etmektedir. Ayrıca, hükümetler kamu hizmeti yayıncılığını onları kayırmak için değil, belirli bazı toplumsal, kültürel ve demokratik faydaların yaratılmasını sağlamak amacıyla desteklemektedir. Birliğin kamu hizmeti yayıncılığını genel ekonomik yarar hizmetleri kapsamında tanımladığı göz önünde bulundurulduğunda, kamu hizmeti yayıncılarının kullandıkları kaynakların devlet desteği değil, kamu hizmeti yükümlülüklerini yerine getirmek için devlet tarafından karşılanan bir “tazminat” (compensation) olduğu da pekâlâ düşünülebilir. Diğer yandan, Komisyon’un Avrupa Antlaşması’nın Madde 107/3-d çerçevesinde sahip olduğu, kültürel gelişimi teşvik amacıyla sağlanan devlet desteklerini onaylama yetkisini kamu hizmeti yayıncılığının finansmanına ilişkin kararlarında hiç kullanmamış olması da ilginçtir. Bunun yerine Komisyon her defasında kamu hizmeti yayıncılarının aldıkları devlet desteklerinin istisna kabul edilmesi gerektiğini, kamu hizmeti teşebbüslerine yönelik beklentilerin varlığını onaylayan ve bu teşebbüslerin Antlaşma’nın getirdiği şartlara hangi koşullarda tabi olduklarını tanımlayan Madde 106/2’ye¹¹ gönderme yaparak savunmuştur (Humphreys, 2009b).

Avrupa Komisyonu, Amsterdam Protokolü’nün nasıl uygulanacağı konusuna bir açıklık getirerek mevzuata tutarlılık kazandırmak ve şikâyetleri vaka bazında değerlendirmeyi sonlandırabilmek amacıyla 15 Kasım 2001 tarihinde bir tebliğ yayınlamıştır (Wheeler, 2004: 354; Michalis, 2010: 189). Tebliğ bir yandan kamu hizmeti yayıncılığının önemine vurgu yaparken, diğer yandan devlet tarafından finanse edilen yayıncıların varlığının tüm oyuncuların adil ve eşit şartlarda yarışacağı bir rekabet ortamının (level playing field) sağlanmasına yönelik olarak endişe yarattığına işaret etmektedir (prg 3). Bu tebliğ çerçevesinde Komisyon, kamu hizmeti yayıncılarının mevcut finansman biçiminin Avrupa Antlaşması’nın hükümleri uyarınca devlet desteği olarak değerlendirilmesi gerektiğini onaylamakla birlikte, kamu hizmeti yükümlülüklerinin “açık” bir şekilde tanımlanması, yayıncı kuruluşa resmi olarak “tevdil edilmesi” ve destek miktarının yayıncı kuruluşun yükümlülüklerinin maliyetini aşmayacak şekilde

•••

11 Bu madde 8 nolu dipnotta alıntılanmıştır.

“ölçülü” olması durumunda bu desteğin istisna olarak değerlendirileceğini belirtmiştir (prg 29). Komisyon ayrıca üye ülkelerden kendi kamu hizmeti yayıncılarının belirtilen yasal çerçeve içerisinde faaliyet gösterip göstermediklerini kontrol etmelerini talep etmiş, son olarak ise, kendi sorumluluk alanını tanımlayarak kamu hizmeti yayıncılarına tevdi edilen yükümlülüklerde “bariz hata” olup olmadığını saptamak, bunların yerine getirilmesi amacıyla sağlanan desteklerin tanımlanan yükümlülüklerle ilişkisinin orantılı olup olmadığını değerlendirmek hususlarında kendisini yetkili kılmıştır. Komisyon neyin kamu hizmeti faaliyeti olduğuna ilişkin tanımı üye ülkelere bırakmış olmasa da, bu tanımın açıklığına yönelik beklentisinin somut anlamda neye karşılık geldiği tebliğdeki çelişkili ifadelerden dolayı belirsizdir (Donders, 2009). Komisyon bir yandan Amsterdam Protokolü’ne gönderme yaparak kamu hizmeti yayıncılarının faaliyetlerinin “her toplumun demokratik, sosyal ve kültürel ihtiyaçları”yla ilişkilendirilmesini talep ederken (prg 11), diğer yandan “geniş bir tanımın meşru olarak değerlendirilebileceğini” (prg 33) söylemiş, aynı metnin başka bir kısmında ise “tanım mümkün olduğunca net olmalıdır” (prg 37) ifadesini kullanmıştır. Bu tür çelişkiler özellikle kamu hizmeti yayıncılarının yeni medya alanındaki faaliyetlerinin ne kadarının kabul edilebilir olduğuna ilişkin bir sorun yaratmıştır. Avrupa Komisyonu’nun kamu hizmeti yayıncılarından yeni medya faaliyetlerini geleneksel yayın format ve içerikleriyle ilişkilendirerek tasarımları yönündeki beklentisi tam da böylesi bir belirsizliğin ürünüdür (Michalis, 2010: 187).¹²

Tebliğde yer alan ve kamu hizmeti yayıncılarına sağlanan destek miktarının bu yayıncılardan talep edilen faaliyetlerin maliyetiyle orantılı olması koşulu da uygulamada oldukça sorun yaratmıştır. Donders ve Pauwels’in (2008) belirttiği gibi, yayıncılıkta maliyet hesaplaması oldukça karmaşık bir işlemdir. Komisyon’un bu ikisi arasında bir aşırılık olup olmadığını denetleyebilmesi için öncelikle yayıncıların tut-

•••

12 Komisyon bu beklentisini ilk olarak BBC’nin internet üzerinden “Dijital Müfredat” (BBC Digital Curriculum) adıyla gerçekleştirmeyi planladığı e-öğrenim projesi kapsamında 2003 yılında gündeme gelen tartışmada dile getirmiştir. Bu projenin süreci ve ilgili diğer tartışmalar için, bkz. Michalis (2012).

tukları mali hesapların saydam olması gerekir. Komisyon, Danimarka (TV2/Danmark) ve Hollanda (NOS) kamu hizmeti yayıncılarıyla ilgili aldığı iki kararda devlet desteğinin orantısız olduğuna hükmetmiş ve yayıncıların aleyhine karar vermiştir. Komisyon'un her iki kararı da ilgili hükümetler ve yayıncılar tarafından eleştirilmiş, İlk Derece Mahkemesi Hollanda yayıncısı NOS'la ilgili kararı Komisyon'un karar gerekçelerini yetersiz bulunarak iptal etmiştir (Donders, 2009: 20).

Avrupa Antlaşması'nda devlet desteklerine ilişkin hükümlerin sınırlılıkları, sadece yayıncılık alanında değil, diğer sektörlerde gündeme gelen şikâyetler nedeniyle de Avrupa Komisyonu açısından sorun yaratmayı sürdürmüştür. Yayıncılık alanındaki durumu değiştirmese de, Avrupa Adalet Divanı'nın, "Altmark Davası" olarak bilinen, Alman otobüs taşımacılığıyla ilgili davaya ilişkin Temmuz 2003'te verdiği karar diğer sektörler açısından yeni bir hukuki bağlam oluşturmuştur¹³. Divan hükmü uyarınca bir kuruluşa sağlanan teşvik aşağıdaki koşulları sağlamadığı sürece devlet desteği olmaktan çıkmaktadır:

Kamu hizmeti yükümlülüklerinin açıkça belirtilmiş olması (prg 89);

Destek miktarının önceden belirlenmiş, nesnel ve şeffaf ölçütler kullanılarak hesaplanması (prg 90);

Desteğin kamu hizmeti yükümlülüğünü gerçekleştirmek için gereken bedelden fazla olmaması (prg 92);

Hükümetlerin teşvik sağlayacakları kamu hizmetlerini açık ihaleye sunması, böyle bir ihalenin yapılmadığı durumlarda ise verilecek desteğin miktarının "aynı şartlar altında, iyi yönetilen ve mali durumu üstlendiği kamu hizmetini gereği gibi yerine getirmesine olanak verecek bir şirket" temel alınarak belirlenmesi (prg 93).

Görüldüğü gibi, Altmark Kararı, Avrupa Komisyonu'nun Amsterdam Protokolü'nün uygulanması hakkında 2001 yılında yayınladığı tebliğde getirilen koşullara çok yakın ölçütler içermektedir. Komisyon kamu hizmeti yayıncılarına yönelik daha sonraki şikâyet değerlendir-

•••

13 Altmark Davası ile ilgili olarak, bkz. Klass (2013), Geilmann ve Ottanelli (2012).

melerinde Altmark Kararı'na gönderme yapmış, şikâyete konu olan kamu hizmeti yayıncılarının aldıkları devlet desteklerinin Altmark Kriterleri'nin hepsini bir arada sağlamadığını belirtmiştir (Avrupa Komisyonu, 2005).

Son Durum: 2009 Yılında Yayınlanan İkinci Tebliğ ve İngiltere'nin Etkisiyle Mevzuata Dâhil Edilen Yeni Uygulamalar

Amsterdam Protokolü'nün nasıl uygulanacağına ilişkin ilk tebliğ 2001 yılında yayınlandığında yeni medya ve mobil iletişim alanlarında yaşanan gelişmelerin yayıncılığı nasıl etkileyeceği henüz bir netlik kazanmamıştı. Geçen sürede bu etki hızla kendini göstermeye başladı ve gerek özel yayıncılar gerekse kamu hizmeti yayıncıları bu yeni mecraları yaratıcı bir şekilde kullanarak yeni hizmetler sunmaya başladılar. Bu yeni hizmetler 1980'lerden beri şekillenmekte olan yayıncılık, bilişim ve telekomünikasyon sektörleri arasındaki yöndeşme sürecinin son evresini oluşturdu. Bu süreçte yayıncılık pratikleri hızla değişirken, yayıncılığı düzenleyen politika araçları somut durumun gerisinde kalarak etkisini yitirdi. Yeni bir düzenleme çerçevesi oluşturmaya ilişkin tartışma Avrupa Birliği'nde en yoğun olarak Sınırsız Televizyon Direktifi'nin 2002 yılında başlayan gözden geçirme çalışmaları sürecinde yaşandı. Oldukça detaylı iki ayrı danışma sürecinin sonunda Aralık 2005'te ortaya çıkan taslak iki yıl daha tartışıldı ve 19 Aralık 2007 tarihinde onaylandı. "Görsel İşitsel Hizmetler Direktifi" olarak adlandırılan yeni direktifte yayıncıların yeni medya ortamında gerçekleştirdikleri faaliyetler de düzenleme kapsamına alındı. Yeni düzenleme çerçevesi uyarınca yayıncıların geleneksel televizyon aracılığıyla sundukları hizmetler "doğrusal hizmet" olarak tanımlanırken, başta internet olmak üzere yeni medya mecraları üzerinden sundukları hizmetler "doğrusal olmayan hizmetler" olarak adlandırıldı. Bu ayırım söz konusu hizmetlerin nasıl düzenleneceğine ilişkin bir ölçüt oluşturdu. Direktifte belirlenen iki aşamalı regülasyon çerçevesine göre, doğrusal hizmetlerin, Sınırsız Televizyon Direktifi'nde olduğu gibi daha

kati düzenlenmesi öngörülürken, doğrusal olmayan hizmetlerin düzenlenmesinde daha esnek bir çerçeve belirlendi (Sümer, 2010).

Yeni medya ve mobil iletişim alanında yaşanan gelişmelerin etkisiyle yayıncılık regülasyonunun çerçevesinin değişmesi kamu hizmeti yayıncılarının bu yeni alanlardaki faaliyetlerinin nasıl değerlendirileceği sorusunu bir kez daha ön plana taşıdı. Görsel İşitsel Hizmetler Direktifi'nin onaylanmasının ardından Avrupa Komisyonu kamu hizmeti yayıncılığının finansman koşulları hakkında yayınladığı 2001 tebliğinin gözden geçirilmesi amacıyla bir danışma süreci başlattı. Bu sürecin sonunda kaleme alınan ve 2009 yılında yayınlanan ikinci tebliğde, ilk düzenlemede yer alan kamu hizmeti misyonunun üye ülkeler tarafından tanınması, yayıncı kuruluşlara tevdi edilmesi ve bu kuruluşların hükümetlerin belirleyeceği bir yöntemle izlenmesiyle ilgili ilkeler korundu. Ancak bu kez, kamu hizmeti yayıncılarının kamu hizmeti faaliyetleri ile ticari faaliyetlerinin muhasebesini ayırtmalarını ve tuttukları hesaplarda saydam olmaları istendi. Ayrıca kamu finansmanın sunulan hizmetlerin bedeliyle orantılı olmasına ilişkin koşulun nasıl değerlendirileceğine açıklık getirildi. Tebliğdeki en yeni ve en çok tartışma yaratan koşul şuydu: Komisyon bundan böyle kamu hizmeti yayıncılarının yeni bir hizmeti sunmadan önce ticari yayıncıların da dâhil edileceği bir öndeğerlendirme prosedürü gerçekleştirilmelerini talep ediyordu. Komisyon özel yayıncılarının sürece dâhil edilmesinin kamu hizmeti yayıncılarının faaliyetlerine yönelik şikâyetleri azaltacağını umuyordu (Donders, 2010). Sürecin sonunda cevaplanması gereken sorular tam da buna göre tasarlanmıştı. "Söz konusu yeni hizmetin toplumun sosyal, demokratik ve kültürel gereksinimlerini karşılamak açısından yarattığı değer nedir?" sorusuyla söz konusu hizmetin kamusal değeri tanımlanmaya çalışılırken, "bu hizmetin yayıncılık sektöründeki rekabet üzerinde olası etkisi nedir?" sorusuyla da bu hizmetin pazar etkisinin ortaya çıkartılması hedefleniyordu. Kamu hizmeti yayıncılarının bundan böyle tasarladıkları yeni hizmetler ancak kamusal değer ve pazar etkisi testlerinden geçtikleri takdirde işlerlik kazanacaktı.

Burada dikkat çekici olan ne kamusal değer ne de pazar etkisi testinin Avrupa Komisyonu'nun kendisinin tasarladığı araçlar olma-

masıdır. Komisyon'un benimseyerek kamu hizmeti yayıncılığının finansmanına ilişkin mevzuat çerçevesine uyarladığı her iki aracın kaynağı da İngiltere'dir. Kamusal değer, 1990'ların ortalarından itibaren İngiltere'de gündemde olan kamusal reform tartışmalarının anahtar kavramlarından biridir (Collins, 2007). BBC bu tartışmaya her on yılda bir kendisine ödenen lisans ücreti tutarının saptandığı Kraliyet Berati'nin 2007 yılı yenilenmesi öncesinde patlayan bir kriz nedeniyle dahil olmuştur (Humphreys, 2009b; Lee vd., 2011). 2003 yılında Irak'ta kitle imha silahlarının var olup olmadığı ve dolayısıyla İngiltere'nin Irak'a müdahalesinin meşru olup olmayacağı konusundaki tartışmada BBC'nin gündemin oluşmasına zarar veren tarzda bir habercilik yaptığı ilgili mahkemece tespit edilince bir kriz patlak vermiştir. BBC'nin yönetim kademesinde istifaların yaşandığı bu süreçte kurumun yeniden yapılandırılmasına yönelik bir tartışma başlamış, BBC yönetimi Haziran 2004'te tartışmalara cevaben kurumun yeniden yapılandırılması sürecinin yol haritasının çizildiği, "Kamusal Değeri Yaratmak" (Building Public Value) başlıklı bir rapor yayınlamıştır. Bundan böyle BBC'nin gerçekleştireceği yeni faaliyetlerin, kurumun üst yönetimi tarafından kamusal değer değerlendirmesine tabi tutulması ve bu faaliyetlerin özel sektör üzerindeki etkisinin düzenleyici kuruluş OFCOM tarafından tespit edilmesine yönelik iki farklı uygulama ilk kez bu raporda yer almıştır. Bu uygulamalar ilk kez 2007'de internet kullanıcılarının BBC'nin televizyon yayınlarına geriye dönük olarak bir hafta, radyo yayınlarına ise süresiz olarak erişmesine olanak tanıyan BBC i-player hizmetinin değerlendirilmesinde kullanılmıştır.

Avrupa Komisyonu İngiltere'de başlayan bu uygulamaları, 2009 tebliğine dâhil ederek Avrupa Birliği çapında yaygınlaştırmıştır. Almanya, İrlanda, Avusturya, Danimarka, Hollanda ve Belçika'nın Flaman Bölgesi, Avrupa Komisyonu'nun beklentisi doğrultusunda yayıncılık mevzuatlarını yeniden şekillendirerek kamusal değer ve pazar etkisi testlerini uygulamaya başlamıştır. Avrupa Komisyonu'nun üye ülkelerin yayıncılık mevzuatı üzerindeki etkisini savunanlar, bu testlerin kamu hizmeti yayıncılığının gelecekte üstleneceği rolü meşrulaştırdığını ve bu yayıncıların hesap verebilirliğini güçlendirdiğini savunmaktadır (Humphreys, 2009b). Ancak, 2009 tebliği ile oluş-

turulan mevzuata uyumlanma süreci üye ülkeler açısından birçok sorunu beraberinde getirmiştir (Donders, 2010; Donders ve Pauwels, 2010). Örneğin yayıncılık sisteminin eyaletler tarafından düzenlendiği ve ortak bir düzenleyici kuruluşun olmadığı Almanya’da bu testlerin nasıl yapılacağı uzun süre tartışılmış ve en sonunda Alman Anayasası’na uygun ve değerlendirme sürecinin bütünüyle kamu hizmeti yayın kuruluşları tarafından şekillendirildiği bir sistemin kurulmasında uzlaşılabilmiştir (Humphreys, 2009b). İskandinav, Flaman ve Hollanda kamu hizmeti yayıncıları küçük ülkelerin bu testleri uygulamalarının hem personel kullanımı hem de mali kaynaklar açısından külfet getireceğini dile getirmiştir (Donders ve Pauwels, 2010). En tartışmalı konu ise şüphesiz özel yayıncıların bu sürece nasıl ve ne ölçüde dâhil edileceğidir. Avrupa Komisyonu’nun, özel yayıncıların da dâhil edilmesini öngördüğü danışma sürecinin ve pazar etkisi değerlendirmesinin gereğinden fazla pazar odaklı yapılandırıldığını belirten Donders ve Raats, kamu hizmeti politikalarının belirlenmesinde gittikçe yerleşiklik kazanan bu çoklu-paydaş yaklaşımının müzakereci demokrasi için gerekli temel koşulları sağlamadığını savunmaktadır (2012: 164). Freedman (2008) ise, kamusal değer testinin İngiltere’de kamu hizmeti yayıncılığının disipline edilmesini de içeren daha genel bir neo-liberal medya politikası gündeminin parçası olduğunu dile getirmektedir.

Sonuç

Kamu hizmeti yayıncılık faaliyetlerinin kapsamını ve bu faaliyetlerin kamu kaynaklarıyla hangi koşullarda finanse edilebileceğine ilişkin şartları belirleyen Avrupa Birliği mevzuatı, yayıncılık alanının deregülasyonu sürecindeki son halkadır. Özel yayıncıların kamu hizmeti yayıncılarını haksız rekabet iddiasıyla Avrupa Komisyonu’na şikâyet etmeleriyle başlayan süreç, Amsterdam Protokolü’nün kabulüyle yeni bir aşamaya evrilmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığının Birlik açısından taşıdığı önemi vurgulayan ve kamu hizmeti yayıncılarının kamu kaynakları kullanılarak desteklenmesi kararını üye ülkelere

birakan Amsterdam Protokolü, ilk bakışta kamu hizmeti yayıncılarına özel yayıncıların şikâyetleri karşısında avantaj sağlayacak bir politika aracı gibi görünmektedir. Ancak, protokolün nasıl uygulanacağına ilişkin tebliğlerde yer alan koşulların kamu hizmeti yayıncılığının nasıl düzenleneceğine ilişkin birçok sorunu beraberinde getirdiği görülmektedir. Kamu hizmeti yayıncılığının, tek tek sunduğu hizmetlerin toplamı olmadığı düşünülürken, ayrı ayrı hizmetlerin kamusal değerinin ve özel sektör üzerindeki rekabet etkisinin değerlendirildiği bu uygulamaların kamu hizmeti yayıncılığı modelini bütünsel olarak nasıl dönüştüreceğini şimdiden kestirmek mümkün görünmemektedir. Avrupa Komisyonu şu ana dek ele aldığı şikâyetlerin iki tanesi hariç tümünde kamu hizmeti yayıncılarının kullandıkları devlet desteklerinin Birliğin rekabet kurallarına uymamakla birlikte istisna olarak kabul edilebileceğini karara bağlamış olsa da, yayıncıların uymakla yükümlü olduğu bu mevzuatın gelecekte bir baskı aracı olarak kullanılacağı düşünülebilir.

Avrupa’da yayıncılık artık, Birliğin “yaratıcı endüstriler” ve “dijital ekonomi” gibi başlıklar altında daha genel düzeyde politika üretme arayışında olduğu bir bağlam içerisinde değerlendirilmektedir. Bu, geriye dönülmesi yakın zamanda olası görünmeyen bir süreçtir ve Avrupa Birliği’nin başta Avrupa Komisyonu olmak üzere Birlik adına ortak politika yürütmekle yükümlü olan kurumlarının neo-liberal, serbest pazar kurallarını savunan, deregülasyon yanlısı ve rekabetin önemini vurgulayan politika yaklaşımlarıyla şekillenmektedir. İleriye dönük olarak izlenmesi önemli görünen süreç, Avrupa Birliği’nin 2020 yılına kadarki on yıllık büyüme stratejisinin belirlendiği yol haritasında önemli bir yer tutan “Avrupa İçin Dijital Gündem” girişimidir. Bu girişim çerçevesinde, başta Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi olmak üzere yayıncılığı doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen tüm Birlik müktesebatının ilgili politika araçlarının yeniden ele alınması kaçınılmaz görünmektedir. Böylelikle kamu hizmeti yayıncılığının Birlik içerisindeki konumuna, daha özelde ise kamu hizmeti yayıncılarına sağlanan devlet desteklerinin meşruiyetine ilişkin yeni tartışmalar gündeme gelecektir. Bu genel çerçeveden bakıldığında, kamu hizmeti yayıncılığının geleceği belirsizliğini hâlâ korumaktadır.

Kaynakça

- Armstrong, Mark ve Helen Weeds (2007). "Public Service Broadcasting in the Digital World". *The Economic Regulation of Broadcasting Markets: Evolving Technology and Challenges for Policy*. Paul Seabright ve Jürgen von Hagen (der.) içinde. Cambridge: Cambridge University Press. 81–149.
- Avrupa Adalet Divanı (2003). "Altmark Trans GmbH ve Regierungspräsidium Magdeburg v. Nahverkehrsgesellschaft Altmark GmbH and Oberbundesanwalt beim BVerWG Case", 24 Temmuz 2003, *European Court Reports*, 1-7747, C-280/00.
- Avrupa Komisyonu (1997). Üye Ülkelerde Kamu Hizmeti Yayıncılığı Hakkında Protokol, *Resmi Gazete* C340/109, 2 Ekim 1997, Brüksel: Avrupa Birliği Komisyonu.
- Avrupa Komisyonu (2001). Kamu Hizmeti Yayıncılığında Devlet Yardımı Kurallarının Uygulanması Hakkında Tebliğ, *Resmi Gazete* C320, 15 Kasım 2001, Brüksel: Avrupa Birliği Komisyonu.
- Avrupa Komisyonu (2005). "Public service broadcasting and state aid – frequently asked questions" *MEMO/05/73*, 03/03/2005 http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-05-73_en.htm Erişim tarihi: 10.12.2013
- Avrupa Komisyonu (2009). Kamu Hizmeti Yayıncılığında Devlet Yardımı Kurallarının Uygulanması Hakkında Tebliğ, *Resmi Gazete* C257/1, 27 Ekim 2009, Brüksel: Avrupa Birliği Komisyonu.
- Bardoel, Johannes ve Gregory Ferrell Lowe (2007). "From Public Service Broadcasting to Public Service Media. The core challenge." *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. Gregory Ferrell Lowe ve Johannes Bardoel (der.) içinde. Göteborg: Nordicom. 9-28.
- Bardoel, Johannes ve Lee d'Haenens (2008). "Reinventing public service broadcasting in Europe: Prospects, promises and problems." *Media, Culture & Society* 30(3): 337–355.
- Collins, Richard (1994). *Broadcasting and Audio-visual Policy in the European Single Market*. Londra: John Libbey.
- Collins, Richard (2007). "The BBC and public value." *Medien und Kommunikationswissenschaft* 65(2): 164–184.

- Donders, Karen (2009). "State Aid and Public Service Broadcasting: How Futureproof is the Remit of Public Broadcasting Organisations?" *IES Working Paper1*, Brussels: Institute for European Studies, VUB. www.ies.be Erişim tarihi: 20.11.2013.
- Donders, Karen (2010). "The benefits of introducing European competition principles into national public broadcasting policy." *Info - The journal of policy, regulation and strategy for telecommunications* 12(6): 56-68.
- Donders, Karen ve Caroline Pauwels (2010). "The introduction of an ex ante evaluation for new media services: 'Europe' asks it or public broadcasters need it?" *International Journal of Media and Cultural Politics* 6(2) 133-148.
- Donders, Karen ve Tim Raats (2012). "Analysing national practices after European state aid control: are multi-stakeholder negotiations beneficial for public service broadcasting?" *Media, Culture & Society* 34(2): 162-180.
- Freedman, Des (2008). *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity.
- Geilmann, Maria ve Marta Ottanelli (2012). "The fourth Altmarmark criterion - Ensuring competition and transparency through Public Procurement procedures in SGEIs." www.maastrichtuniversity.nl/web/Institutes/MCEL/Publications1/StudentPapers20112012.htm. Erişim tarihi: 25.08.2013.
- Harcourt, Alison (2005). *The European Union and the Regulation of Media Markets*, Manchester. MUP.
- Humphreys, Peter (1996). *Mass Media and Media Policy in Western Europe*, Manchester: Manchester University Press.
- Humphreys, Peter (2005). "The EU: An Agency for De-Regulation or Re-Regulation? A Case Study of Audiovisual Regulation." *3rd General Conference of the European Consortium for Political Research (ECPR)* 08 September 2005 - 10 September 2005. Budapest: Hungary.
- Humphreys, Peter (2009a) "EU Audio-visual Policy, Cultural Diversity and the Future of Public Service Broadcasting.", *Mediating Europe: New Media, Mass Communications and the European Public Sphere*. Jackie Harrison ve Bridgette Wessels (der.) içinde. New York/Oxford: Berghahn Books. 183-212.

- Humphreys, Peter (2009b). "EU State Aid Rules, Public Service Broadcasters' Online Media Engagement and Public Value Tests: the German and UK Cases Compared." *Interactions: Studies in Communication and Culture* 1(2): 171-184.
- John Lee, David, vd. (2011). "The Public Gets What the Public Wants? The Uses and Abuses of 'Public Value' in Contemporary British Cultural Policy", *International Journal of Cultural Policy* 17(3): 289-300.
- Klass, Max (2013). "The Impact of Altmark: The European Commission Case Law Responses." *Financing Services of General Economic Interest, Legal Issues of Services of General Interest*. Erika Szysszczak ve Johan Willem (der.) içinde. Hague: Asser Press. 33-51.
- Levy, David A. L. (1999). *Europe's Digital Revolution: Broadcasting Regulation, the EU and the Nation States*. Londra: Routledge.
- Lewis, David (2012). "The Situation of Public Broadcasting in Europe" *Conference: Future LRT Today: Public Broadcasting in the Changing Society*, VILNIUS, 20 Ocak 2012. <http://www3.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Knowledge/Publication%20Library/Speeches/2012.01.20-DL-Vilnius.pdf> Erişim tarihi: 25.01.2013.
- Michalis, Maria (2010). "Is the public interest under threat? Public service broadcasting, market failure and new technologies: the view from the European Union", *Interactions: Studies in Communication & Culture* 1(2): 185-202.
- Michalis, Maria (2012). "Balancing public and private interests in online media: the case of BBC Digital Curriculum." *Media Culture and Society* 34(8): 944- 960.
- Murdock, Graham ve Peter Golding (1999). "Common Markets: Corporate Ambitions and Communication Trends in the UK and Europe." *Journal of Media Economics* 12: 117-32.
- Picard, Robert G. (2002). "Research Note: Assessing Audience Performance of Public Service Broadcasters." *European Journal of Communication* 17(2): 227-235.
- Picard, Robert G. (2003). "Assesment of Public Service Broadcasting: Economic and Managerial Performance Criteria." *Javnost* 10(3): 29-44.

- Radaelli, Claudio M. (2000). "Policy Transfer in the European Union: Institutional Isomorphism as a Source of Legitimacy." *Governance* 13 (1): 25-43.
- Ross, Malcolm (2000). "State Aids and National Courts: Definitions and Other Problems – A Case of Premature Emancipation." *Common Market Law Review* 37: 401-423.
- Scharpf, Fritz W. (1996). "Negative and Positive Integration in the Political Economy of European Welfare States." *Governance in the European Union*. Garry Marks, Fritz W. Scharpf, Philippe C. Schmitter ve Wolfgang Streeck (der.) içinde. London: Sage. 15-39.
- Scharpf, Fritz W. (1997). "Introduction: the problem-solving capacity of multi-level governance." *Journal of European Public Policy* 4 (4): 520-538.
- Sjursen, Helene (2004). "Towards a Post-national Foreign and Security Policy?" ARENA Working Papers 04 (12) www.arena.uio.no/publications/wp04_12.htm. Erişim tarihi: 10.12.2013.
- Stemers, Janette (2003). "Public Service Broadcasting is not Dead Yet: Survival Strategies in the 21st Century" *Broadcasting and Convergence*. Gregory Ferrel Lowe ve Taisto Hujanen (der.) içinde. Göteborg: Nordicom. 123-136.
- Sümer, Burcu (2010). "Avrupa Birliği İle Uyum Süreci Bağlamında Türkiye'de Yeni Yayınçılık Yasası", *Mülkiye Dergisi* 269: 199-223.
- Taş, Oğuzhan (2006). "İletişim Alanında Yöndeşme Eğilimleri: Teknoloji, Pazar ve Düzenleme." *Kültür ve İletişim* 9(2): 33-62.
- Coppens, Tomas ve Frieda Saeys (2006). "Enforcing Performance: New Approaches to Govern Public Service Broadcasting." *Media, Culture & Society* 28(2): 261-284.
- Van Dijk, Machiel, vd. (2006). "Does Public Service Serve the Public? The Future of Television in the Changing Media Landscape." *De Economist* 154: 251-276.
- Ward, David (2002). *The European Union Democratic Deficit and the Public Sphere: An Evaluation of EU Media Policy*, Amsterdam: IOS Press.

Ward, David (2003). "State Aid or Band Aid? An Evaluation of the European Commission's Approach to Public Service Broadcasting." *Media, Culture and Society* 25(2): 233–50.

Wheeler, Mark (2004). "Supranational Regulation Television and the European Union." *European Journal of Communication* 19(3): 349–369.

Özgünlük ve Direniş Hikâyeleri: Popüler Müzikte Protesto Potansiyeli

Lyndon C. S. Way ve Cansu Süer
İzmir Ekonomi Üniversitesi

• • •

Özet

1980'li yıllardan itibaren Türkiye siyasetinde baskın olan siyasal partiler nasıl tanımlandıklarına bakılmaksızın neo-liberal ekonomi politikalarını benimsemiştir. Bu ekonomik program 2002 yılından bu yana iktidarda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) zamanında oldukça büyük bir ivme kazanmıştır. Ayrıca medya ve siyaset arasındaki yakın ilişkilerden dolayı hükümet söylemlerinin çoğu medyada yansıtılırken, protestolar da susturulmuştur. Pop müzik de gerek içeriği ve performansı, gerekse dağıtım ve yayınlanması açısından sıkı bir kontrol altında tutulmakta ve dolayısıyla istisna olmaksızın söz edilen medya unsurları arasında yerini almaktadır. Buna rağmen, bazı müzik videoları hükümet politikalarını eleştirmekten kaçınmamıştır. Bu çalışma, Mor ve Ötesi'nin Şirket adlı klibini görsel öğeler, şarkı sözleri ve ses özelliklerine göre değerlendirerek grubun neo-liberalizmi eleştirme biçimini açığa çıkarmayı amaçlamıştır.

Anahtar Sözcükler: Pop müzik, video, siyaset, Türkiye, protesto, çok modelli analiz, özgünlük

Stories of Authenticity and Resistance: Popular Music's Protest Potential

Abstract

Turkish governments, whether the governing Justice and Development Party (AKP) or the oppositional Republican People Party (CHP), have adopted neo-liberal economic policies since the 1980s. However, AKP has embraced these on an unprecedented scale. Many of these discourses are articulated in the media while protest is all but silenced due to close relations between media and politics in Turkey. Popular music is no exception, its content, performance, distribution and broadcasting closely scrutinized and controlled. Despite these conditions, some music videos question government policies. This paper analyses visuals, lyrics and sounds of Mor ve Ötesi's Şirket to reveal how neo-liberalism is criticised whilst the band is authenticated as legitimate protest musicians. It is argued that protests to neo-liberalism and band authenticity are articulated through abstractions and metaphor. As such, issues are blurred at the expense of more coherent arguments against neo-liberalism, thus questioning the role musical protest has in political debate in Turkey.

Keywords: Popular music, video, politics, Turkey, protest, multi-modal analysis, authenticity

Özgünlük ve Direniş Hikâyeleri: Popüler Müzikte Protesto Potansiyeli

Özgünlük ve protesto, popüler müzikle yakından ilişkilendirilen iki tartışmalı kavramdır. Kitlesele dinleyici için gene kitlesele olarak üretilmekle eleştirilen pop müzik, aynı zamanda karşı kültür yaratma, alternatif olma ve yıkıcı eleştiri yapma yöntemine ait değerler de atfedilerek hem akademik hem de popüler söylemlerde takdir görmektedir (Frith, 1988; Street, 1986; Brake, 1980; Hebdige, 1979; Adorno, 1941). Yıkıcı eleştiri derken bu çalışmada, “yıkmaktan” ziyade “temelini çürütme ve bozguna uğratma” (Collins English Dictionary, 2011) ve nispeten diğer daha sert eleştiriler kastedilmektedir. Bu sert eleştiriler yüzünden, Batı demokrasileri ve daha az hoşgörüyeye sahip ülkelerde pop müziğin sıkı bir siyasi denetime tabi tutulduğu bilinmektedir. İngiltere’de, BBC’de bazı şarkılar (The Sex Pistols’ın God Save the Queen şarkısı; Frankie Goes to Hollywood’ın Relax şarkısı) yasaklanırken, Kanada’da CD’lere uyarı etiketleri yapıştırılmaktadır. Türkiye’de ise popüler müzik (pop) ve siyaset yüzünden sansürler (Zülfü Livaneli, Edip Akbayram), tutuklama ve sürgünler (Cem Karaca, Ahmet Kaya) yaşanmıştır.

Bu çalışma, bir yandan pop müziğin popüler siyasi görüşler konusunda hükümetin baskın söylemlerine karşı direniş dile getirmek için nasıl kullanıldığını gösterirken, diğer yandan söz konusu müzisyenlerin nasıl “özgün” olarak kabul edildiği sorusuna yanıt aramaktadır. “Faydalı olma” unsuru da dâhil olmak üzere özgünlük hakkında yapılan tartışmalar konusunda pek çok şey yazılıp söylenmiştir (Moore, 2002). Son yapılan çalışmalar özgün olmanın dinleyici-

lerin şarkıcılara bir “samimiyet” veya “yürekten çalma” özelliği atfetmesi sebebiyle faydalı olduğunu göstermiştir (Moore, 2002: 210). Özgünlük sıfatının kazanılması sosyal, tarihsel unsurlara ve müziğin türüne bağlı olarak değişiklik gösterirken özgünlük kavramının kökeni, sanatsal yaratıcılığın toplumdan ziyade ruhtan geldiğine inanılan Romantik geleneğe dayanmaktadır (Machin, 2010). Bu inanışlar, özgün olanın “yerleşik” olanla çatışmasına yol açan karşıtlıkları vurgulamakta, dolayısıyla bu özelliği taşıyan bazı pop müzikler de yerleşik karşıtı bir söylem konumuna gelmektedir. Rock müziğin özgün olma özelliği, canlı performans sergilenmesinden ve yerleşik karşıtı duruşundan ileri gelirken, bağımsız rock ise saf ve şirketleşmemiş ideal değerleri ifade etmektedir (Machin, 2010; Hibbett, 2005; Straw, 1989; Frith, 1981). Müzisyenler yerleşik karşıtı siyasi söylemleri dile getirerek kendi özgün duruşlarını sergilemektedirler. Bu anlamda müzisyenler, kayıt şirketleri ve yöneticiler bu söylemleri dile getirmek için müzik, görünüş ve stil gibi semiyotik kaynaklara başvurmaktadır. Bununla birlikte, söz konusu kaynaklar iyi ifade edilmemiş olabileceği gibi grubun genel söyleminin sadece bir bölümünü de oluşturabilmektedirler.

Yerleşik karşıtı söylemler zaman zaman dile getirilmesine karşın, pop müzik ve siyaset arasındaki ilişki akademisyenlerin de kendi aralarında ortak bir noktaya ulaşamadıkları çelişkileri içermektedir (Hesmondhalgh ve Negus, 2002: 7). Sosyologlar üretim, siyaset, toplum ve tüketim kavramlarının pop müzikteki potansiyel anlamları nasıl sınır-

landırdığına işaret etmektedir (Frith, 1988 ve 1981; Street, 1986). Kurumsal bağlarla sınırlanırılmasına rağmen, müzik endüstrisi “piyasalar olumsuz bir şekilde etkilenmediği sürece” (Street, 1986: 107) müziği kontrol etme ihtiyacı duymaz, bu da bazı pop müzik örneklerinin eleştirel siyasetin bir parçası olmasına yardımcı olur. Söz konusu müziğin dile getirdiği sorunlar geleneksel politikalarla ilgili olmak zorunda değildir, bazen günlük politikalar da ele alınabilir (Street, 1986: 3). Bazı pop müzik örnekleri ve geleneksel politikalar arasında bir uyumsuzluk olduğu belirtilirken, pop müziğin yine de ulusal mücadeleler (bazı siyahî müzikler), boş vakitlerin değerlendirilmesine ilişkin politikalar (gençlik kültürü ve diskolar) ve her ikisinin bir kombinasyonu olan müziklerde (bazı feminist müzikleri) olduğu gibi diğerlerine oranla politik söylemleri daha iyi ifade edebileceği öne sürülebilir (Frith, 1988: 472). Street, pop müziğin siyasi söylemlerindeki anlam bulanıklığının neredeyse bir marka haline geldiğini belirtir (1986: 47). Street bu bağlamda “çiçek gücü”yle Afro-Amerikan Sivil Haklar hareketini, Billy Bragg ile Redskins’i karşılaştırarak performans açısından değerlendirir ve güçlü olduğu iddia edilen şarkı sözlerinde “belirsizlik ve bulanıklığın” nasıl ortaya çıktığını açıklar (1986: 67). Sonuç olarak bazı müziklerin siyasi söylemleri, yaklaşımları, formları ve stillerinde bu tarz girişimlerin daha başarılı olduğunu vurgulamıştır. Dolayısıyla “pop müzikteki siyasi söylemlerin okunması konusunda, sözlerin içerik analizi, performans sahibinin siyasi biyografisi ya da izleyicinin sosyolojik analizinden ziyade öncelikle müziksel formun kendisiyle başlanması gereği üzerinde durur (Street, 1986: 154).

Farklı disiplinlerden araştırmacılar, pop müziğin siyasi gücünün aslında dinleyici kitlesinde ve üstü kapalı, dolayısıyla bireysel yorumlara açık anlamlar içeren sözlerinde yattığını dile getirmektedir. Hebdige (1979), müziğin ana akım kültürden uzaklaşmak amacıyla nasıl kullanıldığı üzerinde dururken, Street, pop müzik politikalarının “şarkıda kişisel duygulara hitap edilmesi ve bu duyguların da tüm dünyayla ilişkilendirilmesiyle” ilgili olduğunu vurgular (1986: 7). Grossberg (1987), pop müzik politikalarının farklı müzik zevklerine ilişkin faaliyetlerde ortaya çıktığını belirtir. Aynı şekilde Huq ise neşeli ve hareketli müziğin geleneksel politikalarından ziyade daha çok

eğlence politikalarıyla ilgili olduğunu savunur (2002: 96). Bazı semiyotikçiler, pop müziğin anlam potansiyelini açığa çıkardığını göstermişlerdir.

Çok yaygın olması sebebiyle bu çalışma için pop müzik videoları (klipler) analiz konusu olarak seçilmiştir. Railton ve Watson'un da belirttiği gibi son zamanlarda "müzik videolarında tarihte hiç olmadığı kadar kültürel görsellik ve erişebilirlik" görülecek şekilde klip yayınlarında ve internet kanallarında bir artış olmuştur (2011: 5). Bu popülerliğe karşın, kliplerin çoğunlukla pazarlama aracı olarak kullanılmaları, aynı zamanda 1990'ların ortalarından bu yana klip araştırmalarının yapılmamasının da kısmi sebeplerinden biridir (Railton ve Watson, 2011: 2). Cinsiyet ve ırkçı politikalar (Railton ve Watson, 2011; Seidman, 1999; Cole, 1999) ile estetik konularına (Reiss ve Feineman, 2000: 23) odaklanan klip araştırmaları istisna olarak kabul edilebilir.

Goodwin'in (1993) klip analizi; daha çok kliplerin yapısı, formu, söylem tarzları ve sosyo-kültürel bağlamlarını ortaya çıkarmakta ve bu konular üzerinde yoğunlaşmaktadır. Shuker'in (2001) şarkı ve klip analizi; şarkı sözleri, müzik enstrümanları ile müziğin türü, tarihi ve algılanma şekli üzerine odaklanır. Ancak müzik öğelerinin analizi sadece birkaç cümleyle sınırlı kalmakta ve elinizdeki çalışmada geçen pop ve siyaset bağlamından oldukça ayrı düşmektedir. Bununla birlikte Frith (1993), müzik unsurlarının daha yakından incelenmesi gerektiğini öne sürmektedir. Frith'in önerisi, bu alandaki birçokları tarafından göz ardı edilmiştir. Lynskey'in (2010) protest müzik hakkındaki popüler kitabı geniş bir pop müzik aralığının protesto potansiyelini tartışmak için röportaj ve şarkı sözlerini ele almıştır. Hatta Railton ve Watson'ın (2011) klip analizi, neredeyse hiç müzik analizi yapmaksızın sadece görsel öğeler ve şarkı sözleri üzerinde durur.

Yöntem ve Örneklemenin Belirlenmesi

Çalışma kapsamında incelenen klipler, birkaç kritere göre seçilmiştir. İlk olarak seçilen kliplerin televizyonda geniş izleyici kitlesine

ulaşması veya internet tabanında yüksek sayıda tıklanması öngörül-
müş, ikinci olarak şarkının orijinal ya da geniş kitlelerce ulaşılabilecek
video klibine sahip olmasına dikkat edilmiştir. Üçüncü olarak, kliple-
rin AKP iktidarı döneminde yayımlanmış olmasına özen gösterilmiş
ve nihayet dördüncü olarak da, kliplerin hayranlarının gözünde eleş-
tirel bir bakış açısı taşımasına önem verilmiştir. Araştırmacılar bunu
belirlemek için, medya çalışmaları alanında okuyan üniversite öğren-
cilerine birçok klip arasından hangi klibin AKP'ye karşı eleştiri getir-
diği sorusunu yönelmiştir. Uygulamada kolaylık sağlaması sebebiyle,
eleştirel bakış açısını göstermek için seçilen kliplerden sadece biri
üzerinde durulmuştur.

Mor ve Ötesi, "Yılın Şarkısı Ödülü" ve MTV "Dünya Chart Exp-
ress" sıralamasında üçüncülük dâhil olmak üzere on kadar ulusal ve
uluslar arası ödül sahibi, siyasi açıdan aktif, başarılı bir rock grubudur.
2004 albümleri 250,000 üzerinde satış yapmış, 2006 yılı albümü *Rolling
Stone* dergisi tarafından "Yılın En İyi Albümü" ve gene *Blue Jean* der-
gisi tarafından "Yılın En İyi Rock Albümü" seçilmiştir. Bu albümün ilk
single parçası bu makalenin yazımı sırasında resmi videosu internette
175,000'in üzerinde tıklanan *Şirket* parçasıdır¹.

1995 yılından itibaren müzik piyasasında bulunan Mor ve Ötesi
grubu, siyasi konularda fikrini dile getirmekten çekinmemiştir. Bu
amaç doğrultusunda Mor ve Ötesi, Nisan 2011'de Grup Yorum'la
Bağımsız Türkiye konseri vermiş, gene aynı yılın Temmuz ayında
Kürtçe şarkı söylediği için protesto edilen Aynur Doğan'a destek kon-
serine katılmış, Ekim 2011'de Van depreminin ardından "Van'a destek
konseri" düzenlemiş ve yine 2007 yılında vurularak öldürülen Ermeni
asıllı gazeteci Hrant Dink için 2012 yılında "Hrant Dink'i anma" kon-
serine katkıda bulunmuştur. Son olarak 2013 yılı Haziran ayında per-
formanslarıyla Gezi Parkı protestolarına desteklerini göstermişlerdir.

•••

1 Klip görseli için bakınız <http://www.youtube.com/watch?v=BPvcJhVUs-8> Erişim
tarihi 01.06.2013

Söz, Müzik ve Görsel Öğeler Üzerine Eleştirel Bir Yaklaşım

Klip analizinde birçok yöntem olmasına karşın, bu çalışmada hem içeriğin hem de metnin incelendiği çok modelli sosyal semiyotik analiz kullanılmıştır. van Leeuwen araştırmacıların metindeki göstergelerin 'potansiyel anlamını' yakalamak için semiyotik sistemleri belirli bir bağlama oturtmak amacıyla tarihi ve sosyal konumlarına değinmesi gerektiğini belirtmiştir (1999: 8). Bu çalışmada inceleme konusu klibin şarkı sözleri, görsel ve müzikal öğelerinin anlamlarını tanımlayabilmek için AKP ve Türkiye'nin medya ortamına kısaca değinilmiştir. Bu yaklaşımın iki avantajı vardır: Birincisi, bu yöntem "belirli bir metindeki belirli bir olaya" ilişkin söylemlerin farklı şekilde dile getirilmesinde her kaynağın ayrı ayrı incelenmesine izin verir (Kress ve van Leeuwen, 2001: 29). İkincisi, söz konusu yöntem birçok klip analizinin görmezden geldiği bir konuyu yani müziği de dikkate alır. Goodwin, klip analizlerinin çoğunun "ele alındığı taktirde müziği soundtrack konumuna düşürecek şekilde" görsel öğeler üzerinde durduğunu belirtir (Goodwin, 1993: 4). Müzik öğelerinin yapısal analizinde karşılaşılan bu eksiklik pop müziğe ilişkin olarak gerçekleştirilen ilk sosyolojik çalışmalarda da, (Street, 1986; Frith, 1981 ve 1988) yapılan son klip analizlerinde de (Railton ve Watson, 2011) gözlenmektedir.

Çoklu model analizi temellerini, eleştirel söylem analizinden ve Halliday'in (1985) dilsel öğeler ve görsel tercihlerin metinde daha geniş söylemlere gönderme yaptığı fikrini öne sürdüğü fonksiyonel gramerinden almaktadır (Kress ve van Leeuwen, 2001). Bu yaklaşım metin içindeki söylemlerin sosyal yaşamın tekrar üretilmesinde etkili olacak belirli değerler ve fikirleri içerdiği görüşünü savunur ve çoklu model analizi de bu söylemleri ortaya çıkarmak için metinde geçen şarkı sözü, müzik ve görsel öğeler gibi çoklu semiyotik kaynakları inceler. Söz konusu analizin amacı, metin içerisinde hem açık bir şekilde hem de üstü kapalı olarak nasıl bir güç, eşitsizlik ve kâr ilişkisinin yer aldığını, üretildiğini veya meşru hale getirildiğini ortaya çıkarmaktır (van Dijk, 1993). Elinizdeki çalışmada pop müzik videoları şarkı sözleri, görsel öğeler ve müzikal öğeler gibi semiyotik kaynaklar ele alınarak incelenmiştir. Machin'in (2010: 77) de belirttiği gibi bu

kaynaklar klipler gibi müzik araçlarına sadece katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda “müzisyenlerin kimliklerine ilişkin olarak da söylemler” içerir. Bu çalışmada özellikle sosyal aktörlerin nasıl temsil edildiği üzerinde durulmuştur.

Şarkı sözleri ve görsel öğeler açısından bu çalışmada birçok akademisyen tarafından geliştirilen ve kullanılan sosyal semiyotik yaklaşım modeli uygulanmıştır (Machin, 2010 ve 2007; van Leeuwen, 2005, 1996 ve 1995; Kress ve van Leeuwen, 2001). Şarkı sözleri Machin’in (2010) önerileri yakından takip edilerek birkaç seviyede değerlendirilmektedir. Temel seviyede “şarkı sözlerinin gerisinde yatan sosyal değerleri” ortaya çıkarmak amacıyla “söylem şeması” ele alınmıştır (Machin, 2010: 78). Bu kısımda “şarkının derinlerinde yer alan kimlikler ve davranışlara ilişkin kültürel değerleri anlatan” karakterlerin üstlendiği rollere ilişkin ayrıntılar şarkı sözlerinden ayıklanmıştır (Machin, 2010: 81). Bir başka seviyede ise katılımcılar van Leeuwen (1996 ve 1995) ve Fairclough’un (2003) çalışmaları takip edilerek adlandırılma şekilleri ve eylemlerinin ifade tarzına göre analiz edilmiştir. Bu amaçla kimin kime ne yaptığı, katılımcıların daha aktif veya pasif olarak nasıl temsil edildiği soruları üzerinde durulmuştur. Son olarak, “yaratılmak istenen dünyayı” keşfetmek amacıyla katılımcıların buldukları ortam ve anlatılan olaylar incelenmiştir (Machin, 2010: 92). Burada Machin’in (2007) katılımcıların görsel temsiline ilişkin üç kapsamlı kategorisi kullanılmıştır. İlk kategori katılımcıların bakışlar, etkileşim açıları ve mesafeler açısından konumlandırılma şekillerini sorgular. İkinci kategori katılımcıların bireysel ve grup olarak ya da kültürel ve genel olarak temsilleri üzerinde durur. Son kategori ise eylemlerin temsiline inceler. Müziğin kendisi de van Leeuwen (1999) ve Tagg (1999, 1990 ve 1983) ve daha sonra Machin (2010) tarafından geliştirilen yöntemlerle analiz edilmektedir. van Leeuwen (1999) ses ögesinde anlama katkıda bulunan altı ana unsuru tanımlar. Bu unsurlar dinleyicilerin duyduğu sestən ziyade, sesin potansiyel anlamına ilişkin neler deneyimlediklerine ilişkin ipucu verir (van Leeuwen, 1999: 94). Müzisyenler sosyal mesafe, müziğin düzenine uyum, seslerin kendi arasındaki etkileşimi, melodi, sesin kalitesi, tınısı ve makamı aracılığıyla bu tür unsurları kullanırlar. Aslında yazılı

metinlere uygulanan sosyal aktör analizi ise kliplerde görsel olarak uygulanabilmektedir (Machin, 2007; van Leeuwen, 2005 ve 1999; Kress ve van Leeuwen, 2001). Çalışmada karışıklığı önlemek amacıyla, klibin analizinde metodoloji yukarıda belirtilen farklı kaynaklarla ele alınırken, diğer unsurlar incelemeye dâhil edilmemiştir. Analizi yaparken AKP'nin muhafazakâr Türkiye'sine karşı bazı kliplerin getirdiği eleştirel söylemler üzerinde durulması amaçlanmıştır.

Neo-Liberalizm, Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) ve Medya İlişkileri

Çalışma kapsamında kullanılan neo-liberalizm kavramı, Boas ve Gans-Morse'un (2009) makalesindeki tanım esas alınarak kullanılmıştır. Bu tanıma göre neo-liberalizm; fiyat kontrollerinin kaldırılması, sermaye piyasalarının deregülasyonu, ticaretteki engellerin kaldırılması, özelleştirme yoluyla devletin ekonomideki rolünün azaltılması, para arzının kontrol edilmesi, bütçe açıklarının giderilmesi ve hükümet sübvansiyonlarının kısıtlanması gibi bir dizi ekonomik politikayı içermektedir. 2002 yılından beri iktidarda olan AKP, neo-liberal ekonomi politikaları ve kalkınma planını sosyal ve dini muhafazakârlık çerçevesinde yürütmeyi hedefleyerek bu yöndeki gelişimi daha önceki hükümetlerde görülmeyen ölçüde hızlandırmıştır. (Sümer ve Yaşlı, 2010; Uzgel, 2010). AKP'nin resmi internet sitesinde piyasa ekonomisinde ekonomik liberalizm yaklaşımının tercih edildiği açıkça belirtilmiştir, ayrıca özelleştirmenin "daha akılcı ekonomik bir yapının oluşturulmasında en önemli araç" olduğu ve küreselleşmenin "devletin tüm ekonomik faaliyetlerden çekilerek, en az maliyetle" gerçekleştirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Uzgel'e göre "AKP İslam ve demokrasi arasında olduğu kadar, İslam ve neo-liberalizm arasındaki buluşmayı da temsil eder. AKP, dinin ekonomik gelişme ve modernleşmeyi engellemediğini ve hatta işadamlarının ekonomik başarısını destekleyeceğini savunmuştur" (2010: 24). Bu anlamda AKP hükümeti, küreselleşmeyi devletin gücünü zayıflatacak, kendisi ve ticari çıkarları için daha uygun bir ortam

haline getirecek bir fırsat olarak görmüştür. Örneğin, Uzgel'e göre AKP iletişim, ulaşım, sanayi ve enerji gibi birçok kamu kuruluşunu diğer hükümetlere oranla büyük oranda özelleştirmiştir (2010: 24). Ayrıca sosyal güvenlik kazanımlarının tasfiye edilmesine sebep olmuş, bu da bir tür "sadaka devleti" yaratmıştır (Sümer ve Yaşlı, 2010: 17). Bunun yanı sıra, Türkiye ekonomisinde bazı başarılarla beraber işsizlik ve yoksulluğun da artmasına sebep olmuştur. AKP halkın bu durumunu, yakıt ve yiyecek yardım paketleri dağıtarak kendi reklamlarını yapmak amacıyla kullanmıştır. Aynı zamanda, "TOKİ ve konut yapımını etkin bir hegemonya aracı olarak görmüştür. Dar ve orta gelirli aileler, AKP ve taraftar şirketler tarafından inşa edilen binaları satın almak amacıyla uzun vadeli ödemelerle AKP'ye parasal açıdan bağımlı hale gelmiştir" (Sümer ve Yaşlı, 2010: 15-16).

Kökeni İslami değerlere dayanmasına rağmen, AKP'nin söylemleri diğer İslami partilere göre daha ılımlı bir İslam anlayışına gönderme yapmaktadır (Kongar, 2012: 28). Ancak, Mustafa Kemal Atatürk'ün ilkelerini ve batıyla yakın ilişkileri savunan CHP'nin aksine AKP İslam dünyası ve Orta Doğu'ya daha çok yönelmiştir (Kongar, 2012). AKP, sembolik ve yasal değişikliklerle laik yasalara karşı sosyal olarak daha muhafazakâr yaklaşan bir partiyi temsil etmektedir. Örneğin, getirdiği bir yasayla kamu kurumlarında daha önce yasak olan türbanı yasal kılmıştır. AKP'nin sıklıkla eleştirildiği diğer bir konuya alkol politikalarıdır. Bu durum, alkol fiyatlarının aşırı artışı ve alkol lisansına sahip yerlerin lisans alımına getirilen kısıtlamalarla kendini göstermektedir.

Türkiye'deki müzik endüstrisi neo-liberalist politikaların yürütüldüğü, sosyal ve dini açıdan muhafazakâr ve sıkı hükümet kontrolünün olduğu bu ortamdan büyük ölçüde etkilenmiştir. Bu endüstri, büyük küresel kayıt şirketleri ve bağımsız kuruluşların yer aldığı milyon dolarlık bir endüstridir. Bağımsız müzik üretimi yerel kayıtlar ve dağıtım ile sınırlı olmakla beraber müzik endüstrisi genel olarak büyük şirketlerin kontrolü altındadır. Başka ülkelerde olduğu gibi televizyon ya da radyo, müzik dağıtımından büyük önem taşımaktadır. Ancak 1100 radyo ve 200 televizyon istasyonu olmasına karşın, Türkiye'deki medya devlet tarafından işletilen TRT ve beş özel

medya şirketinin kontrolündedir. Bu tekelleşme 1993 yılında özel yayınların başlaması ve takip eden özel şirket politikalarının bir sonucudur (Özgüneş ve Georgios, 2000: 410). Avrupa Gazeteciler Derneğine göre, bu sonuç gazete, radyo ve televizyon kanalları gibi çoklu sektörleri kontrolü altında bulunduran bir medya ortamından kaynaklanmaktadır. Bunun anlamı pop müzik dağıtımında Türk medya şirketlerinin büyük bir söze sahip olduğudur. Barış'ın da belirttiği gibi "Kral TV ve Number One TV müzik kliplerinin yayınlandığı, derecelendirildiği ve reklamının yapıldığı dolayısıyla Türkiye'de müzik piyasasını büyük ölçüde yönlendiren kanallardır" (2010: 1).

Türkiye'de medya şirketleri ve siyaset arasındaki ilişkiler oldukça yakındır, bu durum Hallin ve Mancini'nin (2004) medya ve politika bağlamında tanımladığı Akdeniz Modeline uygundur. Söz konusu modelde medyanın siyasi olarak yönlendirildiği, gazeteciler ve siyaset arasında paralelliğin görüldüğü, toplumda birçok farklı ideolojik çeşitlilik ve çatışma olması sebebiyle devletin medyanın sahibi, düzenleyicisi ve kurucusu olarak büyük rol oynadığı belirtilmektedir. Hallin ve Mancini bu modeli medyanın hükümetten daha bağımsız olduğu ve tarafsızlığı ön planda tutarak hükümete olan mesafesini koruduğu İngiltere, Amerika, Kanada ve İrlanda ülkeleriyle ilişkilendirerek Kuzey Atlantik Modeliyle karşılaştırmaktadır (2004: 67). Bu medyanın hükümet ideolojisinden tamamen bağımsız olduğu anlamına gelmemekte (Philo, 2007; Schudson, 2003; Chalaby, 1998), asıl fark yakınlık ve etkide görülmektedir. Türkiye'de medya şirketleri, aslında medya gelirleri açısından oldukça düşük kâr elde etmektedir, fakat söz konusu şirketler medya gelirlerini diğer ekonomik ve politik gelirlerini yönlendirmek amacıyla kullanmaktadırlar. Bu da medya, siyaset ve ticaret arasındaki ilişkilerin iç içe geçmesine sebep olmaktadır (Özgüneş ve Georgios, 2000: 414). Adı geçen ilişkiler, AKP hükümeti döneminde büyük artış göstermiştir. Sümer ve Yaşlı'ya göre, hükümet kendi medya ve iletişim kanallarını açarken mevcut medya kanallarının bir kısmını ele geçirmiş ve bir kısmı üzerinde de baskı kurmayı başarmıştır (2010: 16). AKP döneminde devlet televizyonu TRT'nin hükümetin sesi haline geldiği eleştirileri de oldukça artmıştır (Yanık, 2013: 24). TRT'ye ilişkin eleştiri Türkiye için yeni olmasa da, söz konu-

su eleştirinin hedefi AKP döneminde “medya ve medya unsurlarına ve dolayısıyla muhalif fikirlerin ifade edilmesine karşı uygulanan benzeri görülmemiş baskı oluşturulmasıdır” (Jenkins, 2012: 3-4).

Jenkins, Sabah-ATV grubunun 2007 yılında devlet tarafından ele geçirildiğini ve Erdoğan’ın yakınlarından birinin sahip olduğu Çalık grubuna satıldığını ve 2008 yılında Doğan grubunun sahip olduğu gazetelerde bu yakın ilişkilere dair skandal haberlerin görüldüğünü anlatır (2012: 3). Bunun öncesinde vergi kaçakçılığı suçlamasıyla ekstra cezalar kesilmiş, dolayısıyla AKP’ye karşı eleştirilerin azalması, açık sözlü davranan köşe yazarlarının işten çıkarılması ve son olarak da vergi cezalarının unutulması gibi gelişmeler yaşanmıştır. Son zamanlarda üyeleri Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından seçilen ve radyo ve televizyon faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemekle görevli RTÜK; Ulusal Kanal, Halk TV, Cem TV ve EM TV gibi kanallara Haziran 2013 Gezi Parkı protestolarını yayınlamalarından dolayı büyük cezalar uygulamıştır. Bu konuda RTÜK tarafından gösterilen gerekçe “Söz konusu kanalların şiddeti teşvik ettiği” (*Hürriyet*, 12.06.2013). Hükümet ve büyük şirketlerin bu gibi müdahaleleri sonucunda, medyanın üretim, dağıtım ve yayıncılık açısından sıkı etki ve kontrol altında olduğu söylenebilmektedir.

Mor ve Ötesi’nin Şirket Klibinin Çoklu Model Analizi

Mor ve Ötesi’nin *Şirket* şarkısı; kurumların kişisellikten uzak olması, çalışanların yabancılaştırılması ve yaşamın damarlarından çekilmesi gibi bir dizi neo-liberalizm karşıtı popüler söylemi dile getirir. Bu söylemler görsel öğeler, şarkı sözleri ve sesler gibi birçok semiyotik kaynaktan yararlanmakta ve söz konusu söylemin etkileyici, samimi ve özgün olmasına yardımcı olmaktadır. Şarkı sözü, görsel öğeler ve sestten oluşan bu üç semiyotik kaynak da, Mor ve Ötesi grubunu Türkiye’nin neo-liberal politikalarıyla ilgilenen özgün bir bağımsız grup olarak göstererek bağımsız rock estetiğine dikkat çekmektedir. Görsel öğeler, çalışanları zombiye dönüştüren bir virüsle temsil edilen ağgözlülük benzetmesiyle neo-liberalizm karşıtı söylemleri içe-

rirken, pek belirgin olmayan şiirsel bir havada yazılan şarkı sözleri ise isimsiz bir şirketin eylemlerini eleştirmektedir. Müzik öğeleri, tüm bu söylemleri vurgulamak için kullanılır. Hepsi birlikte neo-liberal ekonomik politikaları benimseyen hükümetlere karşı üstü kapalı bir protestoyu dile getirirken, grubu da bağımsız bir rock grubu olarak özgün kılar. Yukarıda belirtilen semiyotik kaynakların her biri, söylem içeri-sindeki rolleri belirtilerek analiz edilecektir.

Görsel Öğeler

Görsel söylem şeması, ofis çalışanlarını etkileyen ve onları birer zombiye dönüştüren bir virüs üzerine kuruludur. Şarkıyı çalan grup üyeleri söz konusu virüsten etkilenmemiştir ve dolayısıyla çalmaya devam ederler, grup şarkıyı çalmaya devam ettikçe çalışanların da hislerinin bir kısmı geri gelir ve kaçmak için girişimde bulunurlar. Böylece oluşturulan görsel şema, grup üyeleri ve çalışanlar arasındaki bir farkı belirginleştirir; çalışanlar enfeksiyona maruz kalırken grup enfeksiyona karşı korunmayı başarmıştır. Koşullar, sosyal aktörler ve hareketlerin temsili incelendiğinde ortaya çıkan fark sadece Mor ve Ötesi'ni özgün bir grup olarak göstermez, aynı zamanda grubun neo-liberalizm karşıtı protestolarını da ortaya koyar.

Sahne, büyük ve yeni bir şirket binasıdır. Ancak, klibin başından sonuna kadar renkler ve ışık büyük ticari şirketler ve neo-liberalizmi temsil eden binaya karşı olumsuzluğu simgeler. Işık oranı çok düşük seyrederken, renklerin eksikliği de baskın bir söylem oluşturmaktadır. Mavi, siyah ve beyaz klibe hâkim renklerdir, dolayısıyla soğuk ve şeytani olana gönderme yapar (Machin, 2007). Binanın içi boştur, uzaktan çekimler boşluğu ve yaşamsızlığı vurgular. Klibin 42. saniyesinde çalışanlar yerde yatar durumda veya sandalyelerine yığılırken görüntülenir. İlk bir dakika içindeki tek hareket, kâğıtların parçalanması ve grubun şarkıyı çalmasından ibarettir. Bir problem veya yaşamsızlığa işaret eden bu görüntüler, renkleri ve insanların hareketlerini vurgulayan yeni ve yüksek binaların satışına yönelik reklamlarda görülenlerin tam tersidir. Aslında kâğıdın parçalanması; sırların saklanması, delillerin yok edilmesi ve kurumsal yozlaşmaya işaret etmektedir. Bu görüntü ardından parçalanmış ve dağılmış kâğıtlar arasında yerde

yüzükoyun yatan çalışanların görüntüsü gelir. Çalışanların bu görüntüsü ise, şirketi çalışanlarını kurban eden bir takım gizli işleri örtbas ettiği ve kurumsal aldatmacanın tehlikeleri şeklinde yorumlanabilir (resim 1). Şirket aktif halde gösterilmemesine karşın, öznenin gizlendiği (Richardson, 2007: 56) bu çekimlerin hepsi olumsuz bir duruma gönderme yapar.



Resim 1:
Kurumsal
yalanlar ve
aldatmaca

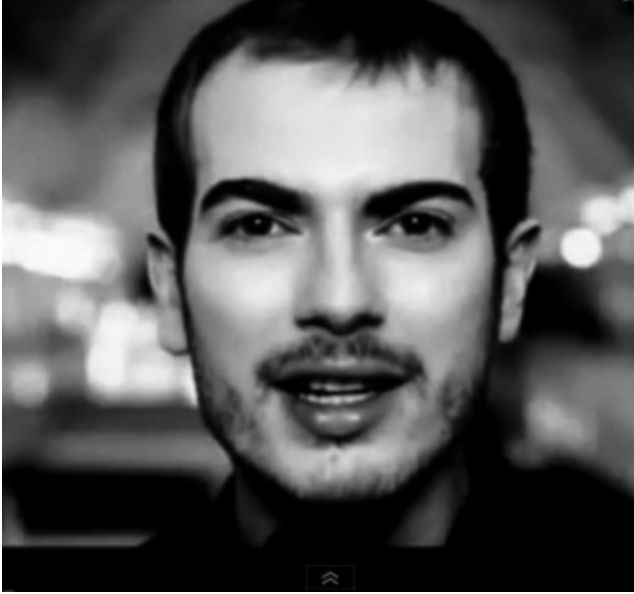
Çalışanların ve ortamın bu perişan halinden kimin veya neyin sorumlu olduğuna dair herhangi bir özne gösterilmemektedir. Bu sahne, izleyicileri “virüs alarmına” karşı uyarıcı belli belirsiz bir televizyon ekranının görüntüsüyle kesilir (resim 2). Uyarı ekranında tehlike ve aciliyete gönderme yapan kırmızı ve sarı renkler hâkimdir (Machin, 2007). Bu canlı renkler, klipte sadece burada kullanılmıştır, bu da izleyicinin dikkatini ekrana çeker. İzleyiciler az önceki virüs alarmı ekranını, şarkının ismi ve sözlerini de dikkate alırsa, virüsün neo-liberalizmi temsil eden kurumsal açgözlülüğe karşı bir benzetme olarak kullanıldığını rahatlıkla keşfedebilir. Herhangi bir özne belirtilmemiş olmasına karşın, virüsün çalışanların yaşamını kurduğunu ve normal insanları günlük işlerini düşünmeksizin yapan zombilere dönüştürdüğünü tahmin etmek hiç de zor değildir. Bu belli belirsiz benzetme, gerçekliği oluşturan öğelerden yoksundur ve bu da protesto potansiyelini nispeten kısıtlar ancak gene de neo-liberalizm karşıtı politik söylemlere dikkat çekmeyi başarır. Böyle bir söylem, grubu da özgün, neo-liberalizm karşıtı, bağımsız bir rock grubu olarak tanımlar.

Resim 2:
Neo-liberalizm
virüsü



Sosyal aktörlerin incelenmesi, birçok neo-liberalizm karşıtı söyleme işaret eder, bunlardan biri de ekonomik liberalizmden uzaklaşarak ona karşı hissedilen yabancılaşmadır ve grubun özgün duruşuyla da yakından ilişkilidir. Çekimlerde grup üyeleri yakından alınırken, “şirketle” kurulan mesafenin uzak olmasına dikkat edildiği görülmektedir. Böylece izleyicilerin grupta aralarında bir yakınlık kurulurken, tam tersine şirketle yabancılaşmaları sağlanmaktadır. Bu yakınlık aynı zamanda grubun “talepkâr resim” olarak niteleyebileceğimiz kameralara direkt olarak bakmasıyla da pekiştirilir ve grubun neo-liberal ekonomiyi eleştirmesi anlamına gelir (resim 3). Söz konusu güçlü görsel konumlandırma (grup üyelerinin doğrudan izleyiciye bakması), izleyiciden bir yanıt bekler, yani talepte bulunur (Kress ve van Leeuwen, 1996: 127-128), bununla birlikte talep şarkının mesajı hakkında bir fikir oluşturulması veya daha doğrudan bir eylem gerçekleştirilmesine yönelik olabilir. Grubun baş solistinın yakın çekimlerinin birçok kez görüntülenmesi veya diğer grup üyelerinin yüz ve enstrümanlarının ayrıntılı olarak çekilmesiyle de yakınlık hissi desteklenir. Ayrıca kişisel perspektif çekimleri, izleyiciye grupta ve onların görüşleriyle kendini özdeşleştirme imkânı sunar (Machin ve van Leeuwen, 2005: 132).

Çekimlerin çoğunda grup üyeleri tek tek gösterilmesine karşın, grubu şarkı söylerken hep bir arada gösteren çekimler de bulunmaktadır. Diğer kliplerin taranması sonucu bunun klip çekimlerinde genel bir strateji olduğu görülmüştür. Söz konusu stratejiye ayrıca savaş filmleri ve video oyunlarının çekimlerinde de takım ruhunun yaratıl-



Resim 3:
Yakın çekimler
ve güç olgusu

ması amacıyla başvurulmaktadır (Machin ve van Leeuwen, 2005). Burada yapılan çekimlerle grup neo-liberalizm karşıtı bir grup olarak gösterilirken, aynı zamanda otantik bir bağımsız rock grubu havası yaratılmak istenmiştir. Grup üyelerinin her birinin benzer şekilde giyinmesi ve “takım” ruhunu vurgulayacak şekilde tıraşsız olmaları bu havanın oluşturulmasında yardımcı olan etkenlerdendir. Grup, kıyafet ve saç kesimi tercihleri ve elektro-gitar, elektrik bas ve tam bir bateri seti gibi bağımsız rock’ın “geleneksel” enstrümanlarını kullanmaları açısından neo-liberalizm karşıtı bir tavır alarak kendini bağımsız bir rock grubu olarak gösterir (resim 4). Bu tercihler Nirvana’dan Muse’a ve Duman’a kadar birçok bağımsız rock grubunda görülmektedir. Ayrıca Frith, “canlı rock müziğinin dinleyici ve müzisyenler arasında bir bağ oluşturduğunu ve bunun rock’ın otantik olmasıyla ilişkilendirilebileceğini vurgular” (1981: 80). Burada Mor ve Ötesi, *Şirket* şarkısında canlı performansı tercih etmiştir. Bir erkek grubu tarafından söylenen şarkı grup üyeleri dans ederken veya enstrümanları olmadan da görünebilirdi. Böylece grup kendini bağımsız rock topluluğunun bir üyesi olarak göstermektedir.

Resim 4:
İşlevsel
tanımlama



Yakın perspektif çekimi, şirket çalışanlarının ve sahiplerinin kişisellikten uzak çekim açısıyla zıtlık yaratmaktadır. Şirket çalışanlarının kameraya doğrudan bakmamaları güçsüz bir temsili işaret eder ve izleyiciden herhangi bir talepte bulunmaz, çalışanlar virüs kurbanları olarak kendilerini izleyiciye “sunarlar”. Arada sırada baktıklarındaysa izleyici boş bakan veya tehdit dolu gözlerini görür ki, bu da bir yabancılaşmaya sebep olur (resim 5). Bununla birlikte, çalışanlarda çok az yakın çekim veya portre çekimi vardır; çekimlerin çoğunluğu uzaktan ve zombi işçilerden oluşan gruplar şeklinde yapılmıştır. Çalışanlar tipik (yırtılmış ve lekelenmiş olsa da) ofis kıyafetleri giyerler, beyaz yüzleriyle etrafa bakınırlar ve eyleycilikten yoksun, amaçsız hareketlerle ortalıkta gezinirken güçsüz olarak gösterilirler. Yüzler boş ve şeklini yitirmiştir, kurumsal açgözlülük hepsinin yaşam ve kişiliklerini tüketmiştir. İsimliklerdeki isimlerin hiç okunmaması hepsine bir “genelleme ifadesi katar, bireysellikten uzaklaştırır...” (Machin ve van Leeuwen, 2005: 133). Aslında ilk 48 saniye içinde bir işçi ekranda belirmesine karşın, izleyicinin bu çalışanın yüzünü görmesi bir dakikadan fazla bir süre sonra gerçekleşir. Bu kopukluk, kurumsal açgözlülüğün kurbanı olan çalışanlara karşı bir sempati duyulmasına da engel olurken, aynı bağın müzik grubuyla kurulmasını kolaylaştırır (Machin ve van Leeuwen, 2005: 132). Şirket sahiplerine ve yöneticilere karşı hissedilen yabancılaşma, onların ekranda hiç gösterilmemesiyle de vurgulanmış olur (Fairclough, 2003: 149; van Leeuwen, 1996: 38). Bu durum ideolojik açıdan iki şekilde yorumlanabilir. Birincisi izleyiciye metin-

den çıkarıp kişiselleştirebileceği hiçbir ipucu verilmezse, izleyicinin bu kişileri düşman olarak değerlendirmesi daha kolay olacaktır (Fairclough, 2003: 149; van Leeuwen, 1996: 38). İkincisi de şirketlerin kişisellikten uzak ve cansız varlıklar oluşu fikri görsel öğelerden tamamen çıkarılmasıyla tekrar vurgulanmaktadır.



Resim 5:
Tehdit

Neo-liberalizm karşıtı bir başka söylem de kurumsal yaşamın anlamsızlığıdır. Bu anlamsızlık, çalışanların hareketlerindeki eyleyciliğin yokluğuyla daha belirgin hale gelmiştir. İlk üç dakikada, çalışanlar ofis yaşamını alaya alan, düşünmeden yapılmış hareketlerde bulunur. Ofis çalışanları bu görsel öğelerde amaçsızca ve çılgınca bilgisayarın tuşlarına basarken, diğer çalışanlara çapkınca bakarken, bilinçsizce fotokopi çekerken, takıntılı bir şekilde kalemleri açıp düzenlerken, görünmez biriyle sohbet ederken veya bozuk bilgisayarlar arasında dolaşp etrafa bakınırken görüntülenmektedir. Bu kişilerin hareketleri tehlikeli bir durumun yaklaştığını ya da varlığını da işaret etmektedir. Çalışanların bir kısmı kameraya doğru tehditkâr bir tavırla salınır, bir kısmı da aniden kameraya yüzlerini döner, not defterleri ve telefonların üzerine kan sıçramıştır, kâğıtların arasından bir yılan süzülür ve bir adam Norman Bates'in abartılı tavrıyla elindeki kalemi kâğıtlara saplar. Bu hareketlerin hiçbirinde çalışanlara güç atfedilmemiştir, gerçekte eyleycilikleri de yoktur (Kress ve Hodge, 1979). Bir şey yapıyor gibi görünmelerine karşın ofis çalışanları aslında bilinçli olarak hiç bir şey yapmamaktadır ve bu da kurumsal sistemin bir parçası olmanın anlamsızlığını vurgular.

Klibin üçüncü dakikasında çalışanların farkındalık belirtileri göstermeye başlamaları direniş söylemine gönderme yapar. Bilinçsizce yemeklerini yerken iki kadın çalışan önlerindeki böcek dolu tabağa bakar ve çığlık atmaya başlar. Bu uyanış, diğer çalışanların hareketlerine de bilinç getiren bir değişikliğe sebep olur. Aralarından birinin kravatını gevşetmesi şirketin üzerinde yarattığı kontrolden kurtuluşa işaret eder. Bir diğeri yerdeki koyu kana benzer lekeye bastığını fark edince aniden durur. Artık koridorlarda sallanarak yürümezler, şirketten kaçmak için harekete geçerler ve yüzlerindeki tehdit ifadesi azalmıştır. Yılan bile akvaryumundan kaçmak üzere dışarı süzülür. Bu kaçış, ekonomik liberalizmin bir parçası olmamayı tercih etmek anlamına gelir. Böyle bir söylemi aktaran müzik grubu da kendini neo-liberalizm karşıtı, bağımsız bir rock grubu olarak konumlandırır.

Resim 6:
Şirketin
kontrolünden
kurtulmak



Şarkı Sözleri

Görsel öğeler gibi şarkı sözleri için de söylem şeması anlatıcı ve “Öteki” olarak nitelenen arasındaki ayrımı belli belirsiz ortaya koyar. Clash’in London Calling şarkısında olduğu gibi, görsellere oranla daha üstü kapalı olmasına karşın (Machin, 2010: 198) şarkı sözleri; “şiddet”, “histeri”, anlatıcıya yabancı gelen kişiliksizlik ve adaletsizlik gibi bir dizi söylemi dile getirir. Olaylar, sosyal aktörler ve eylemlerin temsilinin incelenmesi Mor ve Ötesi’ni neo-liberalizm karşıtı bir protesto içinde gösterirken aynı zamanda grubun bağımsız bir rock grubu olarak kendine özgü olduğuna da işaret eder.

Şarkı sözlerinde “şiddetin meşru haline”, “bana saldırıyorsa”, “adaleti sarmış”, “kumandalı bir cinnet” ve “vahşeti gördüm” gibi birçok olumsuz fiil ve isim cümlesi geçer. Kimsenin sorumluluğu üstlenmediği benzer öznesiz eylemler ve temsiller birçok pop şarkısında da aynen görülmektedir. Sahne veya olaylara yapılan göndermeler çok azdır (Machin, 2010: 92). Ancak, bir dizi ipucu belli belirsiz “şirketi” işaret eder: İlk olarak şarkının adının “Şirket” olması dinleyicilerin dikkatini bu yöne çeker. Sonrasında da dokuzuncu ve onuncu satırlarda “şirket mirket anlamam, anlasam da anlamam” ifadesi anlatıcının bir türlü anlamlandıramadığı “Öteki’yi” temsil eder. Bu satırları yukarıda belirttiğimiz olumsuz eylem ve sıfatlar takip eder, bu da dinleyicinin olumsuzlukları şirketle özdeşleştirmesine sebep olur. Üçüncü olarak, “şirket mirket” gibi olumsuz ve kafiyeli sözcük kullanımı “Öteki’ni” temsil ederken aynı zamanda da küçük görmeyi ifade eder. Görsel öğelerde olduğu gibi, şirket, ekonomi politikasının temel teşkil eden tüm kurumları ve bu kurumların Türkiye’deki güçlü etkilerini belirtmek amacıyla kullanılır. Şirket grubuna karşılık şirkete anlam veremeyen “ben” tekil şahsı, anlatıcıyı temsilen kullanılmıştır.

Öte yandan, anlatıcı ve şirket arasındaki yabancılaşma, kişisel ve kişisel olmayan temsillerle vurgulanmıştır. Birinci satırda, kurumların kişisellikten uzak doğası, “adını bile soramam” cümlesiyle üstü kapalı olarak dile getirilmektedir. Burada anlatıcı, “herkesin sadece birer rakam olduğu” yabancılaşmayı ifade eden, neo-liberalizm karşıtı popüler söyleme de dikkat çekerek isimlerin gereksiz olduğunu (aynı şekilde görsel öğelerdeki isimliklerde de isimler görülmez) varsayar. Dokuzuncu ve onuncu satırlarda anlatıcının şirketi anlamadığı için ondan yabancılaşması üzerinde durulur. Bu ifade sadece anlatıcının yabancılaşmasını anlatmakla kalmaz, aynı zamanda burada ve şarkının geri kalan kısmında anlatıcının “ben” tekil şahsıyla dile getirilerek dinleyicilerin ona karşı bir sempati duymalarına ve neo-liberalizm karşıtı bağımsız bir rock grubu üyesi olduğunu benimsemelerine yardımcı olur (Fairclough, 2003: 149).

Şarkı sözleri, görsel öğelere oranla kurumsal aldatmacaya ilişkin söylemlere daha fazla ağırlık verir. 13. satırda “adaleti sarmış” ifadesi

şirketi aktif konuma getirip ona güç atfeder. Ancak, atfedilen güç adalete hizmet eden olumlu bir güç değil, tam tersine adaleti sarıp sarmalayan gerçeği saklayan bir güçtür. 17. satırda şirket “maske takmadan üstüme gelmek zor muydu?” cümlesinde bir benzetmeyle ilişkilendirilir. “Benzetmeler sadece dilsel bir kullanım ya da şiirsel bir ifade değil, aynı zamanda düşünce ve davranışlarımıza yön veren ve dolayısıyla gerçeği deneyimleme şeklimizi etkileyen işlevsel bir mekanizmadır” (Flowerdew ve Leong, 2007: 275). Bu bağlamda, cümlede geçen “maske” ifadesi aldatmacayı temsil eder, şirketin gerçekleri olmadığı bir şeymiş gibi göstererek sakladığını vurgular.

Görsel öğelerin aksine direniş, şarkı boyunca sözlerle yansıtılır. Örneğin, 11 ve 12. satırlarda anlatıcı “bana saldırıyorsa, gözünün yaşına bakmam” derken, 15 ve 16. satırlarda “vahşeti gördüm, korkmadım, hasar yok içimde” diyebilmektedir. Grupça söylenen bu kısımlarda anlatıcı önce şirketi olumsuz olarak temsil eder (saldırgan ve acımasız), sonra da kendisini şirket karşıtı bir konuma yerleştirir. Birinci nakaratta şirket kendisine saldırırsa “buna izin vermeyecek” ve “hiç merhamet göstermeyecektir”. Bu ifadeler direnişe dair göndermelerle dolu olmasına karşın eylemler hakkında çok az ayrıntı içerdiği için soyut kalmaktadır. Anlatıcı bir şey yapacağını açıkça dile getirmez, fakat ekonomik liberalizmi yaşamına karıştırmayacağını ima eder. Aslında “merhamet göstermeyerek”, “saldırıya uğradığında” kendisinin de saldırganlaşacağını belirtmektedir. İkinci nakaratta da “ondan korkmayarak” şirkete karşı bir duruş sergiler ve “hasara uğramamış” olarak da şirketin gücünü sarımsı olur. Anlatıcının eylemlerinde herhangi bir özne olmasa da ve bu eylemler doğrudan bir hareketi savunmasa da, liberal ekonomik ilkelerin sorgulamaksızın kabul edilmesine karşı bir direnişi dile getirir ki, bu da çalışanların görsel öğelerde yaptığı gibi uzaklaşıp gitmesiyle temsil edilmektedir.

Şarkının diğer sözleri ve nakarat kısımları arasındaki geçişler çok net olmasa da direnişe katkıda bulunur. Söz konusu katkı, beşinci satırdan sekizinci satıra kadar gözlemlenebilir: “ne kadar güzel, ne kadar sıcak, ne kadar yakın, o kadar uzak”. Burada yapılan güneş benzetmesiyle grup yozlaşmış olan hâlihazırdaki neo-liberal dünya

için aslında başka alternatifler de olduğu önerisinde bulunmaktadır. Tıpkı bu alternatifler gibi güneş de, “güzel”, “sıcak” ve “yakın” gibi olumlu ve fakat tutulamayacak kadar uzak olarak nitelendirilmiştir. Bu da olumlu alternatiflerin elle tutulacak kadar yakın olduğu ve fakat dinleyicilerin bunları yakalamak için önce harekete geçmesi gerektiği şeklinde yorumlanabilir. Yukarıda belirtilen direniş gibi, gönderme yapılan veya eleştirilen politikalar da net değildir ve metinde açıkça geçmemektedir, bu da grubun protesto potansiyelini kısıtlamasına karşın, ‘şirket’ ifadesini mevcut Türk hükümetinin desteklediği neo-liberalizm politikalarına atıfta bulunarak olumsuz bir şekilde kullandığı gerçeğini değiştirmez.

Müzik

Müzikal öğeler, grubun bağımsız bir rock grubu olduğunu gösterir. Elektro- gitar, basgitar ve bateriyle sözler, geçişler, nakaratı içeren beste seçimleri ve kısa gitar sololarının hepsi dinleyicilere Mor ve Ötesi’nin kendine özgün bağımsız bir rock grubu olduğu konusunda bir fikir verirken aynı zamanda grubun yaptığı müzik türünü ayırt etmelerine yardımcı olur. Ancak, müzikle dile getirilen neo-liberalizm karşıtı söylemler Duman’ın İyi de Bana Ne ve Grup Kızılırmak’ın Çeşmi Siyahım gibi kliplerine oranla daha üstü kapalıdır (Way, 2013 ve 2012). Müzik, daha çok görsel öğelerde ve şarkı sözlerinde dile getirilen söylemi destekler. Müzikal öğeler enstrüman ve ses başlıkları altında incelenecektir.

Enstrümanlar

van Leeuwen, seslerin tıpkı bir tren sesinin geçip gitmesi gibi bazı mesajları aktarmak için kullanıldığını belirtir (1999: 92- 93). Sesler aynı zamanda müzikte tren sesinde olduğu gibi belirli hareketleri temsil etmek için de kullanılır. Şarkının girişinde ve gitar solusunda, basgitar oldukça yüksek perdede ve yüksek seslidir, bu da acil bir durum veya tehlike zamanlarındaki siren sesini andırmaktadır. Kâğıtların parçalanmasını gösteren görsel öğelerle birlikte bu sesler kurumsal açgözlülüğün gerçek bir tehlike arz ettiği Türkiye’de, devlet işlerinin önemine dikkat çeker. Aslında, ‘gerçeklik’ kavramı şarkının girişindeki ‘sesin hırlıtısı’ veya pürüzüyle verilmektedir (van Leeuwen, 1999: 156).

Burada cam kırılma sesi, gök gürültüsü, terk edilmiş ve boş bir bina-daki cızırtılar, cevaplanmayan bir telefon sesi gibi farklı sesler duyul-maktayken tüm bu sesler, takip eden gitar ve solo sesiyle birlikte verilir ki, bu da neo-liberal ekonomik politikalara dair gerçek bir kri-zin göstergesidir.

Öte yandan zamanlama neo-liberal ekonomiye karşı direnişin ifade edilmesinde önemli bir rol oynar. Görsel öğelerde, iki kadın çalı-şan, neo-liberalizme direnci ve uyanış belirtilerini ilk defa gösterdikle-rinde şarkıdaki zamanlama da değişikliğe uğrar. Tagg bazı durumlarda duruş ve tereddütler olarak kendini gösteren zaman düzensizlikle-rinin endüstriyel yaşam ritmine karşı bir direnci simgelediğini belirtir (1990: 112). Şirkete karşıtlığın açıkça vurgulandığı daha önceki sözler ve görsel öğelerin yanı sıra burada yavaşlayan bir ritim söz konusudur, bu da büyük bir olasılıkla kurumsal yaşam ritmi ve onun ölçülü düzenine karşı direnci temsil etmektedir.

Ses

Şarkının miksenme şekli de neo-liberalizm karşıtı söylemleri ön plana çıkarır. Vokalistin sesi tüm şarkı boyunca diğer ses unsurların-dan açık bir şekilde daha yüksek ve ön planda olacak şekilde miksen-miştir. Bu da hem sesi hem de baş vokalisti sembolik olarak önemli gösterirken, aynı zamanda sözlerde geçen neo-liberalizm karşıtı söy-lemlere dikkat çeker (Tagg, 1999; van Leeuwen, 1999: 14-15). Şarkı boyunca bazı noktalarda meydana gelen ses değişiklikleri gene neo-liberalizm karşıtı fikirlerin vurgulanmasına yardımcı olur.

Grup şirketin açgözlülüğüne karşı göstermiş olduğu yabancılaş-mayı vurgulamak için ses öğesi kullanmaktadır. Şarkı boyunca baş vokalistin sesi düzgün, genç ve yeniliği ifade etmektedir (van Leeuwen, 1999: 132). Ancak bu ses tonu dokuzuncu ve onuncu satırdaki “şirket market anlamam, anlasam da anlamam” cümlesinde değişikliğe uğrar. Bu cümlede vokalistin sesi gerilir. van Leeuwen “sinirsel gerginlikten kaynaklanan sesin sadece gergin olmadığını, aynı zamanda karşısın-dakinin de gerilmesine sebep olduğunu” ifade etmiştir (1999: 131). Bu gerginlik kullanıldığı yere göre saldırganlık, duyguların bastırılması

veya küçük görmeden olduğu kadar heyecan ve alaydan da kaynaklanabilir (van Leeuwen, 1999: 131). Şirket karşıtı şarkı sözleri ve görsel öğelerden dolayı, yabancılaşmanın veya anlam verememenin ifade edildiği bu satırlarda gerginliğin yansıttığı anlam daha çok saldırganlık ve aşağılama duygularını dile getirmektedir (şarkı sözleri analizinde belirtildiği gibi neo-liberalizm için kullanılan bir metronom görüntüsü gibi). Tam bu kısımda ses tonu değişikliğinin tercih edilmesiyle, neo-liberal ekonomi politikalarına karşı yabancılaşmayı dile getiren şarkı sözleri duygusal açıdan baskın hale gelir, bu da ekonomi politikalarına yönelik eleştirileri ve bu politikaların farklılığını vurgular.

Yukarıda belirtildiği gibi, “ne kadar güzel, ne kadar sıcak, ne kadar yakın, o kadar uzak” ifadeleriyle belirtilen geçişler, direnişi simgelemektedir. Bu sırada, birçok müzik öğesi de direniş söylemine katkıda bulunur. Bunlardan birisi de ses perdesidir. van Leeuwen, kendilerini ön plana çıkarmak ve baskı yaratmak amacıyla erkeklerin yüksek perdeyi kullandıklarını belirtmektedir (1999: 133). Anlatıcı, neo-liberal ekonomik politikalara karşı başka pozitif alternatiflerin de olduğunu dile getirirken ses en yüksek seviyeye çıkar. Bu yüksek ses, söz konusu fikirlerin önemine vurgu yapmaktadır. Kullanılan süre farklılıkları ise başka bir müzikal öğedir. van Leeuwen konuşma sırasında anahtar kelimelerin uzatılarak duygunun ön plana çıkarıldığını belirtir (1999: 173). Heyecan ve öfke durumlarında, baskı altındaki duyguların açıklanmasını ifade etmek için kelimelerin hızla tekrar edildiğini belirtmiştir. Kelimeler yapılan sert eleştiriye bağlı olarak ortaya çıkan duyguyu vurgulamak amacıyla uzatılmaktadır. Aynı zamanda yüksek sesin etkisini vermek için daha çok enstrüman kullanılmaktadır. Tüm bu müzikal öğeler neo-liberalizmin kötülüklerini ve grubun neo-liberalizm karşıtı bağımsız bir rock grubu olduğunu vurgulamak amacıyla bir araya getirilmiştir.

Sonuç

Popüler müzik klipleri, politik ve sosyal adaletsizliğe karşı direniş ifade etmede başvurulan önemli araçlardır. Genel olarak pop müziğin tanıtılmasında etkin birer araç olarak görülmesine karşın bu klip-

ler pop müziğe bir anlam da yüklemektedir (Goodwin, 1993: 28). Bazı kliplerde bu anlam, baskın söyleme karşı direnişi ifade eder. Çalışma, öncelikle söz konusu müzik grubunun özgün söylemlerine dikkat çekerken, klibin AKP ekonomisinin özünü teşkil eden neo-liberal politikalara karşı protesto söylemlerini dile getirme yöntemini göstermeyi amaçlamıştır. Bu iki söylem birbirini hiçe saymaz, tam tersine birbirini tamamlayıcı niteliktedir.

“Şirket” klibi, neo-liberal ekonomi politikalarını eleştirirken aynı zamanda grubun kendine özgün, yürekte şarkı söyleyen, bağımsız bir rock grubu olduğunu göstermektedir. Şarkı boyunca yabancılaşma ve kurumsal açgözlülük söylemleri ve şirket yalanları ve kurumsal aldatmacaya ilişkin anlamsızlık ve tehlikeler dile getirilmektedir. Klibin belirtilen problemlere getirdiği çözüm “tüm bunlardan uzaklaşmaktır”. Söz konusu söylemler, yerleşik ve neo-liberalizm karşıtı nitelik kazanırken rock ve bağımsız rock müzikte görülen iki özgün söylemi de vurgular (Machin, 2010; Hibbett, 2005; Frith, 1981). Bu söylemler kliplerin çok modellen bir araç olduğu göz önünde bulundurularak müzik, söz ve görsel öğeler aracılığıyla anlamın oluşturulma süreci incelenerek ortaya çıkarılmıştır. Burada geçen söylemler, çoğunlukla benzetmeler aracılığıyla görsel öğeler aracılığıyla olay ve durumlara değinmeksizin belli belirsiz şarkı sözlerinin de yardımıyla ifade edilir. Müzikal öğeler ise sadece vurgu görevini üstlenmiştir.

Genel olarak klip, Mor ve Ötesi grubunun düşünceli ve samimi bir bağımsız rock grubu olarak özgün duruşunu ortaya koysa da söylem montajını içermektedir. Bağımsız rock’ın estetik yapısından dolayı Mor ve Ötesi yerleşik karşıtı olabilmekte ve neo-liberal ekonomi gibi gerçek dünya meselelerinden söz edebilmektedir. Bağımsız rock müziği ve görsel öğeleri duygularla bir araya getirerek Mor ve Ötesi, kendisini meşrulaştırırken net olmayan görüntüler ve popülist, siyasi ve soyut şarkı sözleri aracılığıyla neo-liberalizm karşıtı söylemleri dile getirmiştir.

Bir taraftan klip boyunca düşünceler, protestolar ve öfke açık bir şekilde ifade edilmektedir. Aynı zamanda şarkı sözleri, görsel öğeler

ve müzik de pek net olmasa da direniş mesajları içermektedir. Ancak klip, belli belirsiz soyutlamalar ve benzetmelerle eleştirisini yaparken net ifadelere başvurmamaktadır. Popülist söylemler ve soyutlamalara güvenildiği taktirde, Mor ve Ötesi'nin klipi hayranlarının öne sürülen konuları anlamasına pek de yardımcı olmaz. Bu pop müziğin bir eksikliği olabilir. Aynı şekilde pop müzik net konular ortaya koymak konusunda sıkıntılıdır. Protest müzik tarihi de bu fikri desteklemektedir (Lynskey, 2010). Dolayısıyla, hayranları Mor ve Ötesi'nin t-shirtlerini alır, Youtube üzerinden onları dinler, konserlerine gider, neo-liberalizm karşıtı söylemlerini beğenir ve rahat yaşamlarına geri dönerler. Bu anlamda, bu müzik türü insanların yaşamlarında bir değişiklik yaratmaz.

Diğer taraftan, Türkiye yıkıcı ve sert eleştirilerin teşvik edilmediği ve hatta cezalandırıldığı bir ülkedir. Sürgünler ve hapse atılmalar pop sanatçıları için bir problemdir, 2011 yılının Basın Özgürlüğü Endeksinde 179 ülke arasında Türkiye 148. sırada yer almaktadır (Jenkins, 2012: 1). Bu uygulamalar sonucu, AKP'yi eleştiren medya kanalları ve gruplar bile eleştirilerini yumuşatmak zorunda kalmış veya hapse atılmalar, tehditler ve öz sermaye borçlarıyla ilgili sıkıştırmalar yoluyla susturulmuştur (Jenkins, 2012: 3). İfade özgürlüğünün olmaması AKP'nin medya gücünü neredeyse tamamen ele geçirmesinden ileri gelmektedir: Medya kuruluşlarının çoğu ya AKP (hükümet televizyonu TRT) ya da AKP taraftarı şirketler tarafından yönetilmektedir (Jenkins, 2012: 2). Bu nedenle klipler muhalefetin kendini duyurmasına izin verilen ender medya araçlarından biridir. Mor ve Ötesi'nin klipi gibi kliplerin çoğunda müzisyenler kendi özgün duruşlarını sergileseler de, aynı zamanda hükümete karşı bir eleştiri getirmeyi de başarırlar. Her türlü eleştirinin susturulduğu bir bağlam içerisinde, söz konusu çalışma ne kadar kısıtlı da olsa pop müziğin direnişin ifade edilmesindeki yeteneğini ortaya koymaktadır.

Kaynakça

- Adorno, Theodore (1941). "On Popular Music." *Studies in Philosophy and Social Science* 9: 17-48.
- Barış, Ruken (2010). "Media Landscape: Turkey, European Journalism Centre." www.ejc.net/media_landscape/article/turkey/. Erişim tarihi: 19.12.2011.
- Boas Taylor ve Gansmorse Jordan (2009). "Neoliberalism: From New Liberal Philosophy to Anti-Liberal Slogan" *Studies in Comparative International Development* 44(2): 137-161.
- Brake, Mike (1980). *The Sociology of Youth Cultures and Youth Subcultures*. London: Routledge.
- Cole, Sheri (1999). "I am the Eye, You are my Victim: The Pornographic Ideology of Music Video" *Enculturation* 2(2). http://enculturation.gmu.edu/2_2/cole/index.html. Erişim tarihi: 12.06.2012.
- Fairclough, Norman (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London: Routledge.
- Flowerdew, John ve Leong, Solomon (2007). "Metaphors in the Discursive Construction of Patriotism: The Case of Hong Kong's Constitutional Reform Debate." *Discourse and Society* 18 (3):273-294.
- Frith, Simon (1993). *Sound and Vision: Music Video Reader*. London: Routledge.
- Frith, Simon (1988). "Art Ideology and Pop Practice." *Marxism and the Interpretation of Culture*. Grossberg ve Nelson (der.) içinde. Chicago: University of Illinois Press. 461-476.
- Frith, Simon (1981). *Sound Effects*. New York: Pantheon.
- Goodwin, Andrew (1993). *Dancing in the Distraction Factory: Music Television and Popular Culture*. London: Routledge.
- Grossberg, Lawrence (1987). "Rock and Roll in Search of An Audience." *Popular Music and Communication*. Lull (der.) içinde. Beverly Hills: Sage. 175-197.
- Halliday, M.A.K. (1985). *An Introduction to Functional Grammar*. London: Edward Arnold.
- Hallin, David ve Mancini, Paulo (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Hebdige, Dick (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Suffolk: Methuen & co.
- Hesmondhalgh, David ve Negus, Keith (2002). "Popular Music Studies: Meanings, Power and Value." *Popular Music Studies*. Hesmondhalgh ve Negus (der.) içinde. London: Arnold. 1-10.
- Hibbett, Ryan (2005). "What is Indie Rock?" *Popular Music and Society* 28(1): 55-77.
- Huq, Rupa (2002). "Raving not Drowning: Authenticity, Pleasure and Politics in the Electronic Dance Scene." *Popular Music Studies*. Hesmondhalgh ve Negus (der.) içinde. London: Arnold. 90-101.
- Hürriyet (2013). "Özgenç, Mehmet, RTÜK'ten Halk Tv ve Ulusal Kanal'a Ceza." <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/23486445.asp>. Erişim tarihi: 24.06.2013.
- Jenkins, Gareth (2012). "A house Divided Against Itself: the Deteriorating State of Media Freedom in Turkey." *Central Asia-Caucasus Institute Silk Road Studies Program*. <http://www.silkroadstudies.org/new/inside/turkey/2012/120206A.html>. Erişim tarihi: 2.02.2012.
- Kongar, Emre (2012). *ABD'nin Siyasal İslam'la Dansı*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kress, Gunther ve van Leeuwen, Theo (2001). *Multimodal Discourse: the Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Hodder Education.
- Kress, Gunther ve van Leeuwen, Theo (1996). *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, London: Routledge.
- Kress, Gunther ve Hodge, Robert (1979). *Language as Ideology*. London: Routledge.
- Lynskey, Dorian (2010). *33 Revolutions Per Minute: A History of Protest Songs*. London: Faber.
- Machin, David (2010). *Analysing Popular Music*. London: Sage.
- Machin, David (2007). *Introduction to Multimodal Analysis*. London: Hodder Education.
- Machin, David ve van Leeuwen, Theo (2005). "Computer Games as Political Discourse: The Case of Black Hawk Down." *Journal of Language and Politics* 4(1): 119-141.

- Moore, Allan (2002). "Authenticity as Authentication". *Popular Music* 21 (2): 209-223.
- Özgüneş, Neslihan Ve Terzis, Georgios (2000). "Constraints and Remedies for Journalists Reporting National Conflict: The Case of Greece and Turkey." *Journalism Studies* 1(3): 405 – 426.
- Philo, Greg (2007). "Can Discourse Analysis Successfully Explain the Content of Media and Journalistic Practice?." *Journalism Studies* 8 (2): 175-196.
- Railton, Diane ve Watson, Paul (2011). *Music Video and the Politics of Representation*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Reiss, Steve ve Feineman, Neil (2000). *Thirty Frames Per Second: The Visionary Art of the Music Video*. New York: Harry N. Abrams.
- Richardson, John E. (2007). *Analysing Newspapers: An Approach from Critical Discourse Analysis*. London: Palgrave Macmillan.
- Seidman, Steven (1999). "Revisiting Sex Role Stereotyping in MTV Videos." *International Journal of Instructional Media* 6(1): 11-22.
- Shuker, Roy (2001). *Understanding Popular Music*. London: Taylor and Francis.
- Son Dakika (2013). "Mor ve Ötesi'yle İlgili Haberler." <http://www.sondakika.com/mor-ve-otesi/>. Erişim tarihi: 21.06.2013.
- Street, John (1986). *Rebel Rock: The Politics of Popular Music*. Oxford: Basil Blackwood.
- Sümer, Çağdaş ve Yaşlı, Fatih (2010). *Hegemonyadan Diktoryaya AKP ve Liberal-Muhafazakar İttifak*. Ankara: Tan.
- Tagg, Philip (1999). *Introductory Notes to the Semiotics of Music*. <http://tagg.org/xpdfs/semiotug.pdf>. Erişim tarihi: 20.01.2012.
- Tagg, Philip (1990). "Music in Mass Media Studies. Reading Sounds for Example". *Popular Music Research* Roe ve Carlsson (der.) içinde. Göteborg: Nordicom-Sweden (2). 103-115.
- Tagg, Philip (1983). *Nature as a Musical Mood Category*. Göteborg: IASPM Internal Publications.
- Uzgel, İlhan ve Duru, Bülent (2010). *AKP Kitabı Bir Dönüşümün Bilançosu*. Ankara: Pheoenix.

- van Dijk, Teun A. (1993). "Principles of Critical Discourse Analysis." *Discourse and Society* 4(2): 249-283.
- van Leeuwen, Theo (2005). *Introducing Social Semiotics*. London: Routledge.
- van Leeuwen, Theo (1999). *Speech, Music, Sound*. London: Macmillan Press.
- van Leeuwen, Theo (1996). "The Representation of Social Actors." *Texts and Practices – Readings in Critical Discourse Analysis* Caldas-Coulthard ve Coulthard (der.) içinde. London: Routledge. 32-70.
- van Leeuwen, Theo (1995). "Representing Social Action." *Discourse and Society* 6(1): 81-106.
- Way, Lyndon (2013). "Discourses of Popular Politics, War and Authenticity in Turkish Pop Music." *Social Semiotics* DOI: 10.1080/10350330.2013.819723.
- Way, Lyndon (2012). "Turkish Popular Music Videos as a Multi-modal site of Resistance." *Multimodal Communication* 1(3): 251-275.
- Yanık, Hayrullah (2013). "2002-2013 Yılları Arasında Siyasal İktidar Medya İlişkisi: Medya İle İlgili Yasal Düzenlemeler." www.academia.edu. Erişim tarihi: 7.12.2013.

Muhafazakâr Basında Esnaf Fetişizmi

Mesut Yücebaş

Gaziantep Üniversitesi İletişim Fakültesi

• • •

Özet

Türkiye’de esnaf, muhafazakâr ideolojinin toplumsal ve ekonomik dayanaklarından biri olarak kabul edilmekte ve geleneksel yaşam biçimlerinin korunduğu mesleki bir pratik olarak değerlendirilmektedir. Öte yandan esnafın tamamen muhafazakâr ideolojiye yatkın değildir. Ancak Türkiye’de esnafa yönelik tanımlamalar söylemsel yapılarda, muhafazakâr ideolojiye uygun bir hal alır. Muhafazakâr ideoloji esnafılığı kendi ideolojisine göre tanımlamaktadır. Bu tür tanımlamalarda esnaf, organik ve dayanışmacı bir toplumun üyesi olarak betimlenir. Ancak muhafazakârlığın esnaf kurgusu ideolojik bir tanımlamaya karşılık gelmektedir. Bu çalışmada da muhafazakâr basında ve onun söylemsel içeriğinde üretilen esnaf fetişizmi incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Esnaf, muhafazakârlık, ideoloji, fetişizm.

“Tradesmen (Fetishism)” in the Conservative Press

Abstract

Tradesmen are seen as one of the social and economic foundations of conservative ideology in Turkey. It is thought that the vocational/occupational practices of tradesmen help to preserve traditional way(s) of life. Although it cannot be said that tradesmen only tend to follow conservative ideology in Turkey, they are described -in discursive structures- in a manner that conforms to this ideology: they are depicted as members of a solidaristic and organic society. But, it should be noted that the way that conservatism envisages tradesmen is an ideological construction. In this context, this article examines how “tradesmen (fetishism)” is constructed in the conservative press in Turkey.

Keywords: Tradesmen, conservatism, ideology, fetishism.

Muhafazakâr Basında Esnaf Fetişizmi

Esnaflık Türkiye toplumunda, “ekmek teknesi”, “bereket”, “namus”, “ahlâk” gibi kavramların devreye girdiği bir mesleki deneyim olarak görünür. Esnaf, bu bağlam içinde unutulmaya yüz tutmuş değerlerin, sıcaklığın ve samimiyetin taşıyıcısıdır. Esnaf, ekmek peşinde koşan, ahlâklı ya da çevresindeki mahalleyle birlikte samimi ortamın oluşmasını sağlayan nostaljik bir imge ya da toplumsal dayanışmanın metaforlarından biridir. Ancak esnafa yüklenen bu anlamların tümünün, toplumsal bir süreç ve uzlaşya karşılık geldiğinin de altını çizmek gerekmektedir. Elbette bunu söylemek, bu tür toplumsal belirlemelerin esnafa tamamen dışarıdan yüklendiği anlamına da gelmektedir. Esnafın toplumsal olarak betimlenişi belirli ölçülerde kendisini tanımlayış biçimleri ile de ilgilidir ki bunlar da bir mesleğin veya işin ekonomik niteliğinin açığa çıkardığı kültürel belirtilerle oluşabilir. Dolayısıyla esnaf kategorisinin algılanmasında ekonomik koşulların belirleyiciliği kadar toplumsal ve kültürel alanda yaşanan politik tercih ve mücadelelerin de etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Muhafazakâr basın da bu mücadelenin taraflarından biridir. Muhafazakârlığın esnafı tanımlayış biçimi ve bir esnaf stereotipi etrafında örmeye çalıştığı değer kalıpları, muhafazakâr basında yer alan haberlerden çıkarılabilir. Buradaki çalışmada da muhafazakâr basının gelenekselliğın, ahlâkın ve namusun taşıyıcısı olarak tanımlanan bir esnaf algısına katkısı veya en azından esnafın anlamsal inşasını nasıl gerçekleştirdiği incelenmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda altı aylık bir süreç içerisinde (Mart 2013-Ağustos 2013) muhafazakâr basını tem-

silen *Zaman*, *Yenişafak* ve *Yeniakit* gazetelerinde yer alan haberler incelenecektir. Öte yandan bu incelemeye geçmeden ve muhafazakâr ideolojinin esnaf kurgusunu somut bir şekilde ortaya koymadan önce, Türkiye toplumunda tarihsel olarak esnaf kimliğinin ne anlama geldiğini, esnaf tipinin tarihsel kurgulanışındaki içeriklerin muhafazakâr ideoloji tarafından nasıl devşirilmiş olduğunu ve günümüz Türkiye muhafazakârlığının esnaf fetişizmini ayrıntılı olarak ele almak gerekmektedir.

Türkiye Toplumunda Esnafın Arkeotipi

Öncelikle esnafın toplumsal bir kategori olarak homojen bir yapıya sahip olmadıklarını vurgulamak gerekmektedir. Ancak ekonomik bir kategori olarak benzer kültürel ve toplumsal sonuçlara açık olduğu da belirgindir. Bu belirlenimlerden hangilerinin benimsenip hangilerinin dışta bırakılacağı veya ötekileştirileceği toplumsal anlamlara yönelik mücadelede şekillenmektedir.

Esnaf, yasal düzenlemeler kapsamında ekonomik bir aktör, sanayici ve tacir arasında bulunan bir kesim olarak tanımlanmaktadır. Örneğin 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanununun tanımlar başlıklı 3. maddesinde "...ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan..." ifadelerine yer verilmektedir (2005).

Türkiye'de esnaflığın kültürel belirlenimi ve tanımı eski bir gele-
neğe dayandırılmaktadır. Buna göre, "Türk esnaf ve zanaatkârlarının,
hem mesleki hem de meslek ahlâkı açısından beslendiği şüphesiz en
önemli kaynak, kökleri 13. yy'a kadar uzanan Ahilik sistemidir. Bu
sistem ile çıraklık-kalfalık-ustalık eğitim süreçleri belli kural ve kriter-
lere bağlanarak, mesleğin yeni nesillere temel prensipler çerçevesinde
aktarılarak geliştirilmesi sağlanmıştır" (Yücel, 2008: 67). Türkiye Esnaf
ve Sanatkârları Konfederasyonu'na (TESK) göre ise Ahilik, halkın
sanat ve meslek alanında yetişmesini sağlayan, onları ahlâki yönden
geliştiren, çalışma yaşamını iyi insan meziyetlerini esas alarak düzen-
leyen bir örgütlenmedir ve Ahilik, iyi ahlâkın, doğruluğun, kardeşli-
ğin, yardımseverliğin kısacası bütün güzel meziyetlerin birleştiği bir
sosyoekonomik düzendir (TESK, Ahilik Kültürü). Başka bir tanımla-
ma çabasına göre ise "ahilik belli bir kademedeki kalarak yetiştirilen
elemanlar arasında çırak, kalfa ve usta hiyerarşisini kurmak ve bu
kademelerdeki baba-evlat ilişkisi gibi candan bağlarla bağlamak sure-
tiyle zanaatı sağlam ahlâki ve mesleki temeller üzerine kurmuştur"
(Bosnalı, 2004: 41). Mesleki kuralların belirlendiği bir lonca olarak
ahilik, aynı zamanda yardımlaşma ve dayanışma kurumu olarak da
betimlenmektedir. Bosnalı'ya göre, daima iyiye ve güzele yönelen,
toplumun ekonomik ve sosyal yönden kalkınmasına yardımcı olan
orta sandıkları, yararlı iş ve üreticiliğe ulaşılmasında karşılaşılan sos-
yo-ekonomik sorunları göğüsleyen bir kurumdur (2004: 43).

Osmanlı toplumunda meslek örgütleri, ahlâki, mesleki ve ekono-
mik bir denetim aracı olarak da işlev görmektedir. Mardin'e göre,
ekonomi alanındaki denetim konusunda Osmanlı devlet adamları
tarafından kullanılmış olan stratejilerden biri, bir lonca üyesinin çok
zenginleşmesi halinde zanaatkâr zümresinden çıkıp tacir olmak
zorunda kalmasıydı (1991: 199). Dolayısıyla esnaflık ve zanaatkârlığın
Türkiye toplumundaki tarihsel birikiminde ahlâk, mesleki eğitim,
usta-çırak ilişkisi (baba evlat gibi candan), saygı, dayanışma ve dene-
tim (özellikle devlete olan sadakat aracılığıyla) gibi toplumsal nitelik-
lerin ön plana çıktığı görülmektedir.

Esnaf ve zanaatkârlığın, farklı bir ekonomik ve sosyal sürece
eklemlenmesi ise 19. yüzyılda gerçekleşmiştir. Özellikle nüfusların

büyük göçlere zorlanması, Anadolu'daki etnik yapıyı değiştirince, mesleki iş bölümünü milletler sistemine göre bölüştürmüş olan Osmanlı'nın kurduğu denge dağılmaya başlamış, böylece Türk girişimci, esnaf ve zanaatkârlar yeni 'fırsat alanları' bulmuşlardır. «... İnsangücü piramidinde yer alan ve dışarı göç edenlerce boşaltılmış olan zanaatkâr mevkileri, şehirlerdeki Türk nüfusun 'fırsat alanı'nı genişletmişti. ... Bu olgu, 19. yüzyıl sonunda, Anadolu'daki küçük şehirlerin büyümesi ve İzmir gibi kentlerin esaslı biçimde genişlemesi karşısında özel bir önem kazanmaktadır» (Mardin, 1991: 227). Böylece Anadolu'daki şehirlerin görünümü değişmeye başlamakta ve yeni türde bir esnaf tabakası ortaya çıkmaktadır. Bu esnaf ve zanaatkârlar, artık çoğunlukla Müslüman'dır ve geleneksel mesleki ve toplumsal niteliklerin taşıyıcısı oldukları kadar, gizli saklı da olsa fırsatçılığın, büyüme telaşının ve ekonomik çıkarın ortaya çıkardığı dürtülerle hareket edebilmektedirler. Öte yandan esnaf örgütlenmeleri ve esnaf- lar arasındaki dayanışmanın cumhuriyetin dinamiklerinden biri olarak görülmesi de esnaflığın Türk toplumundaki ayrıcalıklı yerini açığa çıkaran bir niteliktir. Her ne kadar bu tahayyül, ulusal bir işbirliğine işaret etse de herkesin işiyle meşgul olduğu ve çatışmanın en aza indirildiği sınıfsız bir toplumu çağrıştırmaya bağlamında, Türk toplumundaki esnaflığa ait ideolojik kurgularla uyum içerisindedir. Bu çıkarsamayı Cumhuriyet'in kurucu ideologlarında da görmek mümkündür. Örneğin “Ziya Gökalp meslek ahlâkına ilişkin değerleri Türk tarihi içinde arar. Türklerde 'esnaf' teşkilatlarında ve loncalardaki meslek ahlâkı anlayışlarını hareket noktalarından biri olarak kabul eder ve bunu Anadolu Selçuklu devleti ile başlatır” (Sağlam, 2004: 76). Nitekim Durkheimci organik topluma çağrışım yapan dayanışma ve işbirliğinin toplumsal dayanaklarını esnaf loncalarından devşirmek mümkündür. Solidarizm veya tesanütçülük denilen bu toplum kurgusunun asıl amacı ise sınıf çatışmasını ortadan kaldırmak ve birbirleriyle uyumlu parçalardan (mesleki gruplar) oluşan bir bütüne ulaşmaktır. «Bu ekonomik yaklaşım toplumsal alana uyarlandığı zaman, karşımıza sınıfların reddedildiği, ama mesleklerin kendi aralarında bir dayanışma içersinde temsil edilmesi gereğine işaret eden bir toplumsal tahayyül çıkmaktadır» (Durna, 2009: 199). Bu tür bir toplumsal

arzunun esnaf örgütleri ile inşa edilmiş olması esnafa yüklenen toplumsal kabulleri de açığa çıkarmaktadır. Genel düzeyde toplum için gerekli olduğu varsayılan bu değerler, çatışmazlık, ahlâklılık, sadakat ve nizamdan oluşmaktadır. Benzer temalar, muhafazakâr ideolojinin de topluma yönelik kaygı ve beklentilerine karşılık gelmektedir. Örneğin Nispet'e göre, "toplum, hem değiştirilebilir hem de bireysel olarak ayrılabilen bir makine parçası ya da mekanik bir şey değildir. Toplum, kurumlara eklenme ve fonksiyonların karşılıklı ilişkisiyle ve ayrıca, zaman içindeki birikimsel gelişme zorunluluğu ile organik yapıdır" (1986: 25). Diğer bir deyişle muhafazakârlar için toplum, organik olarak birbirine bağlı olan ve her birinin bu organik bütün içerisinde önemli bir rolü bulunan tarihsel bir varlıktır. Organik uyuma dayalı toplum tahayyülü muhafazakâr ideolojinin toplumsal ve siyasal olaylara veya kategorilere yansıttığı yaygın bir argümandır. Ancak muhafazakârlığın esnaf algısını inşa etme süreçlerinde kullandığı argümanlar bununla da sınırlı değildir.

Muhafazakârlık ve Esnafa Yüklenen Değerin Kaynakları

Muhafazakârlığı sadece eskiye duyulan özlem veya onun muhafaza edilmesine yönelik bir çabayla sınırlamak mümkün değildir. Muhafazakârlık, gelenekselcilikten, diğer bir deyişle var olanın durağanlığını doğallaştıran bir insanlık etkinliğinden daha fazlasını içerir. Mannheim'a göre, "gelenekselcilik aslında, her bireyin kendi içinde bilinçsizce barındırdığı hareketsiz-durağan eğilimlerden biridir. Diğer taraftan muhafazakârlık ise, baştan itibaren bilinçli ve düşünseldir çünkü muhafazakârlık planlanmış, uyumlu ve sistematik ilerleme hareketine karşı bilinçli bir karşıt hareket olarak ortaya çıkmıştır" (1959: 99). Muhafazakârlık tarihsel süreç içerisinde modernleşmeye ve özellikle liberalizme (ve sonrasında sosyalizme) yönelik bir tepki hareketi olarak gelişmişse de geleceği dünün kriterleri ile yeniden kurmak ve bilinçli bir 'öz'lük arayışı olarak modern ideolojiler arasına yerleşir. Muhafazakârlık bu nedenle değişimi dışlamaz. "Eğer muhafazakârlık 'değişmemek' anlamına geliyorsa, açıkçası muhafazakâr organizma ölü bir şey olurdu... Muhafazakârlar, değişim doğal olduğu zaman yaşıyan bir toplumun sağlıklı bir şekilde değişebileceğine inanırlar"

(O’Gorman, 1986: 69). Ancak muhafazakârlıkta bu değişim, ölçülülük ve düzen ile gerçekleşmek durumundadır. “Kısacası muhafazakârlık denilen siyasal konum, bir atalet halinden çok ilkeli bir duruş içerir ve elbette, buradaki ‘duruş’ da ‘geleceğe’ karşı kör bir ayak sürüme olmaktan çok ‘geleceğe’ tutunarak ilerlemeyi amaçlayan itidâlli, ölçülü bir ‘tavır’ olarak okunmalıdır” (Argın, 2003: 469). Böylece değişim muhafazakâr ideoloji tarafından “itidal”, “ölçülülük” veya “nizam/ düzen” gibi kavram ve taleplerle paranteze alınmaktadır.

Muhafazakâr ideolojide düzen ve ölçülülüğün işlerlik kazanmasını sağlayan başlıca iki araçtan söz etmek mümkündür. “Muhafazakârlara göre toplumsal düzenin temeli, mülkiyet ve otoritedir. Devletin, düzenin korunması, süreklilik kazanması, mülkiyet ve otorite ile mümkündür. Dolayısıyla düzen ile mülkiyet, özgürlüğün temelini oluşturmaktadır. Düzenin korunması bireyler açısından mülkiyetin, dolayısıyla temel hak ve özgürlüklerin korunması anlamına gelmektedir” (Vural, 2007: 63). Mülkiyet ve otorite (özellikle devlet otoritesi) düzen içinde tesis edilmiş bir toplumun gerekleri olarak görülür.

Mülk sahibi olmak düzen ve intizamın kaynağı olduğu kadar, yüklenen anlam, esnafa yönelik tanımlamaların anlaşılır kılınmasını da sağlamaktadır. Öğün’e göre muhafazakârlık, bir orta sınıf değeri olarak mülkiyetçiliği savunmaktadır ama bu, bireylerin toplumsal konumu güçlendirmesi ve düşük hayat şartları içinde yozlaşmalarını engellemek için tasarlanmış bir düşüncedir ve onların temelde piyasa ekonomisini savunmaları anlamına gelmemektedir (2003: 578). Hatta muhafazakâr ideolojinin savunucularına göre, mülkiyet hakkı tarihsel medeniyetin doğuşunu hazırlayacak kadar kuvvetli bir haktır:

Mülkiyet, yalnızca, insanın ihtiyaç duyduğu cansız bir hizmetçi veya onun dışsal bir uzantısı olmaktan daha fazla bir şeydir. Bu, uygarlıktaki diğer birçok şeyin ötesindedir, insanın insan olma şartı ve onun tüm doğal dünyaya karşı üstünlüğüdür. Bu Roma argümanı insanın varoluşuna kadar olmasa da çok eski zamanlara dayanır. Bu insanın kendisi için doğayı sahiplenmesi ve ‘bu benimdir’ diyerek dünya üzerinde egemenliğini mümkün kılmasıydı... Böylece uygarlığın gelişmesinde ilk adım atılmış oluyordu (Nispet: 1986: 56).

Dolayısıyla muhafazakâr ideolojide mülkün korunması, insanlık tarihini ya da soyun devamını mümkün kılan bir gelenek olarak kut-sallaştırılmış durumdadır. Buradan hareketle muhafazakâr ideolojide mülkün teminatı olarak işyeri (ekmek teknesi) kutsal, korunması gereken toplumsal bir aygıt olarak görünmektedir.

Muhafazakâr ideolojide ayrıca mülk kadar değerli bir başka unsur da ara kurumlardır. Buna göre, aile, cemaat, mesleki gruplar, toplumsal dayanışma ve organik birliğin öğeleri olarak kabul görmektedir. Ancak bu ara kurumlar bir baskı unsuru olarak sivil toplum kuruluşları gibi işlev yüklenmezler. Önemli olan düzen, itaat ve devlete saygıdır. Hatta devlet, toplumsal ara kurumları düzenleyen üst bir organdır. “Bu modelde devlet, toplumun tarih içinde şekillenmiş geleneklerinin, kurumlarının ve ilişkilerinin dağınıklıktan kurtarılıp sistemli bir biçimde cisimleştirildiği, korunup geliştirildiği bir üst kurum/değer, kısacası toplumun özünün ifadesi olmaktadır” (Köker, 2003: 277). Devlet otoritesi bu bağlamda, muhafazakârlar için toplumun devamlılığında yaşamsal bir öneme sahiptir. Bu nedenle “muhafazakârlara göre, bir yandan yurttaşların hür ve mahrem olan aracı kurumları korunurken; diğer yandan da devletin otoritesine dönük saygı güvence altına alınmalıdır” (Öğün, 2003: 557). Muhafazakâr ideolojide esnaf örgütleri de aracı toplumsal kurumlar içerisinde yer almakta ve devlet ile olan ilişkileri bu doğrultuda tesis edilmektedir.

Muhafazakâr ideoloji, politik alana dökülmek zorunda kaldığında şöyle bir tutuma sahiptir: “Baskıları, mağduriyeti göze alarak mukaddeslerine sahip çıkan, ancak bunu, keza bir Mukaddes olan Devlet’e zeval vermeme kaygısıyla ‘kırıp dökmeden’ yapan bir tutum...” (Bora ve Erdoğan, 2003: 633). Devlet, mülklerin en yetkini olarak muhafazakâr ideolojinin siyaset pratiğinde özellikli bir yere sahiptir. Politik mücadele devlete veya onu temsil eden her şeye (polis, kamu malı gibi) zarar vermeyecek şekilde tesis edilmelidir. Bu nitelikleri muhafazakâr ideolojinin tanımladığı esnaf kimliğinde de görmek mümkündür.

Muhafazakâr ideolojinin seslendiği siyasal özne ise toplumun basit insan tipidir. “Milliyetçi-muhafazakâr bakış, halk cevherinin töz-

sel birimi olarak 'basit adam'ı, 'küçük insan'ı (ya da onun cisimleşmesi olarak köylüyü, taşralıyı...) alır" (Bora ve Erdoğan, 2003: 643). Basit insan tipi söylemsel bir kurgu olarak muhafazakâr siyasetin temel politik aktörü olarak işlev kazanır. Bu insan tipi içerisinde kendi girişimiyle, kimseye bağlı olmadan ve ancak belli bir kazançla sahip esnaf da yer alabilmektedir.

Esnaf, genellikle popüler kültürde nostaljik bir imge olarak da ele alınır. Bu niteliği ile eskiye duyulan özlemle şekillenmiş bir ideoloji içinde anlamlı bir yere sahiptir. Mahallenin sıcaklığı, samimiyeti, dayanışması, popüler kültür ürünlerinde özlenen bir dünyanın imgeleri olarak çokça kullanılmaktadır. Muhafazakâr ideoloji için de eskinin sıcak, samimi ve duygudaşlıkların halen yaşanır olduğu günler ve bunların mekanı mahalleler ve mahalleye canlılık katan esnaf, nostaljik imgeler arasında yer almaktadır. Dolayısıyla muhafazakâr basının esnafa ilişkin söylemsel kurgusunda bu tür bir nostalji arayışının katkısı bulunmaktadır. Fakat Bora ve Onaran'ın hatırlattığı gibi, "muhafazakârlığın ana doğrultusu içinde nostalji, salt bir 'koleksiyon ögesi' olarak değil, kurumsal ve kültürel devamlılığı vurgulayacak bir geçmiş kurgusu oluşturmak için işlevseldir" (2003: 236). Bu durumda esnaf, çoğunlukla geçmişten gelen veya kimi geleneksel değerlerin yaşanmasını mümkün kılan bir kategori olarak değerlidir. "Modern olanı dizginleyebilecek, onu (özellikle onun 'dejenere edici' etkilerini) sınırlamakta kullanılabilecek 'eski'ler, 'geleneksel' öğeler muhafazakâr nostaljinin öncelikli konusudur. İşlevini yitirmiş olan ise nostalji objesi olmaktan giderek uzaklaşır" (Bora ve Onaran, 2003: 237). Esnaf da halen korunan, korunması gereken ve muhtemelen muhafazakâr ideoloji için geleneğin yaşatıldığı bir toplumsal nesnedir. Üstelik yeni piyasa ilişkilerinin onlar için tehdit oluşturduğu bir anda, bu tür bir korumacılık daha fazla ön plana çıkmaktadır.

Kapitalizm ve Muhafazakârın Esnafı

Kapitalizmin doğuşunda zanaatkâr ve küçük girişimcinin ayrıksı bir durumu vardı. 19. yüzyıl sanayi devriminden önce zanaatkârlar

ekonominin yeni biçimleri içerisinde yaşamlarını devam ettirebiliyorlardı. Örneğin İngiltere’de sanayi devriminin şafağında tüccar girişimcilerin eve iş verme yöntemi ile üretimi arttırarak kârlarını genişletme arzusu, belirli bölgelerde belli bir alana yoğunlaşmış zanaatkârların yaşamını sürdürmelerine sebep oluyordu. Hatta ilk sanayi şehirleri bu tür üretime dayalı küçük pazarlardan doğuyordu (Bkz: Hobsbawm, 1998: 28-29). Ancak bu, aynı zamanda zanaatkârın ücret ile çalışan konumuna dönüştüğü gelişmelerin de başlangıcıydı. Fabrika üretim biçimi geliştikçe zanaatkârların beceri ve birikime dayalı üretim anlayışı da sarsıntıya uğruyordu. Nitekim fabrika tarzı üretim biçimini eski üreticiler ve esnaf tiksindirici buluyordu (Beaud, 2003: 85). Kırlarda yaşayanlar kentlere göç edip geniş proleter havuzunu oluşturdukça, küçük girişimciler de proleterleşme tehdidiyle yüz yüze kaldılar. Hatta toplumsal isyanlarda da diğer yoksul kesimlerle birlikte hareket ettiler (bkz. Huberman, 2007: 66-82). Ancak piyasanın küresel boyutunun dışında kaldıkları yer ve oranda özellikli bir konuma sahip olmaya da devam ettiler. “Söz gelimi 19. yüzyılda, bira imalatçısı, fırıncı ve şamdan imalatçısı, ulaşım maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle yerel pazarlardaki rekabetten büyük ölçüde korunmuşlardı. Yerel tekel güçleri enerjiden gıda teminine her alanda hâkimdi” (Harvey, 2013: 149).

Öte yandan bu süreç sonunda küçük üretici ve zanaatkârın anlam dünyası da değişmeye başlıyordu. Bu “büyük dönüşüm” neticesinde eskinin manevi değerlere dayalı üretim biçimi onarılmaz bir şekilde bozulmuştu.

Malların üretimi artık ne karşılıklı yardımlaşmaya, ne aile reisinin bakmak durumunda olduklarına karşı duyduğu sorumluluğa, ne zanaatkârların meslek onuruna ne de övgünün sağladığı doyuma bağlıydı - mesleği alışveriş olan insanların çok iyi tanıdığı - basit bir kazanç amacından başka hiçbir şeye bağlı değildi (Polanyi, 2007: 121).

Kapitalizm ve endüstri devriminin sonuçları bağlamında ele alındığında esnaf ve zanaatkârların toplumsal konumları, kâr dürtüsü (piyasalaşma) ve proleterleşme (kaybetme) korkusu ile şekilleniyordu. Kapitalist üretim süreçlerinin toplumsal alanı kuşatmaya başlamasıyla

geleneksel esnafın anlam dünyası bozulmaya başlamıştı. Artık hiyerarşik, dayanışmaya dayalı, ahlâki sınırları çizen lonca sisteminden, herkesin kendi başına kaldığı, üretimin ana amacının sermaye arttırmakla şekillendiği bir esnaf kurgusuna geçiliyordu. Toplumsal değişimin ortaya çıkardığı bu dayatma esnaf ile muhafazakâr ideolojideki bağı da tesis eden bir gelişmeydi. Öte yandan piyasa mantığı toplumsal alana yayıldıkça esnafın konumunda başka değişimlerin meydana gelmesine sebep olacaktı. 20. yüzyıla gelindiğinde kapitalizm üretim süreçlerinden tüketim alanına doğru kayacak bu da yeni türde bir ekonomik model ortaya çıkaracaktı. Kapitalizm, endüstriyel üretimden hizmet sektörlerine ulaşmaya başladıkça esnaf da bir kez daha kendini tehdit altında hissedecekti. Dolayısıyla günümüzde artık fabrika gibi kitlesel üretim biçimlerinden çok, kitlesel tüketim mekânları, esnaf için yeni mağduriyet alanlarını teşkil etmektedir.

Alışveriş merkezleri, kentlerin sosyal yaşamında önemli kırılmalar meydana getirmektedir. Sadece tüketici bireye odaklandığı gibi, imaj vurgulayan bu merkezler, aslında kentlerin ticaret yapısını da hızla çözmektedir. Bu noktada, alışveriş merkezleri, esnaf ve zanaatkârın özellikle büyük metropollerde birkaç noktaya sıkıştırılarak, kısmen yok olmaya terk edilmesi sorununun kaynağı durumundadırlar (Yücel, 2008: 70).

Günümüzde bu tehdidi süpermarkete karşı mücadele eden bakkal metaforuyla karşılamak mümkündür. Bir tespite göre, süpermarkete karşı bakkalların aynı cazip koşullarda mal temin edememeleri ve kâr marjları az olmasına rağmen bazı malları marketlere nispeten daha pahalıya satmak zorunda kalmaları müşteri kaybetmelerine ve iş hacimlerinin daralmasına, sonuçta sayılarının gün geçtikçe azalmasına yol açmaktadır (Pıçak ve Abdulkadir, 2009: 26). Bu tespitin doğruluk payı bulursa da küresel kapitalizm kültürünün esnafa kaynaklık eden ve varlığını sürdürmesini sağlayan dinamikleri de hazırda bulundurduğunu söylemek gerekmektedir. Yerel veya mahalli bir esnaf, küresel ve kitlesel aynılaştırma sorunu karşısında farklılık, eskiye özlem, sıcaklık ve yerellik/yerlilik arayışı içerisinde olan insanlar için birer kaçış noktası olabilir. Ancak daha önemlisi küresel kapitalizm de sürekli olarak farklılık ve yerellik arayışını, benzemezlikler ve aynılaştır-

tırlamayanların tercih edilme potansiyelini göz önünde bulundurarak canlı kılmaktadır. Harvey'in dikkat çektiği nokta da tam olarak bununla bağlantılı görünmektedir. Harvey'e göre günümüzde yerel kültürel yeniliklere, yerel geleneklerin yeniden canlandırılmasına ve icadına duyulan ilginin ne ölçüde bu türden rantları yaratma ve el koyma arzusunun kaynaklandığı sorusunu da gündeme getirmektedir (2013: 155). Dolayısıyla yerellik ya da öznelliklerle tesis edilmiş bir satış veya sunum etkinliğinin de küresel kapitalizm dinamikleri içerisinde anlaşılması gerekmektedir. Bu tür girişim çabaları aynı zamanda günümüz esnafı bağlamında geleceğin kârlı ortaklıklarına katılma hayalini ve umutları canlı tutmayı mümkün kılar görünmektedir. Sonuçta, daha önceki gelişmelerle birlikte ele alındığında kapitalist bir ekonomide esnafın beşeri duyguları, korku (proleterleşme), mağduriyet (süpermarket karşısında bakkal), umut (özel bir marka olma) ve kâr elde etme dürtüsü ile şekillenmektedir denilebilir.

Muhafazakâr ideolojide korku ve mağduriyet söylemleri politik tavrın biçimlenmesinde önemli bir role sahiptir. Nitekim Öğün'e göre, muhafazakâr her şeyden önce peşin yenilginin adamıdır (2003: 566). Modernizmden duyulan korku, devrimsel süreçlerin eskiyi onarılmaz şekilde değiştirmesi ve kapitalist ekonomik düzenin oluşturduğu ekonomik ve toplumsal mağduriyetler (kadim gelenek ve toplumsal bağların çöküşü) muhafazakâr ideolojinin politik söyleminin ana temalarını oluşturmaktadır. Bu nedenle esnaf kimliğinin tesis edilmesinde ekonomik koşullar altında ortaya çıkması muhtemel bu tür yönelimler, onlara yönelik söylemsel kalıpların oluşturulmasında da kullanılabilir. Ancak bir parantez açarak esnafa yüklenen bu muhafazakâr kalıbın yeni muhafazakârlık bağlamında bir çelişki taşıdığını da belirtmek gerekmektedir.

Günümüzde yeni muhafazakârlık, eski muhafazakâr söylemleri liberal politikalarla bağdaştıran ve belli ölçülerde bunları da aşındıran bir niteliğe sahiptir. Yeni muhafazakâr siyaset eskinin ahlâki saiklerini, mülkiyet anlayışını ve toplumsal tahayyülünü yeniden tanımlamaktadır. Dubiel'e göre, bu yeni siyasal söylemin temel nitelikleri şu şekilde tanımlanmaktadır:

... öncelikle, kültürel ve siyasi amaçlarından soyutlanmış bir teknolojik ve sosyal teknik gelişmenin amaçsız akışı; sonra, üretim araçları üzerindeki özel mülkiyete yüksek derecedeki toplumsallaşma koşulları altında bile dokunmayan bir üretim tarzı; ahlâki saikleri ve üretimin işlevsel gereksinimlerini kısa devre ile birbirine bağlayan yasaklayıcı bir etik ve nihayet, içinde biçimsel meşruluğa sahip profesyonel elitlerin kolektif kararlarının görüşülüp uygulandığı, toplumsal gruplardan kesinkes ayrılmış bir siyasi sistem (1998: 155).

Konjonktürel bu dönüşümün Türkiye muhafazakârlığına da etkileri kaçınılmazdı. İslami kimlikleri ön plana çıkan yeni bir burjuvazi Türkiye siyasetindeki söylemsel kalıpların değişmesine yol açıyordu. “İslami hareket kamusal alana çıkışla, yeni bir Müslüman kimliği yaratıyor, bunları kamusal alana taşıyor, kendi orta sınıfını doğuruyor, yeni tüketim modelleri getiriyor ve kendi burjuvazisini yaratan toplumsal bir olgu haline geliyordu” (Göle, 2002: 128). Ayrıca yeni muhafazakâr zenginler de eski sosyetenin alışkanlıklarını kendilerine uyarlamaya başlıyorlardı. Bu kesimler “beş yıldızlı otelleri, lüks otomobilleri, antika merakları gibi mevcut sosyetenin alışkanlıklarını, yaşam tarzlarını ‘İslamileştirerek’ devraldılar” (Can, 1997: 64). Böylece muhafazakâr ideoloji girişimcilik, marka, lüks yaşam ve zenginleşme gibi kavramlarla yeni bir siyasal söylem oluşturmaya başladı. Dolayısıyla eskinin kendine yeten, kapitalizmin mağdurlaştırdığı muhafazakâr siyasetin öznesi olarak tekil insan stereotipi ortadan kalktı. Ancak reel düzlemdeki bu dönüşüm, muhafazakâr ideolojinin temel dayanakları olarak söylemsel düzlemde tekil insanı, mağdurluğu veya uzlaşısız, otoriteye (devlete) saygılı geleneksel erkeği yerinden edemedi. Küçük işletmeci ya da esnaf da bu söylemsel kalıplar içerisinde tanımlanmaya devam etti. Ancak yeni gelişmeler bağlamında esnaf zaman zaman Türkiye ekonomisinin bel kemiği, hatta gelecek zengin girişimcilerin (ya da markaların) kozası olarak da değerlendirildi.¹

•••

1 Örneğin, 2012 yılının Ekim ayında, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK) ile Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Başkanlığı (KOSGEB) arasında imzalanan bir protokolle esnafın girişimcilik eğitimi alması hedeflenmiştir (Girişimci Esnafa 30 bin Lirası Hibeli Kredi, 2012).

Fetişizm Kavramı ve Muhafazakâr İdeolojide Esnaf Fetişizmi

Kendi kendine yeten, kapitalizmle özellikle kültürel bir mücadele içinde olan ama yeri geldiğinde yeni koşullara ekonomik yönden uyumlanabilen ve bunu da kültürel bir bozulmamışlık iddiası ile gerçeğeleştirmeye çalışan bir esnaf tipolojisi, muhafazakâr ideolojinin siyasal temsili için özgöl bir kategori sunmaktadır. Esnaf tipolojisi, bu kullanımda tüm farklılıklarından arındırılmakta, sınıfsal ayırt edici niteliği göz ardı edilerek en doğal, en hakiki toplumsal aktör olarak fetişleşmektedir.

Fetişizm kavramı, Marksizm'de somut toplumsal bir durumu tanımlamak için kullanılır. Meta fetişizmi, metanın üretilme süreçlerindeki toplumsal dinamikleri mistifike eden bir niteliğe sahiptir.

Bu bağlamda, metanın 'doğal fiyat'a, içerdii insan faktöründen bağımsız olarak parayla ve diğer metalarla bir ilişkiye sahip olduğu düşünülür. Aslında üretimde rolü olan insanların arasındaki ilişkileri yansıtan bu fiyat, hem kullanım değerinin yabancılaştırılmasına dayanan mübadele değerine işaret eder hem de metanın fiziksel niteliği gibi toplum dışı bir niteliği olarak ele alınır (Ollman, 2008: 307).

Meta fetişizminde, meta üretimini mümkün kılan toplumsal ilişkiler gözden kaybolur. "Kapitalist ekonomik ilişkiler içinde meta ve onu üreten insan emei arasındaki ilişki görünmez hale gelmiştir. Fiziksel nesnelere, gerçekte toplumsal ve insana özgü olan bir takım nitelikler atfedilmektedir" (Çelik, 2005: 179-180). Diğer bir ifade ile metalar arası mübadele ilişkileri, toplumsal olmayan doğal süreçler olarak anlam kazanmaktadır. Bundan sonra, insanların kendi kullarımları için üretilmiş olan nesnelere, değişim değerinin taşıyıcısı olarak ondan uzaklaşmıştır. Kullanım objesinin metaya bu şekilde dönüşümü, kapitalist burjuva toplumunda, ürünün insanları hâkimiyet altına almasını (insanların ürünü değil) açıklamaktadır (Löwith, 1999: 146). Dolayısıyla artık şeyler insanın kontrolünde değil, ona dışsal ve karşıt konumdadırlar. "Bazı özel toplumsal koşullarda, bu görünüm 'kendinde şey', insanın varoluşunun ve davranışlarının belirleyicisi haline

gelir; insanın bilinci 'özdekleşir' ve kendinde şeyler insan için ölçü halini alır" (Löwith, 1999: 146). Meta fetişizmi insani ilişkilerin üretim süreçlerinden dışlanması içerdiği kadar, insan tarafından üretilmiş olanların insanı tahakkümü altına almasına işaret etmektedir. Bu haliyle meta fetişizmi, "şeyleşme" olarak da tanımlanabilir (Ollman, 2008: 307). Ancak şeyleşme sadece metaların para olarak ifadesinin doğallaştırılması ile sınırlı değildir. Sermaye veya toprak mülkiyeti de bu bağlam içerisinde değerlendirilmelidir. Ancak daha önemli olan ise emeğin kendisinin şeyleşmesidir. Kapitalizmde "emek ilişkisinin kendisi şeyleşmiş bir hayalete, özgün niteliği elinden alınmış bir soyutlama olan ücretli emeğe dönüşmüştür. Kapitalizmde insanlar, değer üreten diğerlerinden farklı olarak yabancılaşmış emeklerini, bütün insanlar tarafından her an gerçekleştirilen bir üretici etkinlikmiş gibi görürler" (Ollman, 2008: 309). Böylece insan ile insan arasındaki ilişkiler de biri diğerinin yerine ikame edilebilecek nesnelere dönüşür.

Lukacs'ta ise şeyleşme kavramı bilimin üretiliş biçimlerine kadar genişletilir (bkz: Balibar, 2000: 94). Lukacs'ta şeyleşme, insanın kendi özelliklerine sinen bir niteliğe sahiptir. Şeyleşme ile «insanın özellikleri ve yetenekleri artık kişiliğin organik birliği halinde birbirleriyle bağlantı kurar olmaktan çıkar, insanın dış dünyada sahip olduğu veya 'feragat edip elden çıkardığı' nesnelere benzer şeylerin kılıfına bürünür» (Lukacs, 1998: 179). Şeyleşme insanın kendine yabancılaşması kadar, tür olarak insanlığa yabancılaşmasına da karşılık gelir. Şeyleşme neticesinde insansal ilgiler kendi dışındaki dünyayı şey benzeri kategorilere ayırabilir. Şeyleşme, insana ait olguların ya da kategorilerin doğal bir niteliğe bürünerek, değiştirilemez hakikatler olarak sunulması ile ilgilidir. Toplumsal kategorilerin tanımlanmasında da şeyleşme pratiği devreye girebilir. Esnaf kategorisine ait şeyleşme ise onun sınıfsal ayrımlar dışında kaldığı iddiasıyla ya da toplumsal bütüne ait değerlerin en doğal taşıyıcısı olarak betimlenmesinde ortaya çıkabilir. Belirli türde sosyo-ekonomik bir ardalanın ve tüm farklılıklarının dışında doğallıklar olarak sunulan kurgusal esnaf tipolojisi de muhafazakâr göstergeleri, ekonominin bel kemiği olmaları ya da mağdurlukları ile muhafazakâr basının özgül tanımlamaları içerisinde fetiş şeyler olarak yer alabilmektedirler. Bu, esnaf kategorisinin tarihsel

seyir içersinde oluşmuş anlamlandırma birikiminden kimi nitelikleri devşiren bir ideolojinin, şey benzeri kurgusuna karşılık gelmektedir. Ancak halen somut bir düzlemde açıklanmayı beklemektedir. Bu nedenle muhafazakâr basına ait haber içerikleri üzerinden yapılan bir inceleme, söz edilen tipolojinin oluşturulmasındaki dinamikleri ortaya çıkarmak açısından gerekli görülmektedir.

Muhafazakâr Basın Haber İçeriklerinde Esnaf Tipolojisi Üzerine İnceleme

Muhafazakâr basında esnaf tipolojinin analizini gerçekleştirmek için 2013 yılının Mart ayı ile Ağustos ayı arasında muhafazakâr basını temsilen *Zaman*, *Yenişafak* ve *Yeniakit* gazetelerinde yer alan esnaf haberleri örneklem olarak belirlenmiştir. Bu dönemin tercih edilmesinde, Haziran ayı itibari ile Gezi Parkı eylemlerinin başlaması ve muhafazakâr basının esnaf kimliği üzerinden eylemleri eleştirmesinin önemli bir rolü vardır. Böylece esnaf kimliği ve tasavvuru hakkında billurlaşmış bir söylemsel dizgiye ulaşabilmek mümkün olmaktadır. Ancak örnekleme Gezi Parkı eylemlerinin öncesinin de dâhil edilmesi ile tarihsel bir perspektif de oluşturulmaya çalışılmıştır.

Haberlerin incelenmesinde yöntem olarak eleştirel söylem çözümlemesi tercih edilmektedir. Söylemin ideolojik yapılar ile etkileşiminin incelenmesi, eleştirel söylem çözümlemesinin kapsamına girmektedir. İdeoloji ve söylem arasındaki karşılıklı etkileşimi van Dijk'ta görmek mümkündür. van Dijk'a göre, "ideolojilerden etkilenen son derece önemli toplumsal pratiklerden biri de sırasıyla ideolojileri nasıl edindiğimizi, öğrendiğimizi ve değiştirdiğimizi de etkileyen dil kullanımı ve söylemdir" (2003: 18). «Söylem, bildirişimdeki dil kullanımı, ideoloji de düşünce ve inanç düzeni olarak tanımlandığında; söylem içinde ideolojiyi barındırır ve ideoloji söylem oluşumundaki çerçeve olarak görülebilir» (İlgin, 2003: 285). Araştırmanın amacı da esnaf ile ilgili haberlerde muhafazakâr ideolojinin dil kullanım pratiklerini ve tercihlerini tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın söylem çözümlemelerindeki bazı yönelimlerinden ayrıldığı söylemek müm-

kündür. Söylem kavramını ideoloji kavramının dışında tutan yaklaşımların «temel varsayımı, toplumsal bir pratik olarak dil kullanımının ortaya çıkardığı 'söylem'in, kendi dışında hiçbir belirleyiciye gereksinimi olmadan, özerk ve kendi kendini belirleyen olarak tanımlamasıdır» (Üşür, 1997: 106). Çalışmamızda söylem ile ideoloji birbirini dışlayan kavramlar olarak kullanılmamaktadır. Çünkü «kimliğimizi şekillendiren söylemler toplumda günbegün yaşanan yapılar ve pratiklerle yakından birbirine bağlıdır, bazı söylemlerin 'doğru' etiketini alması diğer bazılarının ise almaması görece güçlü grupların çıkar alanıdır» (Burr, 2012: 76). Eleştirel söylem incelemelerinde, ideolojik bağlantıların oluşmasını sağlayan toplumsal alt yapı halen geçerliliğini korumaktadır. Bu yöntemde söylem boyutu, «ideolojilerin günlük konu ve konuşmalarımızı nasıl etkilediğini, ideolojik söylemi nasıl anladığımızı ve toplumda ideolojinin yeniden üretiminde söylemin nasıl yer aldığını açıklar» (van Dijk, 2003: 13). Araştırmamızda eleştirel söylem çözümlemesinden kastedilen de ideolojinin söylemsel olarak kurgulanış biçimlerinin tespitidir. Bu bağlamda araştırmada, ele alınan haberlerde anlamın inşa edilme dinamiklerini açığa çıkarmak ve belli bir ideolojinin (muhafazakârlık) dilsel pratiklerini bir toplumsal aktör (esnaf) üzerinden nasıl yeniden ürettiğini tespit edebilmek için eleştirel söylem çözümlemesi kullanılmaktadır.

Araştırmada muhafazakâr ideolojinin esnaf kurgusunun söylemsel çerçevesini belirlemek için ilk etapta haberler konulara göre bir ayrıma tabi tutulmaktadır. Bu ayrım söylemsel kalıbın makro düzeyini temsil etmektedir. «Konular kavramsal olarak metni özetler ve metindeki en önemli enformasyonu belirli hale getirir... Haber söyleminde, bu makro yapının en belirginini, geleneksel olarak başlıkta ve giriş paragrafında ifade edilmektedir» (van Dijk, 2007: 169). Araştırmada haber başlıklarının ve giriş cümlelerinin ifade ettiği anlamlara göre konulara ayrılması, muhafazakâr basın haber içeriklerinde esnafa ilişkin haberlerde hangi bağlamların ön plana çıkarıldığını göstermektedir.

Söylemsel kalıplarda ideolojik dilsel göndermeler çoğunlukla imalar aracılığı ile gerçekleştirilir. Araştırmada da haberlerde yer alan bazı ortak imalar incelenmeye çalışılacaktır. Çünkü «eleştirel haber

çözümlemesinde en güçlü anlambilimsel kavramlardan biri de imadır... Sözcükler, yan tümceler ve diğer metinsel ifadeler, ancak arka plan bilgi temeline çıkarsanabilecek kavramlar ya da önermeler ima edebilir» (van Dijk, 2007: 169). Haberlerde imalar söylenmeyen kadar, fazladan söylenen ifadeleri de içerir. Her bir ima, ideolojik birer bağlamsal niteliğe sahiptir. Araştırmamızda da haber söylemlerinde üretilmiş olan imalar, haber söyleminin esnaf tipolojisini tanımlarken ürettiği anlamları çözümleyebilmek için önemlidir. Öte yandan haberin söylemsel kurgulanışını incelenirken haber şemasını da göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Haberler söylemsel olarak bir haber şemasına sahiptir. Haber şemasında başlık, giriş, ana olaylar, bağlam tarih ve yorumlar gibi kategoriler bulunur ve anlamlar metin boyunca bu kategorilere yerleştirilir. Her bir kategoride de en önemli enformasyon önce ifade edilir (bkz: van Dijk, 2007: 170-171). Zaman zaman metinlerde olayların gelişimi belirli bir perspektiften farklı nedenlerden kaynaklanmış olarak sunulabilir ya da bazı anlamlar dışarıda bırakılarak alternatif oluşumlar engellenebilir. Bu bağlamda ele aldığımız haberlerin şemasında neyin ön plana çıkarılmış olduğu, neyin geri plana itildiği ideolojik perspektifi teşhis etmek açısından önemli görünmektedir. Haber söylemlerinde neyin ön plana çıkarıldığının tespiti aynı zamanda tercih edilen kelimelere de yansımaktadır. Bu bakımdan haberin üslubu (stil) ve retorik de haberin eleştirel çözümlemesinde kullanılacak araçlar olarak ele alınmalıdır. Üslup veya stil farklı sözcükler arasında yapılan seçimlere işaret eder. «Bu tür stilistik seçimler, bariz sosyal ve ideolojik imalar taşır, çünkü bu stiller genellikle muhabirin haber aktörleri ve haber olayları hakkındaki görüşlerinin işaretidir» (van Dijk, 2007: 171). Genellikle tanımlamalar üzerinde yapılan negatif tercihler ya da anlamı güçlendiren kimi kalıplar (metaforlar gibi) haber söyleminin politik tarafgirliğine işaret edebilmektedir. Esnaf kategorisinin muhafazakâr basın tarafından söylemsel kurgulanışında da kullanılan kimi metaforlar ya da sıfatlar anlamın nasıl tesis edildiğini gösterebilir.

Muhafazakâr Basındaki Esnaf Haberlerine Dair Niceliksel Veriler

Muhafazakâr basına ait üç gazetede (*Zaman*, *Yenişafak*, *Yeniakit*) 2013 yılının Mart ve Ağustos aylarına ait esnaf ile ilgili haberlere göz atıldığında bunların makro düzeylerinin diğer bir ifade ile başlık ve girişlerinde ön plana çıkan önerme ve konuların dağılımı Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1 - Konularına göre esnaf haberleri

	<i>Zaman</i>	<i>Yenişafak</i>	<i>Yeniakit</i>	<i>Toplam</i>
Mağdur esnaf	40	28	3	71
Olumsuz esnaf profilleri	8	-	-	8
Ekonominin belkemiği esnaf	1	2	-	3
İktidarla çatışma ve iktidar mağduriyeti	8	1	-	9
İktidar ile olumlu ilişkilere sahip esnaf	24	3	2	29
İşleri yolunda olan esnaf	2	1	3	6
Toplam	83	35	8	126

Altı aylık incelemede esnafı konu edinen haberlerin büyük bölümü esnafın mağdurluğunu ele alan olaylara değinmektedir. Gazetelerden ise daha çok *Zaman*'ın esnafı konu edinen haberleri ele aldığı görülmektedir. Ancak bu veriler sadece konuların dağılımı ve esnaf hakkındaki makro önermelerin nasıl gerçekleştiği konusunda bazı öngörülerin oluşturulmasını sağlamaktadır. Söz konusu konu ve temaların söylemsel olarak işleniş şekilleri (haber şeması) ise muhafazakâr basının esnafa yönelik kurgusunu yansıtacaktır. Ancak söylemsel kalıpların oluşturulmasını sağlayan haberlerin tümü (126) çalışmanın boyutlarını aşacağından, bazı ortak noktaları tespit etmeyi mümkün kılan örnekler üzerinden hareket edilmeye çalışılacaktır.

Esnaf Mağduriyetinde Retorik, Üslup ve İmalar

Esnafın mağdurluğuna değinen haberlerde genellikle esnafın işlerinin kötüye gittiğini belirten durumlar ön plana çıkarılmaktadır. Öte yandan Gezi Parkı olaylarında mağdur olan esnaf imgesi de bu bağ-

lamda ele alınabilir niteliktedir. Örneğin bir haberde öne çıkan ifadeler şöyledir: “Başbakan Tayyip Erdoğan, Gezi Parkı eylemlerinde esnafın hedef alındığını söyledi. Olay çıkaranların dükkân sahiplerini tehdit ettiğini ifade eden Erdoğan, 'Esnafın son derece duyarlı akliselime davet etmeleri dinlenmedi. Hakaretle, şiddetle karşılık buldu' dedi» (Zaman, Gezi Olaylarında Esnaf Hedef Alındı, 24 Temmuz 2013). Haberde mağduriyet söyleminin oluşmasında eylemlerde esnafın hedef alındığının söylenmesi etkili olmaktadır. Esnafın “son derece duyarlı akliselime davet eden” özne olarak kurgulanışı muhafazakâr ideolojinin esnafa yüklediği toplumsal içeriği açığa çıkarır niteliktedir. Esnaf, akliselim sahibi, duyarlı iken talepleri ise karşıtları tarafından “hakaret ve şiddetle” karşılık bulmaktadır. Haberde ayrıca Başbakan'ın eylemcilere yönelik üslup tercihi de şu şekilde yansıtılmaktadır: “Sokakların terörize edilmesi sonucu esnafımızın işleri bozuldu. Bazı sokaklarda dükkânlara saldırıldı, cam çerçeve kırıldı, dükkânlar yağmalandı”. Haberin devamında da bu tarz bir retoriğin sürekli olarak yenilediği gözlemlenmektedir. Böylece haber şeması karşıtlıkların tesis edilmesinde olumlu esnaf (akliselim) ve karşıtında yer alan eylemciler (terörize eden) retoriğine dayanmaktadır. Söz konusu karşıtlık haberde şu şekilde sürdürülmektedir:

Esnafın, milletin iyiliğini düşünüp, her zaman istikrardan yana olduğunu ifade eden Başbakan Tayyip Erdoğan, şunları söyledi: ‘Esnaf hadiselerinin iç yüzünü çok çabuk kavrayan, hadiselerin nereden kaynaklandığını ve nereye varılmak istendiğini bilen, buna göre tavrını net olarak ortaya koyan kesimdir. Bu son olaylarda da büyük Türkiye'nin güçlenen ekonomisinin hedef alındığını, istikrar ve güven ortamının hedef alındığını görmüş, bu eylemlere karşı tavrını belirlemiştir (Zaman, Gezi Olaylarında Esnaf Hedef Alındı, 24 Temmuz 2013).

Esnafın çağrıştırdığı anlamlar ‘istikrar’ ve ‘güven arayışı’ ile şekillenmektedir. Böylece esnaf, olayların ardındaki komployu sezen, akıllı, uyanık, istikrar ve güven arayışını temsil eden (muhafazakâr) bir toplumsal aktör olarak kurgulanmış olmaktadır.

Esnaf mağduriyeti söylemi Gezi Parkı eylemleri süresince muhafazakâr basında devam ettirilmiştir. Bu söylem eylemcilere pala ile

müdahale eden bir esnafın serbest bırakıldığı haberde de sürdürülmektedir. Böylece esnaf mağduriyetine yönelik üslup tercihinin boyutlarının sınırsızlığı da göz önüne çıkmaktadır. Haber şemasında olaylara karışan esnaftan sorgulananların ifadelerine de yer verilmektedir: “Uzun süredir devam eden eylemler nedeniyle işlerimiz kötü gidiyor. Bölgede kiralar yüksek. Kazancımız çok düştü. Olay günü göstericilerden müşterilerimiz rahatsız oldu. Ağız dalaşı ve tartışmalar yaşandı. Biz de mutfakta bulduğumuz aletlerle kendimizi savunduk” (*Zaman*, Palalı esnaf: Eylemler yüzünden işlerimiz kötüye gitti, 08 Temmuz 2013). Mağduriyet söyleminin yaratılmasında haberin yer verdiği açıklamalar birer üslup tercihi olarak kabul görmelidir. Buna göre «rahatsız olan esnaf»ın işleri kötüye gitmiş, tartışmalara katılmış ve esnaf da kendisini savunmak zorunda kalmıştır. Başka haberlerde de benzer söylemsel oluşumları görmek mümkündür. Örneğin *Zaman* gazetesindeki “20 gündür iş yapamıyoruz” başlıklı haberde “Nişantaşı’nın ara sokaklarına dağılan göstericiler, esnafın tepkisi ile karşılaştı. Esnaf polise destek vererek eylemcilere tepki gösterdi” denilmektedir (17 Haziran 2013). Esnafın polise verdiği destek, haber retoriğinin ön plana çıkardığı öğedir. Bu tür haberlerde otoriteye saygılı ve eylemciye karşı olan bir esnaf imgelemenin oluşturulduğu görülmektedir. Örneğin *Yeniakit*’in bir haberinde söz konusu karşıtlık esnafa yönelik bir koruyuculuğa dayanmaktadır. Bu haberde savcılarının haber retoriğinde “olayı tahrik eden Taksim Dayanışma Platformu üyelerini serbest bırakması” sorgulandıktan sonra, “işyerini talan etmek isteyen eylemcilerden korunmak için havaya ateş eden esnafın tutuklanması ise yargıya olan güveni azaltıyor” denilmektedir (Esnaf içerde çapulcular dışarıda, 21 Temmuz 2013). Böylece eylemcilerin karşısında olumlu bir esnaf retoriği oluşturulmakta ve esnafın mağdurluğu silah kullanma hakkına sahip olmasına kadar genişletilebilmektedir. Öte yandan esnaf mağduriyetini ele alan haberler Gezi Parkı eylemleri ile sınırlı değildir. Esnafın özellikle tüketim katedralleri ve yeni kapitalist kurumlar karşısındaki konumunu sorgulayan haberlere de rastlamak mümkündür. Örneğin «AVM’ler hem kendilerine hem küçük esnafa zarar veriyor” (*Zaman*, 09 Ağustos 2013) başlıklı bir haberde, perakende sektörünü düzenleyen yasa tasarısının önemine

değnilmektedir. Bu haber söyleminde büyük alışveriş merkezlerine direnen mağdur bir esnaf tipolojisinin oluşturulduğu görülmektedir. Öte yandan esnaf mağduriyetinin muhafazakâr basında üretilmesinin bir başka biçimi, muhalefet ile esnaf arasındaki olumsuz ilişkilerin ön plana çıkarıldığı haberlerdeki üslup tercihlerinde görünürlük kazanmaktadır. *Yeniakit* Gazetesi'nde 'Biracı Başkan' olarak tanımlanan Antalya Büyükşehir Belediye Başkanı'na yönelik olumsuz bir haber retoriği buna örnek gösterilebilir. Haberde, Belediye Başkanı'nın esnafa "kan kusturduğu" metaforu ile anlam güçlendirildikten sonra, Başkan'ın CHP'li olmayan esnafın dükkân ve büfe önlerine koydukları masa, sandalye, buzdolabı gibi eşyalarını kaldırmasını istediği aktarılmaktadır (*Yeniakit*, CHP'li Biracı Başkan'dan Esnafa Çifte Standart, 03 Nisan 2013). Böylece, esnaf ile muhalefet arasındaki ayrım söylemsel olarak belirlenmekte ve bu karşıtlık bağlamında muhafazakâr ideolojinin toplumsal öznesi olarak bir esnaf kimliği tesis edilmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, muhafazakâr basında esnaf haberlerinin önemli bir özelliği esnafı mağduriyet ekseninde tanımlıyor oluşudur. Bu Türkiye'deki mağdur ama mağrur muhafazakâr ideolojik söylemin esnaf kategorisine de uzatılmasını temsil etmektedir. Öte yandan muhafazakâr ideolojinin esnaf ile kendi arasında bir mağduriyet ortaklığı kurduğunu da söylemek mümkündür.

Olumsuz Esnaf Profilleri

Muhafazakâr basında az da olsa olumsuz esnaf profilleri yer almaktadır. Ancak bu tür haberler, muhafazakâr ideolojinin esnaf profilinden ne beklediğini açığa çıkarması açısından önemlidir. Örneğin Gezi Parkı eylemlerinde havaya ateş açtığı için tutuklanan bir esnafı ele alan haberde söylemsel üslup, esnafın eylemini anlamaya yöneliktir. Haber şemasında esnafın anlatımı merkeze alınarak, olayın tarihi şu şekilde aktarılmaktadır: "Gezi Parkı eylemlerinden dolayı zarar ettiğini bu nedenle havaya ateş ettiğini anlatan Adnan S. olaydan sonra silahını göstericilere doğru fırlatarak Simon Otel'e saklandığını anlatmıştı" (*Zaman*, Havaya ateş açan esnaf tutuklandı, 09 Temmuz

2013). Olumsuz bir davranışın sergilenmesi, haber kurgusu içerisinde, esnafın mağdurluğu üst anlatısının altında gerçekleşmektedir. Öte yandan Eskişehir’de dövülerek öldürülen öğrenci Ali İsmail Korkmaz ile ilgili savcının iddialarına yer verilen bir haberde (*Zaman*, Ali İsmail’in katil zanlısı 4 kişi tutuklandı, 08 Ağustos 2013) olumsuz davranış (veya suç) polisten çok esnafa aittir. Haberin söylemsel şemasında bu iddia ön plana çıkarılmaktadır (girişte). “Başsavcı, kaydı polis değil esnafın sildirdiğine dikkat çekti” ifadesiyle verilen iddianın haberin söylemsel şablonunda ön plana çıkartılıyor oluşu, esnafın polis veya devlet gibi otoriteyle karşı karşıya geldiğinde muhafazakâr perspektifin hangi tarafta yer alabileceğine işaret etmesi açısından önemlidir. Öte yandan muhafazakâr basında olumsuz esnaf profilini içeren haberlerin pek yer bulmadığı görülmektedir. Yer verilmek durumunda kalındığında ise bu, çoğunlukla esnafın olumsuz örnek olabilecek eyleminin arka planını (açıklamasını) ihmal etmeyen bir üslupla gerçekleştirilmektedir.

Ekonominin Bel kemiği Olarak Esnaf Kurgusu

Muhafazakâr ideolojide esnafa yüklenen rollerden biri de ekonominin bel kemiği olma statüleridir. Ele aldığımız gazetelerde de bu tür haber söylemlerine rastlamak mümkündür. Örneğin Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürü’nün konuşmasına yer verilen haberde “ekonomik dinamizmin ve canlılığın kaynağını oluşturan esnaf ve sanatkârın aynı zamanda refahı tabana yaydığını kaydetti” ifadesi göze çarpmaktadır (*Zaman*, Esnaf, refahı ve canlılığı tabana yayıyor, 26 Haziran 2013). Bu tür haberlerde esnafa yönelik “ekonominin bel kemiği” metaforu sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Bazı haberlerde ise esnafın korunması, girişimciliğin çoğalması ve işsizliğin azalmasına gerekçe olarak sunulmaktadır: “Küçük esnafın korunmasını isteyen TESK Başkanı Palandöken, ‘Önce küçüğü koru felsefesinin yerleşmesi, girişimcinin çoğalmasına, işsizliğin azalmasına katkı sağlayacaktır’ dedi” (*Yenişafak*, Önce küçüğü koru işsizlik azalsın, 10 Ağustos 2013). Haberlerde esnafın ekonominin dinamosu olarak sunulması muhafazakâr ideolojinin esnafa yüklediği toplumsal anla-

ma işaret etmektedir. Buna göre esnaf aynı zamanda ekonominin iyiye gitmesi için korunmalı ve desteklenmelidir.

İktidarla Çatışma ve İktidar Mağduriyeti

Muhafazakâr ideoloji, var olan düzenin ve toplumsal hiyerarşinin korunması için otorite ile çatışmaktan kaçınan bir ideolojidir (bkz: Vural, 2007: 63). Ancak zaman zaman esnaf bu tür tartışmaların içersine girebilir. Devleti temsil eden kurumlarla (polis, zabıta vs) veya iktidarı temsil eden mekanizmalarla çatışma içersinde kalabilir. Bu tür durumlarda muhafazakâr basın, tarafsız bir dil tutturmaya çalışır ama çoğunlukla iktidar veya otoriteyi temsil eden kurum veya kişilerin yanında yer alır. Örneğin *Zaman* gazetesinde yayınlanan bir haberde esnaf ve zabıta arasında yaşanan gerginlik şu şekilde aktarılmaktadır. “Beyoğlu’da esnaf ve zabıtalardan kaldırım işgali gerekçesiyle birbirine girdi. Zabıtalara sopalarla saldıran iş yeri sahipleri, el konulan ürünlerini teslim etmemek için direndi” (Beyoğlu’da zabıtalardan esnaf kapıştı, 16 Mayıs 2013). “Sopalarla saldıran esnaf” ifadesi haberde ön plana çıkarılmaktadır. Böylece esnafın söylemsel olarak mücadelesine haksız bir yön bulunmaktadır. Otorite (burada zabıta) çatışma halinde, esnaf kimliği muhafazakâr basında olumsuzlanmaktadır.

Muhafazakâr basında esnaf ile iktidar arasındaki çatışmalı ilişkilere odaklanan haber sayısı oldukça azdır. Ancak yine de bu tür ilişkilerde esnafın taleplerinin yanında yer alan bir retoriğin üretildiği gözlemlenmektedir. Örneğin bir haberde tarihi bir yerin çevresinde yer alan işyeri sahiplerinin kamulaştırma bedellerini düşük buldukları ifade edilmektedir (*Zaman*, Esnaf kamulaştırma bedelini düşük buldu, 29 Mayıs 2013). Haber dili, turistik bir yer için yapılan kamulaştırma bedeline yönelik esnafın tepkisini ön plana çıkararak iktidarın mağdur ettiği esnafın yanında yer almaktadır.

Muhafazakâr basının iktidar ve otorite mercileri ile çatıştığı durumlarda, düzeni bozan esnaf kategorisinin olumsuzlandığını ancak esnafın iktidarlara yönelik bazı taleplerinin (özellikle ekonomik gereklilik olarak görünenlerin) ise geçerli bir argüman olarak değerlendirildiğini görmek mümkündür.

İktidar İle Olumlu İlişkilere Sahip Esnaf

Gazetelerde zaman zaman esnaf ile iktidar arasındaki olumlu ilişkilerin haberleştirildiği görülmektedir. Bu tür haberler, iktidarla çatışan esnaf haberlerine göre gazete sayfalarında daha fazla yer almaktadır. Esnafı ziyaret eden hükümet yetkilileri bu tür haberlere örnek olarak gösterilebilir. Örneğin *Zaman* gazetesinde Başbakan Tayyip Erdoğan'ın esnaf ziyareti şu şekilde aktarılmaktadır: "İşyeri sahibi ve çalışanlarıyla bir süre sohbet eden Erdoğan'a çay ikram edildi. Erdoğan, sohbet esnasında lastikçilerin önemli olduğuna işaret ederek, '24 saat açsınız. Bir aksilik olursa yolda kalırız. Lastikçi esnafı bu yüzden önemli' dedi". (Başbakan Erdoğan'dan esnaf ziyareti, 01 Mayıs 2013). Esnafın yaptığı işin öneminin, devlet erkânının en üst mercisinden ifade edilmesi haber şemasında ön plana çıkarılan bir önermedir. Çay ikramı, esnaf ve iktidar arasında kurulan bağlantının bir sembolü olarak söylemsel retorikte özellikle vurgulanmakta, lastikçiliğin önemi ise bizzat başbakan tarafından açıklanmaktadır. Bir diğer haberde ise Ankara Valisi esnafa yönelik ziyaretinde yaptığı açıklamada şunları söylemektedir: "Ankara'yı esnaflarımızla birlikte yönlendirelim, stratejik başlıklarını hep beraber belirleyelim" (*Zaman*, Ankara'yı esnafımızla birlikte yönlendirelim, 01 Mayıs 2013). Bu açıklamaya göre esnaf, yönetim aşamasında bulunması gereken ekonomik bir aktördür. Ancak var kalabilmeleri için destek de görmeleri gerekir. Böylece muhafazakâr ideolojinin esnafılığı ekonomik bir aktör olarak da değerli gördüğü anlaşılmaktadır.

Esnafa yönelik mali destekler de bu kategori içerisinde değerlendirilebilir. Kredi kolaylıkları, bankalarla yapılan anlaşmalar ve hükümet destekleri zaman zaman esnafa ilgili haberler arasında yer almaktadır. Kredi kolaylıkları esnaf birliklerini mutlu eden gelişmeler olarak sunulmaktadır. Örneğin bir haberde kredinin 'can suyu' metaforu ile tanımlanması hükümetin yaptığı yardımın değeri için kullanılan bir tercih olarak değerlendirilebilir (*Zaman*, 2.5 milyon esnafa verilecek kredi 'cansuyu' olacak, 01 Ağustos 2013). Bir başka haberde de Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın esnafın bir banka aracılığı ile kullandığı kredi faizlerinde indirimine gidildiğine ilişkin açıklaması yer

almaktadır (*Zaman*, Esnafa Kredi Müjdesi, 30 Nisan 2013). Başbakan ayrıca konuşmasında Türkiye'nin dünyanın en zengin ve en köklü esnaf topluluğuna sahip olduğuna işaret ettikten sonra, "Bu coğrafyada 1000 yıldır esnaflığın sadece ekonomik boyutu olmadı. Dayanışmasıyla esnaflık medeniyetimizin gelişmesinde hayati bir rol oynadı. Komşunun siftahını kendine dert edinen bir kesime dünyanın hiçbir yerinde rastlayamazsınız" diye konuşmaktadır. Böylece haberde Başbakan'ın açıklamalarından bazıları tercih edilerek, esnafın geleneksel değerlerine bir göndermede bulunmaktadır. Buna göre, emsalsiz esnaf geleneği aynı zamanda ahlaki bir değere de karşılık gelmektedir. Ayrıca esnaf, açıklamalara göre muhafazakâr kimliğin yaşatıcısı olarak da konumlanmaktadır: "Esnaf sosyal düzenin muhafızıdır. Toplum içinde edebin adabın terbiyenin koruyucusu yaşatıcısıdır..." Böylece esnaf siyasi bir tercihin (muhafazakârlık) doğal temsilcisi olarak tanımlanmış olmaktadır.

Haber söylemlerinin oluşturulmasında esnafa yönelik muhafazakâr kurgu, devlet 'büyüklerinin' açıklamalarıyla da şekillendirilmektedir. İktidarların esnaftan da beklentileri vardır. Bu beklentiler zaman zaman özel alana kadar uzanabilir. Başbakan Erdoğan'ın bir esnafla sohbeti, bir haber şeması içerisinde şu şekildedir: "Başbakan, 'Kaç çocuğun var?' dediği bir esnaftan, 'Bir, Başbakan'ım' cevabı alınca, 'Olmaz ya, gaza bas gaza... Bak bir olur, rakip olur.' dedi. Esnafın, 'Annesiyle yeni buluştuk Başbakan'ım. Eşim öğretmen.' demesi üzerine Erdoğan, 'Ne demek canım!' ifadelerini kullandı (*Zaman*, Erdoğan'dan 1 çocuklu esnafa: Gaza bas, gaza..., 02 Mayıs 2013). Çocuk yapmanın 'gaza basmak' metaforu ile ilişkilendirildiği eril dil, esnaf ile iktidar arasındaki dilsel uzlaşmayı çağrıştırmaktadır. Esnafın eşinin öğretmen olduğunu vurgulaması ise memur maaşları ve geçim zorluğu ile öğretmen atamalarındaki olumsuzluklara değinen bir protestoyu içermektedir. Ancak açıklanmayı bekleyen bu girişim, 'ne demek canım!' vurgusuyla geçiştirilmektedir. Bu vurgunun içerdiği ima, öğretmenliğin çocuk yapmaya engel olmaması gerektiği yönündedir. Haber söyleminin bir bütün olarak ima ettiği şey ise muhafazakâr bir kategori olarak esnaftan beklenenlerdir (çocuk yapmak gibi).

İktidarla esnaf arasındaki ilişkilerin belirleyici yönü, esnafın ekonomik olarak desteklenmesine yöneliktir. Muhafazakâr ideolojinin ekonomik bir temel olarak esnafı temel mekanizma olarak görmesinin izleklerini bu tür haberlerde görmek mümkündür.

“İşleri Yolunda Esnaf” Retoriği

Muhafazakâr basında esnafın işlerinin iyiye gitmesi de beklentiler arasında yer almaktadır. Bu tür haberler aracılığıyla her şeyin olumsuz olmadığı, esnafın işlerinin iyiye gidiyor oluşu ile ekonomik canlanmanın kazanıldığı vurgusu ön plana çıkarılmaktadır. Ancak bu tür haberlerin politik nitelikleri daha fazladır. Özellikle Kürtlerin yaşadığı şehirlerde esnafın işlerinin açılması iktidarın başarılarının göstergesi olarak sunulur ve Kürt sorununun çözümüne yönelik olumlu işaretler daha çok bu kanal üzerinden tesis edilir. Örneğin “Toplumsal olayların ardından sık sık kepenk kapatma eylemleriyle gündeme gelen Diyarbakır’da, çözüm süreciyle birlikte esnafın yüzü gülmeye başladı. Şehrin tarihi ve turistik merkezi olan Hasanpaşa Hanı esnafı, son 30 yılın en huzurlu ve bol kazançlı günlerini yaşıyor” (*Zaman*, Diyarbakır esnafı son 30 yılın en kazançlı günlerini yaşıyor, 17 Haziran 2013).

Yeniakit gazetesindeki bir habere göre ise alkol yasakları da esnafın işlerinin iyiye gitmesini sağlamaktadır: “Meclis Genel Kurulu’nun alkolle ve doğacak zararlarla ilgili birçok önleyici kanunu kabul etmesi vatandaşlar ve esnafa rahat bir nefes aldırdı... Türkiye’nin en kalabalık şehri İstanbul’un oluk oluk içki aktığı Beyoğlu İstiklal Caddesi’ne yolu düşen vatandaşlar ve yerli esnaf kararları memnuniyetle karşıladıklarını ifade etti” (İçki yasağı esnafı mutlu etti, 26 Mayıs 2013). Haber şemasında kullanılan söylem, vatandaş ve esnafın içki yasakları ile rahat bir nefes aldığına işaret etmektedir. “Oluk oluk akan içki” metaforu ise Beyoğlu’na yönelik olumsuz anlam inşasını güçlendirmektedir. “Yerli esnaf” tanımlaması da esnaf arasında bir ayrıma gidildiğini ima eder niteliktedir. Bu haberde de iktidarın aldığı bir karar esnaf aracılığıyla meşrulaştırılmaktadır. Aynı zamanda muhafazakâr ideolojinin esnaf tasavvurunun nitelikleri konusunda da içeriklere sahiptir. Buna göre, esnaf (özellikle yerlisi!) içkiden rahatsızdır.

Esnafın işlerinin yolunda gittiğine yönelik söylemsel kurgularda, esnafın işlerinin olumlu gitmesi ile ekonomik gelişme arasında kurulan paralelliği görmek mümkündür. Bu tür haberlerde esnaf ekonominin bel kemiği olarak, işleri iyiye gitmesi gereken değerli bir ekonomik özne olarak kurgulanmaktadır.

Sonuç

Muhafazakâr basında esnafın değerli bir toplumsal aktör olarak sunulduğu ve bu değerın içerikleri analiz boyunca karşımıza çıkmaktadır. Bu içerikler, esnafın mağdurluğu (toplumsal gelişmelerden, eylemlerden, kapitalist organizasyonlardan- sosyalizm ve kapitalizmden vs), onların ekonomik bir kalkınma aracı olarak görülmesi, dayanışmanın, düzenin ve organik bir toplumun aktörü olmaları, otoriteye itaat etmeleri ve toplumsal muhalefete karşı olmaları şeklinde özetlenebilir.

Araştırma kısmında ele alınan gazetelerde esnaf kategorisi hakkında kullanılan temalar, esnafın tarihsel kabullerinden ve toplumsallık içerisindeki özgül konumlardan da beslenmektedir. Esnaf kategorisi toplum içerisinde sınıflar arası bir kategori olarak, kendini gelişen kapitalizm karşısında tehdit altında hisseden ama henüz emeği ile geçinmek zorunda kalmayan, en azından kaybedecek bir şeyleri olan bir toplumsal oluşuma karşılık gelmektedir. Ancak yine de bu ekonomik alt yapı, her esnafın hayata bakışta benzer değerleri paylaşacağı anlamına gelmemektedir. Mağdur, ekonominin bel kemiği, toplumsallığın birleştirici harcı olarak, devlete ve otoriteye saygılı esnaf imgesi, kültürel kodlamalar içerisinde oluşturulan ve genellikle muhafazakâr ideolojinin etkin olduğu bir söylemdir. Esnaf bu anlatımlarda, ekonominin bel kemiği, düzen yanlısı, mağdur ve geleneğin temsilcisi olarak fetişleşmiştir. Özellikle Gezi Parkı sürecinden sonra yayınlanan haberlerde esnaf tipinin muhafazakâr temsilinin daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir. Ancak araştırmanın ilk üç ayı kapsayan evresinde de (Mart-Mayıs ayları) benzer kullanımların bulunduğu gözlemlenebilmektedir. Bu nedenle esnaf kurgusu bağlamında muhafazakâr basının

sürekli olarak benzer temaları işlediğinden söz edilebilir. Bu kurgusal esnaf kimliği ise muhafazakârlığın kendi ideolojik formunun somut kategorisini oluşturması bağlamında bir ayna işlevi yüklenmektedir.

Sonuçta günümüz Türkiye muhafazakârlığında, somut sosyo-ekonomik kategori arayışının merkezinde köylülük ya da aristokrasi-den daha çok esnaflık yer almaktadır. Hatta Türkiye toplumunun sosyalleşme biçimlerinde esnaflık hâkim bir pozisyon olarak da sunulmaktadır. Toplum büyük bir esnaf organizasyonu olarak tahayyül etmenin başatlığı da muhafazakâr ideolojinin bir başarısı olarak okunabilir. Bunun yerleşikleşmesinde, muhafazakâr basın ise kurucu bir işlev yüklenmektedir. Öte yandan muhafazakâr basında yer alan belirli biçimlerdeki esnaflık kurgusunu, muhafazakâr ideolojinin kendisine yönelik toplumsal ve ekonomik bir zemin arayışı çabası olarak da görmek mümkündür.

Kaynakça

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanununu (2005). <http://www.tesk.org.tr/tr/5362/5362.php>. (Erişim tarihi: 29 Haziran 2013).

Argın, Şükrü (2003). "Siyasetin 'Taşra'sında Taşranın Siyasetini Tahayyül Etmek". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık* 5. Ahmet Çiğdem (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 465-489.

Balibar, Etienne (2000). *Marx'ın Felsefesi*. Çev., Ömer Laçiner. İstanbul: Birikim.

Beaud, Michel (2003). *Kapitalizmin Tarihi*. Çev., Fikret Başkaya. Ankara: Dost.

Bora, Tanıl ve Erdoğan, Necmi (2003). "Muhafazakâr Popülizm". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık* 5 Ahmet Çiğdem (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 632-644.

Bora, Tanıl ve Onaran, Burak (2003). "Nostalji ve Muhafazakârlık". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık* 5. Ahmet Çiğdem (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 234-260.

Bosnalı, Ömer (2004). "Ahiliğin Üretim ve Tüketim Mekanizmasındaki Yeri ve Günümüze Uyarlanması". *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2(9): 39-46.

Burr, Viven (2012). *Sosyal İnşacılık*. Çev., Sibel Arkonaç, Ankara: Nobel.

Can, Kemal (1997). "'Yeşil Sermaye' Laik Sisteme Ne Yaptı?". *Birikim* 99: 59-65.

Çelik, Nur Betül (2005). *İdeolojinin Soykütüğü - Marx ve İdeoloji*. Ankara: Bilim ve Sanat.

van Dijk, Teun A. (2003). "Söylem ve İdeoloji Çokalanlı Bir Yaklaşım". *Söylem ve İdeoloji*. Çev., Nurcan Ateş, Barış Çoban ve Zeynep Özarlan (der.) içinde. İstanbul: Su. 13-113.

van Dijk, Teun A. (2007). "Bir Söylem Olarak Haberin Disiplinler Arası Çözümlemesi". *Medya Metinlerini Çözümlemek*. Çev., Ümit Atabek, Gülseren Şendur Atabek ve Ümit Atabek (der.) içinde. Ankara: Siyasal.164-177.

Dubiel, Helmut (1998). *Yeni Muhafazakârlık Nedir?* Çev., Erol Özbek. İstanbul: İletişim.

- Durna, Tezcan (2009). *Kemalist Modernleşme ve Seçkincilik*. Ankara: Dipnot.
- Girişimci Esnafa 30 Bin Lirası hibeli kredi. (2012: 7 Ekim). <http://www.hurriyet.com.tr>. (Erişim Tarihi: 15 Aralık 2013).
- Göle, Nilüfer (2002). *Toplumun Merkezine Yolculuk*. İstanbul: Ufuk.
- Harvey, David (2013). *Asi Şehirler*. Çev., Ayşe Deniz Temiz. İstanbul: Metis.
- Hobsbawm, Eric (1998). *Sanayi ve İmparatorluk*. Çev., Abdulllah Ersoy. Ankara: Dost.
- Huberman, Leo (2007). *Feodal Toplumdan Yirminci Yüzyıla*. Çev., Murat Belge. İstanbul: İletişim.
- İlgın, Leyla (2003). "Söylem ve İdeoloji". *Söylem ve İdeoloji*. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (der.) içinde. İstanbul: Su. 285-299.
- Köker, Levent (2003). "Liberal Muhafazakârlık ve Türkiye". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık 5*. Ahmet Çiğdem (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 274-290.
- Löwith, Karl (1999). *Max Weber ve Karl Marx*. Çev., Nilüfer Yılmaz. Ankara: Doruk.
- Lukacs, György (1998). *Tarih ve Sınıf Bilinci*. Çev., Yılmaz Öner. İstanbul: Belge.
- Mannheim, Karl (1959). *Essays on Sociology and Social Psychology*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Mardin, Şerif (1991). "Türkiye: Bir Ekonomik Kodun Dönüşümü". *Türk Modernleşmesi* içinde. İstanbul: İletişim. 195-298.
- Nispet, Robert (1986). *Conservatism: Dream and Reality*. Bristol: Open University Press,
- O'Gorman, Frank (1986). *British Conservatism; Conservative Thought From Burke to Thatcher*. New York: Longman.
- Ollman, Bertell (2008). *Yabancılaşma*. Çev., Ayşegül Kars. İstanbul: Yordam.
- Öğün, Süleyman Seyfi (2003). "Türk Muhafazakârlığının Kültürel Politik Kökleri". *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce - Muhafazakârlık 5* Ahmet Çiğdem (der.) içinde. 539-582.

- Pıçak, Murat ve Bilen, Abdulkadir (2009). “Artan Süpermarket Rekabeti Karşısında Bakalların Ekonomik ve Hukuki Durumları”. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 1(2): 25- 37.
- Polanyi, Karl (2007). *Büyük Dönüşüm*. Çev., Ayşe Buğra. İstanbul: İletişim.
- Sağlam, Serdar (2004). “Ziya Gökalp’te ‘Solidarizm’ ve ‘Milli İktisat’”. *Hacettepe Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü* 1: 67-83.
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu - TESK. “Ahilik Kültürü”. <http://www.tesk.org.tr/tr/yayin/123.pdf>. (Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2013).
- Üşür, Serpil Sancar (1997). *İdeolojinin Serüveni*. Ankara: İmge.
- Vural, Mehmet (2007). *Siyaset Felsefesi Açısından Muhafazakârlık*. Ankara: Elis.
- Yücel, Fatih (2008). “Kent Esnaf ve Zanaatkarlarının Ekonomik Sorunları, Tehditler ve Çözüm Önerileri – 1”. <http://www.yerelsiyaset.com/pdf/nisan2008/15.pdf> : 67-73. (Erişim Tarihi: 01 Temmuz 2013).

Araştırma Materyalleri

- 2.5 milyon esnafa verilecek kredi 'cansuyu' olacak (2013, 1 Ağustos). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 04 Eylül 2013).
- 20 gündür iş yapamıyoruz. (2013, 17 Haziran). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 05 Eylül 2013).
- Ali İsmail'in katil zanlısı 4 kişi tutuklandı (2013, 8 Ağustos). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 09 Eylül 2013).
- Ankara'yı esnafımızla birlikte yönlendirelim (2013, 1 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 08 Eylül 2013).
- AVM'ler hem kendilerine hem küçük esnafa zarar veriyor (2013, 9 Ağustos). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 28 Ağustos 2013).
- Başbakan Erdoğan'dan esnaf ziyareti (2013, 1 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 05 Eylül 2013).
- Beyoğlu'da zabıtalara esnaf kapıştı (2013, 16 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).
- CHP'li birinci Başkan'dan esnafa çifte standart. (2013, 3 Nisan). <http://www.yeniakit.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).
- Diyarbakır esnafı son 30 yılın en kazançlı günlerini yaşıyor (2013, 17 Haziran). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).
- Duran adam'lara esnaf 'Dur' dedi (2013, 19 Haziran). <http://yenisafak.com.tr>. (Erişim Tarihi: 29 Ağustos 2013).
- Erdoğan'dan 1 çocuklu esnafa: Gaza bas, gaza... (2013, 2 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).
- Esnaf içerde çapulcular dışarıda (2013, 21 Temmuz). <http://www.yeniakit.com.tr>. (Erişim Tarihi: 25 Ağustos 2013).
- Esnaf, kamulaştırma bedelini düşük buldu (2013, 29 Mayıs). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 01 Eylül 2013).
- Esnaf, refahı ve canlılığı tabana yayıyor (2013, 26 Haziran). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 02 Eylül 2013).
- Esnafa kredi müjdesi. (2013, 30 Nisan). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 30 Ağustos 2013).

Gezi olaylarında esnaf hedef alındı. (2013, 24 Temmuz). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 02 Eylül 2013).

Havaya ateş açan esnaf tutuklandı (2013, 9 Temmuz). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 02 Eylül 2013).

İçki yasağı esnafı mutlu etti (2013, 26 Mayıs). <http://www.yeniakit.com.tr>. (Erişim Tarihi: 05 Eylül 2013).

Kapalıçarşı'ya 'Gezi' darbesi (2013, 18 Haziran). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 03 Eylül 2013).

Önce küçüğü koru işsizlik azalsın (2013, 10 Ağustos). <http://yenisafak.com.tr>. (Erişim Tarihi: 03 Eylül 2013).

Palalı esnaf: Eylemler yüzünden işlerimiz kötüye gitti. (2013, 8 Temmuz). <http://www.zaman.com.tr>. (Erişim Tarihi: 02 Eylül 2013).

Etkinlik Değerlendirmesi:

Gezi Eylemlerinin Retoriği Üzerine Bir İlk:

Toplumsal Eylem Retoriği Konferansı

İnan Özdemir Taştan

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

• • •

13-14 Kasım 2013'te Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Ahmet Taner Kışlalı Sanatevi'nde, Türkiye'de Gezi eylemlerini ve dilini anlamak üzere düzenlenen ilk akademik toplantılardan biri olan *Toplumsal Eylem Retoriği Konferansı* gerçekleştirildi. Türkiye'de 2013 Mayıs'ının son günlerinde patlak veren ve Gezi Parkı protestoları etrafında gelişen toplumsal eylemlerin iletişim biçimleri ve retoriğine odaklanan konferans, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, Ankara Üniversitesi İletişimliler Vakfı ve Heinrich Böll Stiftung Derneği Türkiye Temsilciliği'nin desteği ile düzenlendi.

Konu ile ilgili akademisyen ve aktivistler ile alternatif medya temsilcilerini bir araya getiren konferans iki temel kolda ilerledi: Konferansın ilk kolu, akademisyenlerin konu ile ilgili çalışmalarının ilk gözlem ve sonuçlarını paylaştıkları oturumlardan oluşurken; ikinci kolu Gezi Parkı eylemleri boyunca ortaya çıkan yeni dil, iletişim ve yayıncılık pratikleri üzerine, alandaki aktivist ve medya çalışanlarını bir araya getiren ve deneyim aktarımına olanak sağlayan panel ve söyleşilerden oluşuyordu.¹

• • •

1 Konferansın tüm oturumlarının video kayıtlarına <https://www.facebook.com/toplumsaleyemretorigi?ref=hl> adresinden veya www.youtube.com sitesinde konferans adını aratarak ulaşabilirsiniz.

Açılış bildirisini toplumsal hareketler retoriği alanında dünyaca ünlü akademisyen Herbert W. Simons'un sunduğu konferans, Eser Köker'in kapanış bildirisi ile tamamlandı. Öğrenci, akademisyen ve sivil toplum örgütü temsilcilerinin yoğun ilgisinin hiç azalmadığı iki gün boyunca, konferans kapsamında üç akademik oturum, video-aktivist kadınlarla yapılan "Tanıklıktan Özneye, Eylem İçinde Kamera" başlıklı bir söyleşi ve video gösterimi ile Gezi eylemleri boyunca edindikleri deneyimleri paylaşmak üzere davet edilen farklı medya kuruluşlarının temsilcilerinin katıldığı "Eylemin Medyası: Deneyimler, Değerlendirmeler" başlıklı bir panel gerçekleştirildi.

Konferansın açılış bildirisini sunan Herbert W. Simons, toplumsal hareketlerin retoriği alanına ilişkin Amerikan merkezli teorileri anlattıktan sonra, günümüzde toplumsal hareketlerin insanların desteğini sağlamak için onların kalplerini kazanacak kültürel stratejilere daha çok yönelmek zorunda kaldıklarını belirtti. Simons konuşmasının son bölümünde, çizdiği teorik çerçeve bağlamında 2011 Mısır devrimini, Hüsnü Mübarek'in istifasından General Sisi'nin bir darbe ile Muhammed Mursi hükümetini devirmesine kadar geçen süreç içerisinde ele aldı. Toplumsal hareketleri taban hareketleri ve suni hareketler olarak iki gruba ayıran Simons, 2011'de Tahrir Meydanını dolduran kalabalıklara yaslanan hareket ile General Sisi'nin darbesi arasında bir karşıtlık kurdu. Buna göre General El-Sisi'nin iktidarı ele geçirmesi ikinci bir devrim değil, devlet tarafından yönetilen bir karşı-devrimdi.

Simons'ın toplumsal hareketler ve retorik konusuna ilişkin geniş bir literatürü özetleyen sunuşu ile başlayan konferans Gezi Parkı protestolarını çeşitli boyutlarıyla ele alan oturum, söyleşi ve panellerle devam etti. Konferansın bütünü ele alındığında yapılan sunuş ve tartışmaların Gezi Eylemleri ya da Haziran Direnişi olarak adlandırılan sürece ilişkin dört konuya odaklandığı söylenebilir: Konferansın adına da vesile olan ilk konu Gezi eylemlerinin retoriği oldu. İkinci olarak bu eylemler karşısında politikacıların ve hükümetin retoriği üzerinde duruldu. Yapılan sunuşların odaklandığı üçüncü konu medyanın eylemler karşısındaki konumu olurken, eylemlerin kendi medyasını oluşturma biçimi ve bu yöndeki deneyimlerin aktarılması konferans kapsamında üzerinde durulan bir diğer bir konuyu oluşturdu.

Gezi'nin Retoriği: Mizahın, Davetin ve İmgelerin Harmanında Hem Yerel Hem Evrensel Bir Dilin Mümkünlüğü

Konferansın üzerinde en çok durduğu konu Gezi eylemlerinin dili ve repertuarı oldu. Konferansın açılış konuşmasından sonraki ilk bildiriye sunan Nur Betül Çelik'in Gezi Eylemlerini Fransız düşünür Jacques Rancière'den hareketle "estetik bir deneyim olarak" işaretleyen sunuşu bir anlamda eylemlerin retoriğine ilişkin tartışmaların konumlanabileceği bir çerçeve sundu. Nur Betül Çelik, "Estetik Bir Deneyim Olarak Toplumsal Eylem: Rancière'i "Gezi" ile Okumak" başlıklı bildirisinde, Fransız düşünür Jacques Rancière'in politika ve polis arasında yaptığı ayrım ile politika ve estetik olan arasında kurduğu ilişki aracılığıyla Gezi eylemlerini tartıştı. Rancière için politikanın temel ilkesinin eşitlik olduğunu belirten Çelik, düşünürü göre politikanın zenginlik ile yoksulluk arasındaki mücadeleye tekabül ettiğini ve toplumsal eylemlerin özgür olan fakat pay sahibi olamayan yoksulların mücadelesi haline geldiğinde ancak "gerçek anlamda politikaya" dönüşeceğini vurguladı. *Polis*'in ise Rancière'e göre görünür olan ile olmayana, söylenebilir olanla söylenemez olanı belirleyen, sosyal hayatı ve bedeni kontrol eden düzenleyici iktidara tekabül ettiğini ve bu yönüyle bildiğimiz anlamda kolluk kuvveti olan polisi andırdığını vurgulayan Çelik, Rancière için politik eylemin ön koşullarından birinin bu düzenleyici polise direnmek olduğunu söyledi: politik eylem "duyulur olana dair, onun düzenlenişine ve/ya yeniden düzenlenişine dair bir direniş olduğu için" aynı zamanda estetik bir boyut taşımaktadır. Bu anlamıyla tüm politik eylemler estetikdir. Dolayısıyla Çelik'e göre "Gezi eylemleri baştan itibaren düzenleyici iktidara karşı çıktığı için politiktir, hatta bu karşı çıkışın sembolüdür. Eylemlerin başında biber gazına direnen Kırmızılı Kadın'dan, TOMA'ya direnen siyahlı kadına, buradan Duran Adam'a kadar birer sembol haline gelen her şey düzenleyici iktidara yani polise karşı çıkan politik eylemliliğe" işaret etmektedir. Bu doğrultuda "Gezi eylemleri aynı zamanda yarattığı yeni eylemlilik biçimleri ve sokağı bir sanat nesnesi haline getirerek polise direnişiyle estetik bir boyut" da taşımaktadır.

Çelik'in Gezi eylemlerini politik ve estetik bir eylemlilik olarak tanımladığı sunuşu, bu eylemlerin kendine has bir dil oluşturduğu

yönündeki sunuşlarla eklemlendi. Konferansta “Gezi Parkı Eylemleri ve Bir Direniş Yöntemi Olarak Mizah” başlıklı bildiriye sunan Aysun Akan, eylemler boyunca yeni bir eylem dili, bir tür “Gezi dili” oluştuğunu ileri sürdü. Bu dilin en temel özelliklerinden birinin mizah kullanımı olduğunu söyleyen Akan, kimi durumda hakaret, sövğu ve parodiyi de içeren bu dilin hem iktidarı itibarsızlaştırdığını hem de “yukarıda, püriten ahlaki temsil ettiğini iddia eden iktidarı maddi bir düzeye indirerek” ulaşılabilir hale getirdiğini vurguladı. Akan’a göre mizah iktidarın hegemonik dilini alaşağı ederken aynı zamanda “korkulanı kendi gücünden sıyırma” işlevi de gördü. İktidarın bütün kaba kuvveti karşısında bir yandan ciddi bir politik mücadele sürdüren eylemciler öte yandan TOMA’ya aşk ilan ederek, biber gazının alışkanlık yaptığını ima edip sürekli gaz isteyerek mücadeleyi oyun haline getirdiler.

Aysun Akan’dan hemen sonra “Direnişin İmgesel Dili: Popüler Hafızanın İkon İmgeleri” başlıklı bildiriye sunan Gülsüm Depeli, Gezi sürecinin estetik bir eylemlilik hali olarak “bireysel yaratıcılık formlarının saçıldığı bir dönem” olarak karşımıza çıktığını ve bu yaratıcılığın kendisini gösterdiği yerlerden birinin de imgelerin kullanım biçimleri olduğunu vurguladı. Depeli’ye göre “imge metinsel olanla karşılaştırıldığında çok yönlü, hızlı ve güçlü bir iletişim kapasitesine sahiptir; imge sızar, yakalar. Metin gibi okunmaz. Bir formasyon gerektirmez. Daha kapsayıcı, daha şiddetli/yoğundur.” Bu nedenle direnişin “görünür şekilde imgeler üzerinden iletişim” kurması önemlidir. Hatta Depeli’ye göre “Direniş, cümle kurmadı, imgelerden bir “ifade/fikir/duygu” kurdu denebilir. Direniş bunu bir yandan var olan imgeleri kullanarak ama aynı zamanda yeni imgeler de üreterek gerçekleştirmişti. Depeli için Gezi eylemlerinin dilinin bir özelliği imgeleri kullanma biçimi ise, diğer özelliği alışık olduğumuz “ağıtıcı, hiddetli, ‘gün gelecek, devran dönecek’ gibi mutluluğu geleceğe havale eden eylem dili”nden ziyade, “neşeli ve ironik bir dil” olmasıydı. Bu özelliği “direnişin ruhunun ilk kez yüksek bir öz-sevgi ile tanımlan”masıyla ilişkilendiren Depeli, direniş sürecinin “kendimizi hayrete düşüren imgelerimizde seyret”meyi beraberinde getirdiğini ileri sürdü: Direniş Gezi’de “Aşk gibiydi; akıl, hesap ve öngörü ile ilerlemedi... O nedenle metinden ziyade, imgeyle, şiirle, şarkıyla, çizimle vs. aktarılmaya çalışıldı.”

Gezi direnişinin dilinin eylemcilerin kendilerine yönelik öz sevgisini, ağıtıcı ve hiddetli bir ifade yerine neşeli ve ironik bir dilden yana yaptığı tercihi ve iktidarın hegemonik dilini alaşağı etmek üzere mizaha sarılarak direnişi oyuna çeviren yönünü vurgulayan bu sunuşlar, Gezi'nin retoriğini Türkiye'de 68 öğrenci hareketinden bu yana devam eden protesto retoriğinden farkını koymak üzere ele aldığım bildirimde de vurgulanan özellikler oldu. "Türkiye'de Protesto Retoriğinin Dönüşümü: 68'lilerden Gezi'ye Kırılmalar ve Devamlılıklar" başlıklı bildirimde Gezi eylemlerinin retoriğinin farkını anlamak üzere, retorik çalışmalarındaki "davet" kavramı ile Geç Ortaçağ dönemindeki karnavallar üzerine biriktirilen sözlere bakmayı önerdim. Davet kavramı, retorik çalışmalarında Antik dönemden beri hâkim olan "ikna etme" çabasının merkezi konumunu sarmayı hedefler: Retorun merkezde durduğu ve iletişimin temel amacının dinleyicileri retorun isteği doğrultusunda dönüştürmek olduğunu varsayan "ikna edici" bir iletişim anlayışı yerine, kamusal olanla kişisel deneyimleri bir araya getiren, merkezlessiz, eşitlikçi, etkileşimsel ve katılımcıların kendilik anlayışlarını güçlendirmeyi hedefleyen, iletişimi tarafların kendi sözleriyle yer alabildikleri karşılıklı yaratma ve dönüştürme süreci olarak gören bir yaklaşımın ürünüdür. Karnavallar ise Kilise baskısı karşısında belirli bir süreliğine tüm hiyerarşik ilişkilerin alaşağı edildiği, iktidarın dalga konusu yapıldığı, katılımcıların maskeler ardında gizlenerek de olsa kendi toplumsal statülerinden bağımsızlaşarak sözlerini özgürce dile getirdiği, taşlamaların merkezi bir yer edindiği, iktidarın zemininin eğlence aracılığıyla sarsıldığı Geç Ortaçağ eğlenceleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Gezi eylemleri bence bu bağlamda karnavalesk bir yan taşıyordu. Zira bu eylemler iktidarın söylemsel gücünü "çapulcu" sözcüğü örneğinde olduğu gibi ters yüz eden, iktidar figürlerinin kendisiyle dalga geçen, polis şiddeti karşısına Michael Jackson'un "ay yürüyüşü" ile çıkan bir retoriğe sahipti. Gezi eylemlerinin bu karnavalesk retoriği aynı zamanda eylemciler açısından çok güçlü ve çekici bir "davet" de barındırıyordu: Spontan ve gündelik hayat deneyimlerine açık, eylemcileri kendi sözleri ile kabul eden, diğerlerini değişmeye değil, kendi sözüyle karnavalda yer edinmeye çağıran bu retorik, örneğin 68 öğrenci hareketi afişlerinde karşımıza çıkan "Gericileri, emperyalist uşaklarını kovacağız", "Bilimi halkın emrine vereceğiz" gibi programatik ve tek taraflı sloganlar ile karşılaştırıldığında davet edici ve karnavalesk bir yan taşıyordu.

Gezi'nin retorığının Türkiye'de önceki protesto retoriklerinden farkını vurgulayan bu çalışmalar karşısında Ayşen Uysal repertuar kavramı aracılığıyla protestolar arasındaki devamlılıkları vurguladı. Uysal, "Gezi Protestolarının Eylem Repertuarı ve Protestocu Bilgisi" başlıklı bildirisinde bir yandan eylem repertuarlarında görülen süreklilik diğer yandan da devlet baskısının bu repertuarın şekillenmesinde oynadığı rol üzerinde durdu. İnsanların ve grupların ortak hedeflerini gerçekleştirmek için kullandıkları araçlara gönderme yapan kolektif eylem repertuarı kavramının, tiyatro ve müzikte kullanılan repertuar sözcüğünden esinlenerek kavramsallaştırıldığını belirten Uysal, her toplumsal hareketin, örgütün ya da kolektif eylemin var olan eylem repertuarından performanslar seçtiğini, Gezi eylemlerinin de bu bağlamda kendi repertuarını oluşturduğunu ileri sürdü. Gezi eylemlerinin 68 Öğrenci hareketlerinden ve küreselleşme karşıtı hareketten beslenen bir pratik dağarcığı üzerine inşa edildiğine işaret eden Uysal, Gezi eylemleri ile gündeme gelen forumların 68 öğrenci hareketinin tipik eylem repertuarı içerisinde yer aldığını, forumların aynı zamanda dünyanın çeşitli yerlerinde düzenlenen "sosyal forumlar" aracılığıyla küreselleşme karşıtı harekette de önemli bir yer edindiğini belirtti. Uysal ayrıca, Gezi eylemlerinde karşımıza çıkan mizahi yanın da kolektif eylem repertuarı açısından bir süreklilik arz ettiğini, 68 hareketinde de küreselleşme karşıtı hareketlerde de günlük hayatın sıradanlığını kıran, şenlik yanı ağır basan eylem biçimlerinin ön plana çıktığını hatırlattı. Devlet baskısının Gezi eylemlerinin repertuarı üzerindeki etkisi konusunda iki şeye dikkat çeken Uysal, öncelikle Gezi eylemlerinde gördüğümüz, her yeri eylem alanına çevirme pratiğinin, devletin ceberutluğunu yerleştirdiğini ve devletin her mekâna göre bir "ceberutluk derecesi belirlediğini", dolayısıyla Kuşulu Park'ta uygulanan şiddet ile Tuzluca'yır'da uygulanan devlet şiddetinin farklı olduğunu vurguladı. İkinci olarak devlet baskısının aktivist kariyeri üzerindeki etkisine değinen Uysal, baskı karşısında direnme biçimlerinin bir takım eylem repertuarlarını beraberinde getirdiğini, mesela işkencede konuşmamanın örgütlerde militanların belirli bir yer edinmesinde önemli bir etken olduğunu, buna benzer bir durumun Gezi eylemlerinde gençlerin polis şiddeti karşısında direnmeyi, biraz da mizahi bir şekilde "gaz yemek üç puan, gözaltı beş puan" gibi bir puanlama ile ölçmesinde karşımıza çıktığını belirtti. Uysal bildirisini her dönemin repertuarının, dönemin kendi özellikleri çerçevesinde şekillenen

ama aynı zamanda süreklilik taşıyan yönleri olduğunu vurgulayarak tamamladı.

Benzer bir vurguyu kişisel tarihi ile bitştiren Eser Köker, kapanış konuşmasında Gezi eylemlerini 1 Mayıs 1977’de yine Taksim’de gerçekleşen olaylar ile birlikte andı. 1977’de 19 yaşında olduğunu belirten Köker’e göre 1 Mayıs 77’de “yok edilenlerin” gençlik rüyası, Gezi Parkı eylemlerinde canlanmıştı. Marx’ın “devrimci düşünce ve eylemin dirençliliğini”, “devrimci olmayan zamanlarda devrimci düşünce ve eylemin sürme biçimini” anlatabilmek üzere başvurduğu “köstebek” metaforunu ödünç alan Köker, Gezi eylemlerinin Türkiye’ye özgü bir devrimci muhalefet geleneğine, kullandığı metafor ödünç alınrsa köstebek tünelleri ile bağlantısını vurguladı. Ancak Köker için bu eylemler bir yanıla bize özgü ve yerel iken aynı zamanda işgal et eylemleriyle, diğer ülkelerin Bahar’larıyla, yoksulların, kadınların, cinsel özgürlük hareketinin dünyanın farklı yerlerindeki eylemleri ile örtüşen ve onların repertuarına da açık “mutlak dünyalı” bir Türkiyelilik haline de işaret ediyordu. Köker’e göre Gezi eylemlerinin bir diğer özelliği “çoklu eylemliliği yan yana sürdürebilmesindeki beceride” yatmaktaydı: Bu çoklu ve yan yana süren eylemler, politik eylemliliği partiler ve seçimler ile sınırlayan ve lidersiz bir hareketlilik düşünemeyen bir anlayışın karşısında “lidersiz ve ünlü olmayan”, dayanışmanın merkezde durduğu bir direnebilmenin mümkünüğünü göstermişti.

Konferansın ilk akademik oturumunda sunuş yapan Zafer Fehmi Yörük de Köker’in vurgusunu paylaşmıştı. Gezi eylemlerini demokrasiyi seçim dönemleri ile sınırlayan dar demokrasi anlayışı karşısında, alternatif katılım yolları ve kamusal tartışmanın merkezi bir önem taşıdığı radikal demokrasi bağlamında ele alan, bunun için de Alman düşünür Jürgen Habermas’ın kamusal alan kavrayışı ile iletişimsel eylem kavramını tartışmasının merkezine koyan Yörük, “Gezi’de oluşan dil, protesto tarzı ve özyönetim pratiği(nin), toplamda köklü bir sistem eleştirisi ve bir demokratik alternatif” sunduğunu, meydanlardaki eylemler ve sonrasında devam eden forumlar ile bir tür kamusal alan oluşturarak “temsili demokratik sistemler altında yaşamakta olduğumuz siyasal yabancılaşmayı yenme” yönünde önemli bir adım oluşturduğunu ileri sürdü.

Meclisin ve Hükümetin Retoriği: İç ve Dış Düşman Söylemine Sıkışmış “Şeytanlaştırıcı” Bir Dilin Tezahürü

Konferansta gerçekleştirilen sunuşlar eylemcilerin retoriği kadar politikacıların retoriği ile de ilgiliydi. Özellikle Halise Karaaslan Şanlı ile Hakan Ataman ve Gülden Gürsoy Ataman’ın sunuşları bu konuya odaklanmaktaydı. “Türkiye Büyük Millet Meclisinde ‘Gezi Parkı’ Tartışmaları” başlıklı bildiriye sunan Karaaslan Şanlı, Türkiye Büyük Millet Meclisi’nde 24. Dönem Üçüncü Yasama Yılı Genel Kurul Tutanaklarında muhalefet ve iktidar partisi üyelerinin Gezi eylemlerini nasıl tartıştığı üzerinde durdu. Gezi parkı eylemleri ile ilgili mevzuların TBMM’de 28 Mayıs’tan 13 Temmuz’a kadar geçen süreçte kimi zaman doğrudan soru önergeleri ve açıklamalar, kimi zaman da herhangi bir konudaki raporlar veya yasa görüşmeleri sırasında ya da sataşmalar aracılığıyla toplamda 28 birleşimde gündeme geldiğini, özellikle muhalefet partilerinin konuyu Meclis’e taşıma yönünde istekli olduklarını saptayan Karaaslan Şanlı, oturum tutanaklarını Teun A. van Dijk’in parlamento görüşmeleri konusundaki araştırmalarında sunduğu analiz çerçevesi aracılığıyla incelediğini belirtti. Karaaslan Şanlı’nun analizine göre muhalefet milletvekilleri Gezi Parkı eylemlerini hükümetin despotik yönetim anlayışı ve iktidarın dayattığı yaşam tarzına bir karşı çıkış ya da polis şiddetine bir tepki ile açıklarken, iktidar partisi üyeleri bu eylemleri “Gezi parkı bahane edilerek gerçekleştirilen gösteriler”, “Taksim yayalaştırma projesi kapsamında gerçekleştirilen eylemleri engellemek için yapılan gösteriler”, “illegal yöntemlerle insanları sokaklara dökerek hükümeti devirmeyi hedefleyen gösteriler” gibi ifadelerle tanımlamış, iç ve dış düşmanlar retoriği iktidar partisi üyelerinin açıklamalarında baskın bir yer edinmiştir.

Hükümetin Gezi eylemleri süresince kurduğu dili inceleyen Hakan Ataman ve Gülden Gürsoy Ataman da “Yurttaşlığın Kıyısında: ‘#Gezi Direnişi’ndeki Hak İhlalleri Üzerine Düşünceler” başlıklı bildirimlerinde Karaaslan Şanlı’nun saptamalarıyla uyumlu bir sonuca vardı. Sunuşu gerçekleştiren Hakan Ataman, siyasal iktidarın eylemcileri düşmanlaştırmaya ve “şeytanlaştır”maya yönelik bir dil kurduğunu ileri sürdü. Ataman, Gezi Parkı protestoları sırasında, yaşam hakkı ihlalleri, işkence ve kötümuamele vakalarını da içerecek şekilde çok sayıda insan hakları ihlali gerçekleştiğini, İnsan Hakları Derneği (İHD) verilerine göre, 5 kişinin

öldüğünü, 7478 kişinin yaralandığını, 91 kişinin kafa travmasına uğradığını, 10 kişinin gözünü kaybettiğini ve bir kişinin de dalağının alındığını hatırlattıktan sonra, eylemler süresince siyasal iktidarın söylemlerinin bu şiddeti haklılaştırmayı hedefleyen bir yönde olduğunu belirtti. Ataman'a göre iktidar bunu, gösterilere katılanlar ya da destekleyenleri ötekileştirerek, insanlıktan çıkartarak ve şeytanlaştırılarak -örneğin «marjinal» gruplar (çapulcular vs.) olarak tanımlayarak- ve onların sözde "homojen ulus"a dahil olmadıklarını ima ederek yaptı.

"Aleviler Direniyor: Gezi Direnişi" başlıklı bildiriye sunan Bedriye Poyraz da siyasal iktidarın bu dışlayıcı dilinin Gezi sürecinde Aleviler için de geçerli olduğunu ifade etti. Gezi eylemleri boyunca ölenlerin bir kişi hariç hepsinin Alevi olduğuna, CHP milletvekillerinin hazırladığı Gezi raporuna göre eylemler boyunca tutuklanan ve gözaltına alınan her üç kişiden ikisinin Alevi, her üç kişiden birinin de Dersimli olduğuna dikkat çeken Poyraz, "Aleviler doğuyorlar, büyüyorlar, direniyorlar, mücadele ediyorlar, ölüyorlar. Bu Aleviler için yeni bir şey değil." dedi. Alevilerin alanlardaki yaygınlığının ilk önce hükümet tarafından fark edildiğini belirten Poyraz, siyasal iktidarın bu durum karşısında iki yol izlediğini ileri sürdü: İlk yol, Başbakan Erdoğan'ın Gezi eylemlerinden sonra yaptığı ilk ılımlı açıklamada Alevi konusuna değinmesi ve bu konuda bir takım atılımlar gerçekleştireceğini belirtmesiydi. Ancak Poyraz'a göre hükümet bir yandan atılım yapacağını belirtirken diğer yandan örneğin İstanbul'daki üçüncü köprüye Yavuz Sultan Selim adını vererek aslında "geçmişte yaptım yine yaparım" mesajını iletliyordu. İkinci yol hükümetin "Gezi direnişini Alevi mahallelerine yönlendirerek, oraya sıkıştırarak marjinalleştirip kontrol altına alma" çabasıydı.

Medyanın Gezi ile İmtihani: Anaakım ve Alternatif Medyanın Gezi Eylemleri Karşısındaki Konumu

Türkiye'de medyanın siyasal iktidar ile olan organik bağlarının iletişim özgürlüğünü engellediği yönündeki endişeler, Gezi Parkı eylemleri öncesinde hemen her gün karşılaşılan muhalif basın emekçilerinin işten atılması, Uludere/Roboski katliamı gibi önemli bir olayın haberleştirilmemesi, Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın ve çeşitli hükümet üyelerinin

basın mensuplarına yönelik tavır ve medyaya ilişkin açıklamaları ile pekişirken,² Gezi eylemleri endişelerin haklılığını gösteren bir diğer örnek olarak karşımıza çıktı. Haber medyasının Gezi eylemlerinin ilk günlerinde sıradan yayın akışını sürdüren ve bu eylemleri görmeyen tutumu eylemcilerin büyük tepkisini çekti ve eylemler süresince tartışılan temel konu-

•••

- 2 Süreci daha iyi anlayabilmek adına birkaç örnek verilebilir: 28 Aralık 2011 akşamı Türk Hava Kuvvetlerinin Şırnak'ın Uludere/Roboski ilçesi yakınlarındaki Irak sınırında F-16 uçaklarıyla yaptığı ve 35 Kürt kökenli TC vatandaşının ölmesine neden olan ve literatüre Uludere/Roboski katliamı olarak geçen olay (bkz: http://tr.wikipedia.org/wiki/Uludere_olayı), anaakım haber medyasında ancak 14 saat sonra, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yaptığı bir açıklama ile yer bulmuştu. Haber Türk köşe yazarı Ece Temelkuran katliama ilişkin yazısının ardından işte atıldı. Ayşenur Aslan'ın sunduğu Medya Mahallesi programında konuyu dile getirmemesi yönünde rejiden baskı gördüğü yönünde haberler çıktı (Örn. bkz: <http://www.ensonhaber.com/cnn-turkte-aysenur-arslana-uludere-ayari-2011-12-30.html>). Aslan'ın programı daha sonra yayından kaldırıldı. Aslan'ın CNN'den atılma sürecini anlattığı Yurt Gazetesi'ndeki "Bu da benim 'Ankara Sürecim'" başlıklı köşe yazısı siyasal iktidarın ve patronların medya çalışanları üzerindeki baskısını çok güzel anlatıyordu: "Bir süre sonra, bu sohbetlerde adım da açıktan zikredilir oldu. Hatta kimileri, Başbakanlık makamından bana yönelik öfke salvolarından bile söz etti. O nedenle, bir ay geçmeden fişim çekilince şaşımadım. Başbakan elbette, 'susturun şu kadını' dememişti. Ancak "CNN TÜRK'ü istemiyorum" demesi yetmiş de artmış olmalıydı. Öyle ya, olağan şüpheliler listesinin birinci sırasında başka kim olabilirdi! Ayrılrken bir yönetici 'zamanın ruhu, bu!' demişti. Aydın Doğan da, vedalaşırken 'muhafelet istemiyorum, yoksa seni severim' diye uğurlamıştı." (Yazı için bkz: <http://www.yurtgazetesi.com.tr/bu-da--benim-%E2%80%9CAnkara--surecim%E2%80%9D-makale,3903.html>). Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın uzun süredir medya mensuplarına yönelik tavrına ilişkin Basın Konseyi bir açıklama yaptı (Açıklama için bkz: <http://www.haberler.com/basin-konseyi-basbakan-erdogan-in-gazetecilere-5661577-haberi/>). Medyada 2011 ve 2012 yıllarında muhalif tutumu nedeniyle işten atılanlar olmuştu. Bunlar arasında Banu Güven, Mehmet Altan, Yıldırım Türker, Nuray Mert, Can Dündar ve diğer başka birçok gazeteci yer alıyordu (örnek bir liste için bkz: <http://blog.milliyet.com.tr/bu-gune-kadar-isten-atilan-unlu-gazeteciler-ve-guncelmasallar/Blog/?BlogNo=375009>). Gezi Eylemleri sürecinde ve sonrasında da çok sayıda medya mensubu işinden atıldı. TGS İstanbul Şubesi 22 Temmuz 2013'te yaptığı bir açıklamada Gezi direnişi boyunca "22 gazetecinin işten çıkarıldığını, 37 gazetecinin de istifaya zorlandığını açıkladı" Bkz: <http://www.bianet.org/bianet/medya/148636-gezi-direnisinde-59-gazeteci-isten-cikarildi-istifaya-zorlandi>

lardan biri oldu.³ Eylemcilerin tepkisi kimi zaman NTV haber kanalı önünde gerçekleştirilen eylemde olduğu gibi başlı başına bir protesto eylemi ile ortaya çıkarken kimi durumlarda da çatışmalar sırasında çeşitli yayın kuruluşlarının canlı yayın araçlarına yönelen öfkeler şeklinde tezahür etmişti. Dolayısıyla konferans boyunca sıklıkla dile gelen bir konu da medyanın Gezi eylemleri boyunca aldığı bu konum ve buna getirilen eleştirilerdi.

Can Irmak Özınanır, “Gezi Parkı, Penguenler ve Karşı-hegemonya Olanakları” başlıklı bildirisinde Gezi direnişinin medyanın içinde bulunduğu güç ilişkilerini teşhir ederek Gramsci’nin devlet için kullandığı terminoloji ödünç alınırsa “medyanın sert kabuğunda güçlü bir çatlak yaratıldığını” ileri sürdü. Ancak Özınanır’a göre bu ilişkilerin tamamen çözümlenmesine yönelik bir strateji henüz hayata geçirilememişti. Bunun olabilmemesinin ancak daha geniş çaplı bir anti-kapitalist karşı hegemonya projesi ile mümkün olduğunu belirten Özınanır, Gezi direnişinin her alanda olduğu gibi medya alanında da bir karşı hegemonya projesinin uzun vadeli bir strateji olarak geliştirilmesi sorununu ortaya koyduğunu ileri sürdü.

Nalan Ova “Toplumsal Hareketler ve Medya: Gezi Parkı Protestoları ve Ulusal Basında Alternatif Söylemler” başlıklı bildirisinde Gezi Parkı protestolarının anaakım medyanın dışında kalan ve birbirinden farklı ideolojik eğilimlere sahip beş ulusal gazetede –*Aydınlık*, *Birgün*, *Özgür Gündem*, *Sol* ve *Sözcü*- yer alan köşe yazılarında nasıl anlamlandırıldığına ilişkin çalışmasının sonuçlarını paylaştı. İlgili gazetelerin 31 Mayıs-7 Haziran 2013 tarihlerini kapsayan 7 günlük baskılarında yer alan 194 adet köşe yazısını eleştirel söylem çözümlemesi ile inceleyen Ova, protestoların anlamlandırılmasına ilişkin hegemonya mücadelesinin bu köşe yazılarında üç temel düzeyde ilerlediğini belirtti. Bu düzeylerin ilkinde protesto gösterilerinin “Mustafa Kemal’in askerlerinin direnişi” olarak işaretlenmeye çalışıldığını belirten Ova, bu tür bir anlamlandırmanın ağırlıklı olarak *Sözcü* ve *Aydınlık* gazetelerinde karşımıza çıktığını söyledi. Ova’nın analizine göre Gezi Parkı protestolarına ilişkin ikinci anlamlandırma biçimi ağırlıklı *Özgür Gündem* gazetesi köşe yazılarında karşımıza çık-

3 Medya Takip Merkezi’nin bu konudaki araştırması için bakınız: http://www.medyatava.com/haber/iste-gezi-eylemlerinde-turkiye-televizyonlarinin-karnesi_90952

şiddetini “kendi ülkesinin polisinin halka uyguladığı şiddetten” daha çok gösterdiğini ileri sürdü.

Konferansta Ali Ekber Ertürk’ün Gezi eylemlerinin haberleştirilmesinde “istisna” olarak işaretlediği medya kuruluşlarının temsilcileri de yer almıştı. Bunlardan biri 2005 yılında dönemin Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Lideri Deniz Baykal’ın öncülüğünde “Halk için haber” sloganıyla kurulan ve Gezi eylemleri sürecinde özellikle anaakım medyanın eylemleri görmediği ilk günlerde protestoları haberleştiren Halk TV’nin Haber Müdürü Semra Topçu idi. Topçu, Gezi eylemleri sürecinde bir parti kanalı gibi davranmadıklarını, öncelikli hedeflerinin eylemleri anlayıp haberleştirmek olduğunu belirtti. Konuşmasında kısıtlı imkânlarla sahip bir alternatif yayıncılık kuruluşunun Türkiye çapında yaygınlaşan protestoları haberleştirmede karşılaştığı zorlukları ve bu zorluklarla baş etme çabalarını paylaşan Topçu, eylemler başladığında toplamda 19 kişilik bir ekipten oluştuklarını söyledi. Görüntülü canlı yayın yapamadıkları için abone oldukları Doğan Haber Ajansı’nın (DHA) uyduya aktardığı görüntüleri tekrar tekrar vermek zorunda kaldıklarını, ancak DHA görüntüleri değiştirirse yeni görüntü ekleyebildiklerini belirtti. Topçu’ya göre bu kısıtlılığın aşılmasında farklı illerden gerçekleştirilen telefon bağlantıları ile ilerleyen günlerde kullanmaya başladıkları akıllı telefonlar çok önemli bir rol oynadı. Topçu, kimi durumlarda eylem alanındaki tanıdıkları kimi durumlarda da gönüllü muhabirlerin yardımıyla akıllı telefonlardan skype üzerinden canlı görüntü yayınlatabildiklerini söyledi. Kısıtlı olanaklarla da olsa eylemlerin haberleştirilmesinin eylemciler tarafından fark edildiğine ve desteklendiğine vurgu yapan Topçu, eylemcilerin Halk TV’ye olan desteklerini şöyle aktardı: “1 Haziran’da sokağa muhabirimiz gittiğinde eylemciler önce bizim muhabirimizi solüsyonladılar, bize yardım ettiler, sizin görüntü almanız önemli diye.. Bizi görenler “Halk TV sen bizim her şeyimizsin” diye bağırıyordular. ... Tunus ve Akaretlerdeki ofislerimizin önünden eylemciler geçerken tezahürat yapıyorlardı ve bu yarım saat kadar sürebiliyordu...” Topçu’nun ifadelerinde bahsedilen destek kanımca eylemcilerin Türkiye’de siyasal iktidarın güdümündeki anaakım medyanın yayın politikalarına duydukları tepki kadar, kendi sözlerini aktaran alternatif bir yayıncılığı sahiplenme derecelerini göstermesi açısından da önemliydi.

Konferansa, 2006'da kurulan ve "Milyonerlerin değil, milyonların televizyonu" mottosu ile yayına başlayan Hayat Televizyonu adına katılan yayın koordinatörü Mustafa Kara da Topçu ile benzer teknik olanaklıklardan ve dayanışma ilişkilerinden bahsetti. Gezi eylemleri sırasında DHA ya da Cihan Haber Ajansı (CHA) gibi ajanslara abonelikleri olmadığı için daha da dezavantajlı bir konumda bulduklarını belirten Kara, bu eksikliği kısmen görüntü satın alarak kısmen de başka kaynaklardan yararlanarak gidermeye çalıştıklarını söyledi. Ancak Kara için alternatif yayıncılıkta temel mesele teknik eksiklikler değildi. Hayat Televizyonu'nun Türkiye'nin tek sosyalist kanalı olduğunu belirten Kara, temel amaçlarını "Türkiye'deki tüm mücadelelerin televizyonu olmak" ve "eylemlerin içinden haber yapabilmek" olarak sıraladı. Kara'ya göre daha önce bu konuda Türkiye'de önlere bir örnek yokken, "Gezi eylemleri alternatif yayıncılığın nasıl olması gerektiğine ilişkin bir örnek" oluşturmuştu. Zira devlet neredeyse üç gün boyunca "en büyük aracını, televizyonu" kapatmıştı ve "tabiri caizse meydan" alternatif yayıncılığa kalmıştı. "Bizim verdiğimiz ve başka kimsenin görmediği bu kadar büyük bir eylem vardı." diyerek devam eden Kara'ya göre, Gezi ile bu anlamda görünür olan Hayat TV ya da Halk TV değil, Türkiye'de "başka bir televizyonculuğun mümkün olduğu gerçeği"ydi. Bu yayıncılık kolektif olmak zorundaydı ve Kara'nın ifadesiyle "Bu kolektifin içinde köprüden geçerken akıllı telefonuyla çekim yapan vatandaş da, haber ajansları vs. de vardı. Çapul TV'nin parktan yaptığı yayın da vardı." Kara'nın vurguladıkları Türkiye'de radikal televizyon yayıncılığının olanakları için önemli hususlar içeriyordu. Yayıncılık deneyimleri ile vardığı sonuç, Kara'nın radikal medya konusundaki literatürün de sıklıkla tekrarladığı şeyi vurgulamasını sağlamıştı. Bu nedenle sözlerini aynen aktarıyorum: "Toplumsal eylem ile o eylemin medyası arasında dolaysız bir bağ kurmamız lazım. Gezi'den çıkaracağımız temel değerlendirmenin o olacağını düşünüyorum. ... Parça parça onlarca direniş ve eylem var sadece Gezi yok. Tüm bu eylemleri nasıl haber yapabiliriz? Tüm bunları aktarabileceğimiz bir örgütlenme şart. Biz bunu DHA ya da CHA ile yapamayız. Biz bunu donanım arttırarak da yapamayız. Bizim yapabileceğimiz tek şey toplumsal eylemin kendi medya ihtiyacını görmesini sağlamak".

Yeni Bir Yayıncılık Anlayışının Mümkünlüğü: Video Aktivistlerden Çapul TV'ye Eylemin Kendi Medyası

Konferansta Gezi eylemleri sürecinde karşımıza çıkan, eylemcilerin kendi örgütlülüğü ile gerçekleştirdikleri yayınlar da tartışıldı ve bir direniş medyası oluşturma olanakları üzerine deneyim ve görüşler aktarıldı. Bu anlamda video aktivistlerin internet üzerinden verdikleri canlı yayınlar, paylaşılan görüntüler, sosyal medyanın alternatif yayıncılık pratiklerindeki rolü ve her ne kadar Gezi eylemlerinin öncesinden gelen bir örgütlülüğe sahip olsa da Gezi ile yayın hayatına başlayan Çapul TV, üzerinde durulan konular oldu.

Konferansın ilk günü video aktivist Sevgi Türkmen ve Dolunay Genç ile Gezi eylemleri ve video aktivizm üzerine bir söyleşi gerçekleştirildi. “Tanıklıktan Özneye, Eylem İçinde Kamera” başlıklı söyleşide Sevgi Türkmen, “Niye çekiyoruz? Neyi çekiyoruz? Niye böyle bir dert edindik ve sokaktayız?” sorularının yanıtları aracılığıyla video aktivistin “kendisini eylemde konumlandırışı, eylemci olarak hissedışı ya da hissedemeyişi” üzerinde durdu. Video aktivistin konum itibarıyla yerinin “eylemcilerin içinde eylemcilerin kendini savunduğu oranda kendini ve kamerasını savunarak yer almak” olduğunu belirten Türkmen, video aktivizmin öncelikle görünmeyeni görünür kılmayı, bedenimizdeki, şehirdeki görünmeyen ya da kaybolan izleri yakalamayı, polis şiddetinin tanığı olmayı, bunların unutulmaması için bir toplumsal bellek oluşturularak hesap sorulmasına yardımcı olmayı hedeflediğini belirtti. Söyleşisini kendi çektiği eylem videoları ile destekleyen Türkmen, video aktivistlerin Gezi eylemlerinin başında diğer eylemciler tarafından bir tür tehdit olarak algılanırken, zamanla bir güven ilişkisi kurulduğunu, giderek video aktivistin de bir eylemci olarak kabul gördüğünü, hatta kameranın kendi başına bir özne haline gelerek eylemlere dinamizm katmaya başladığını ifade etti. Söyleşi Dolunay Genç’in sunuşu ile devam etti. Video aktivist olarak polisle karşı kaşıya geldiği durumlarda yaşadığı sıkıntıları paylaşan Genç, eylemler süresince kameraların olmadığı her durumda polis şiddetinin çok daha yoğun gerçekleştirildiğini bu nedenle de eylemciler ile video aktivistler arasında bir güven ilişkisi oluştuğunu dile getirdi. Genç, Gezi parkı protestoları boyunca “var olan düzeni sağlamlaştırma ve koruma yönünde hareket eden” ve “çeşitli kurum veya partilerin yayın

kanalı gibi hareket eden” anaakım medyanın karşısında direnişin kendi medyasını oluşturduğunu belirterek video aktivistlerin bu direniş medyasının önemli bir bileşeni olduğunu vurguladı.

Ülkü Doğanay ve İlkay Kara direniş medyasının önemli bir bileşeni olarak işaretlenen video aktivizmi “yeni bir eylemlilik biçimi” olarak çeşitli yönleri ile ele aldı. “Gezi Protestolarının Yeni Aktörleri: Bir Eylemlilik Biçimi Olarak Video-Aktivizm” başlıklı bildiriye sunan Ülkü Doğanay, protestolar süresince görüntü kaydeden ve yayınlayan çeşitli aktörler saptayarak bazılarıyla yüz yüze görüşmeler ve yazışmalar gerçekleştirdiklerini ve aktivistlerin katıldıkları çeşitli toplantıları izlediklerini belirtti. Gezi Parkı protestoları sırasında ortaya çıkan video aktivizm türlerini tanımayı ve video aktivizmin yeni alternatif medyalar oluşturarak kamusal tartışma alanını genişletebilme potansiyelini ortaya koymayı hedeflediklerini ifade eden Doğanay, Gezi Parkı protestoları boyunca üç temel video aktivizm aktörünü ayırt ettiklerini söyledi. İlk kategoride Gezi protestoları sırasında çekim yaparken video aktivistlere dönüşen eylemciler yer alıyordu. İkinci kategoride, Gezi öncesinde de video aktivist olup eylemliliklerini yeni örgütlülüklerle taşıyanlar bulunuyordu. Gezi eylemlerinde karşımıza çıkan üçüncü video aktivist grup bildiride “canlı yayıncılar ve alternatif televizyon yayıncılığına yönelenler” olarak tanımlanmaktaydı. İstanbul’da Naber Medya, Ankara’da AnkaraEylemVakti ve Gezi direniş sürecinde hem canlı yayın yapan hem de video yayınlayan bir alternatif televizyon kanalı olarak kurulan Çapul TV bu kategoride değerlendirildi. Doğanay ve Kara bildirimlerinde sonuç olarak Gezi protestoları sürecinde karşımıza çıkan bu çoklu video aktivizm deneyimlerinin, anaakım medyanın artık yurttaşlar için tek enformasyon kaynağı olmadığını gösterdiğini; direnişin taleplerini yaygınlaştırdığını; polis şiddetini görünür kılarak kısmen de olsa kontrol altına alınmasına aracılık ettiğini; eyleme katılımı teşvik edici bir rol oynadığını ve son olarak da “Türkiye’de bir toplumsal muhalefet belleğinin oluşturulmasına yönelik ilk adımı” attığını belirtti.

Konferansa Alternatif Medya Derneği ve Çapul TV adına katılan Önder Özdemir, hem Çapul TV’nin kuruluş öyküsünü hem de direniş medyasının mümkünlüğü üzerine deneyim ve görüşlerini aktardı. Çapul TV’nin her zaman canlı yayına geçebilme özelliği bulunan, sadece inter-

netten izlenebilen ve mobil telefonlardan 108 bin takipçiye sahip bir mecra olduğunu dile getiren Özdemir, konferanstan bir ay önce televizyonun kendi sürekli yayınına geçtiğini duyurdu. Çapul TV oluşumunun Alternatif Medya Derneği ve bu derneğin Gezi Eylemleri öncesindeki yayın tecrübelerine dayandığını anlatan Özdemir, 3 Haziran'da Gezi Parkı'na gittiklerini ve 6 Haziran'da oradan canlı yayına başladıklarını belirtti. Özdemir'in Çapul TV konusundaki aktarımları radikal medya literatüründe bu medyanın temel özelliklerine ilişkin saptamalarla uyumluydu. Bu literatüre göre⁴ radikal medya sahiplik yapısı, üretim süreci ve içerik konularında anaakım medyadan ayrılır. Radikal medya öncelikle var olan medya endüstrisinin dışında kalmalı, kar amacı gütmeyen kolektif bir sahiplik yapısına sahip olmalıdır. Üretim süreci yatay olarak örgütlenmeli, profesyonel meslek ilkeleri ve buna bağlı olarak karşımıza çıkan dikey hiyerarşik editöryal ilişkileri barındırmamalıdır. Radikal medya son olarak hegemonik söylemin dışladığı siyasal fikirlere yer veren ve alternatif kamusalılıkların oluşumuna olanak sağlayan bir içeriğe sahip olmalıdır. Özdemir'in açıklamalarından hareketle Çapul TV'nin her şeyden önce medya endüstrisinin ticari ilişkiler ağından uzakta durduğu görülüyordu. Zira Özdemir'e göre "Çapul TV'yi ayıran özelliklerden biri" sponsor ve reklam gelirinin olmamasıdır. Yayın dayanışma derneğine yapılan bağışlarla finanse edilmekte ve gönüllü emekle sürdürülmektedir. Özdemir, Çapul TV'nin yatay örgütlenme yapısına da işaret ettiği konuşmasında ayrıca, Çapul TV olarak yayınları gerçekleştirirken klasik televizyonculuk pratiğinin dışına çıkmaya, yeni bir yayıncılık dili oluşturmaya, insanların kendilerini ifade edebilmelerinin önünü açmaya özen gösterdiklerini söyledi ve bu çabalarını şöyle ifade etti: "Koyduk kamerayı, belki kolaylaştırıcı arkadaşımız oldu ama insanlar kendini istediği gibi anlatsın istedik. ... (Gezi'de) Kameranın önünden insanlar geçiyordu, hijyenik ortam olmasın

•••

4 Örneğin bakınız: J. D. H. Downing, *Radical Media Rebellious Communication and Social Movements*, California, Sage Publications, 2001; P. Vatikostis, "Communication Theory and Alternative Media", *Westminister Papers in Communication and Culture*, Vol 1(2), pp. 4-20, 2004; C. Atton, *Alternative Media*, London, Sage Publications, 2006; J. Atkinson, "Analyzing Resistance Narratives at the North American Anarchist Gathering: A Method for Analyzing Social Justice Alternative Media", *Journal of Communication Inquiry*, Vol. 30, No. 3, 251-272, 2006; O. G. Bailey, B. Cammaerts, N. Cartenpier, *Understanding Alternative Media*, New York, Open University Pres, 2008

dedik, olabildiğince olanı yayınlamaya çalıştık. İnsanlar kendini anlatsın istedik. Tek sorumuz buydu, 'Neden apulcusun neden buradasın?' Yani başka bir dil oluşturmaya çalıştık." Peki böyle bir radikal medya yayıncılığı nasıl var olacaktı ya da zdemir'in ifadesiyle "Holdinglerin TV'si ile nasıl baş edeceğiz?"

Konferans boyunca özellikle alan deneyimlerinin paylaşıldığı söyleşi ve panelde dile getirilen bu soruya verilen ortak yanıt, anaakım medyanın içinde yer aldığı sahiplik yapısı ve siyasal bağımlılık ilişkilerinin dışında yeni kuralları olan farklı bir yayıncılık pratiğine bağlanmak oldu. Bu konuda sosyal medyanın ve internet teknolojisinin sunduğu olanaklar sıklıkla dile getirildi. Panelistlere ve konferans boyunca bildiri sunan akademisyenlere göre anaakım medyaya alternatif oluşturabilmenin temel yolu eylemlilikle bağı hiç kopmayan, kolektif, dayanışmacı bir örgütlülükle direnişin kendi dilini taşıyan ve sosyal medyanın olanaklarını sonuna kadar kullanan bir medya pratiği geliştirebilmekten geçiyordu.

Toplumsal Eylem Retoriği Konferansı Kapanış Bildirisi:

Havailik

Eser Köker

• • •

Kolektif hak arayışının tartışıldığı bir toplantının kapanış konuşmasına “ben” vurgulu cümlelerle başlamamı mazur görün lütfen, 1977, 1 Mayıs’ında, 2013, 31 Mayıs’ında Taksim meydanını dolduran gençlerle aynı yaşıydım: 19. Alelacele yapılmış, örnekleme bile akademik kamuya bildirilmemiş, niceliksel data bilgisinin kaba istatistiki yorumlarını şaşalı bilimsel bilgi diye sunan ama katılımcıların yaşı gibi demografik veriyi bile şüphe ile okuyacağınız bazı alan araştırmalarının yorumlarına göre isyancının yaşı 28, 17, 23 olarak gösterilse de birkaçının ortalaması 19 kabul edilebilir -ortalamayı ben aldım!!!- sadece ve sadece bir gün AKM’nin üstüne “Yaşasın 1 Mayıs” pankartının asılmasına duydukları ölümcül nefretle yok edilenlerin anısına onlar geri geldiler, 19 gün boyunca “Boyun Eğme”yi AKM’nin üstünde tuttular: Bir gençlik rüyasının yeniden hayat bulmasına aracılık ettiler.

Toplumsal rüya köstebek izleriyle tabir edilebilir. Köstebek imgesi devrimci düşünce ve eylemin dirençliğini anlatabilmek için Marx tarafından zikredilmiş, devrimci olmayan zamanlarda devrimci düşünce ve eylemin sürme biçimini köstebeğin çalışma tarzına

yaslanarak anlatan Marx'a referans veren Foti Benlisoy, Gezi'nin en yakın tarihini Emek sinemasının yıkımına karşı mücadele edenlerle ortaklar, halkın güvenliği gerekçe gösterilerek bir kez daha 1 Mayıs'ta Taksim'e çıkarılmayanların, AKP hegemonyasını eşelemeye devam edegelerek parka ulaşma ve Taksim Platformu'na varma girişimlerini açıklar.¹ Eğer Taksim'deki AKM ön yüzü bir İLEF Kulis² panosu haline dönüşebiliyorsa, köstebek işbaşındadır. Her ne kadar Yaşarken Yazılan Tarih Mecmuası'nda -ki medyanın otosansürüne tipik bir örnek oluşturarak haziran 2013'te yayınlanmamıştır-³ yüz sayfalık dergide sadece iki satırla 1 Mayıs 1977 anılmış olsa da, belki yaşam hakkı için mücadele eden anneannelere sahip olduğumdan mı yoksa kolektif bir hakkı, kent hakkını hâlâ bireysel ve mülkiyet temelli olarak tanımlayan ve bu hakkın düşünülmesine bile tahammül edemeyenlerin yönettikleri bu TOKİ Ankarasında yaşadığımdan mı nedir, benim için Haziran rüyası Kazancı Yokuşu'na yığılan ölüm karşısında ödenilen bir bedel olarak kazanılan dayanışma rüyasının yeniden görülmesiydi: Gezi Parkı ve Taksim Meydanı elbette tesadüfi değildi, her türlü sembolle değerlendirilmişti.

•••

- 1 Foti Benlisoy, "Gezi Direnişi: Türkiye'nin 'Enteresan' Başlangıcı," *Gezi Direnişi Broşürleri:5*, Agora Kitaplığı, İstanbul, 2013. Benlisoy da köstebek imgesinin bir diğer işleniş biçimi için Daniel Bensaid'i işaret etmektedir. Daniel Bensaid, *Köstebek ve Lokomotif*, Yazın Yayıncılık, İstanbul, 2006.
- 2 İLEF Kulis, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi kantinine öğrenciler tarafından verilen isimdir (e.n).
- 3 Yaşarken Yazılan Tarih, Gezi Direnişi ve Halk Hareketlerinin Geçmişi, Metis Yayıncılık, İstanbul, 2013. Anılan dergi, NTV Tarih Dergisi olarak Haziran ayında 54. sayı olarak hazırlanmış, ancak yayıncı kuruluşun bu "fevkalade nüsha"yı fevkalade nedenlerle yayınlaması üzerine dergi Metis Yayıncılık tarafından Ekim 2013'te "Türkiye'deki medya-siyaset ilişkilerinin belgesi" olarak da yayınlanmıştır. Bir önceki cümlede yer alan trnak içindeki ifadeler, derginin yayın yönetmeni Gürsel Güncü'nün önsözünden alınmıştır. Dergide, Masis Kürkçügil'in "Öndersiz ve Örgütsüz. Telkinsiz ve Teşviksiz" başlıklı yazısının bitimine açılan bir çerçevede 1 Mayıs 1977 ile ilgili olarak şu ifade yer almaktadır: "1 Mayıs 1977 hadiseleri 41 kişinin ölmesiyle öne çıkmışsa, tükenmeyen bir insan kitlesini toparlamasıyla da tarihe geçmiştir." (s.75)

Bu rüyayı şimdi tabir edenlerin sözlerini epeyce okudum, bu toplantıda da iki gün boyunca konuştuk: Kapitalizmin neoliberal evresinde, Catalunya Meydanı'nda Zuccotti Parkı'nda, Öfkeliler ya da Haysiyet ve Özgürlük Mücadelecileri, İzlanda'da mutfak balkonlarında tencere ve tava çalan kadınlar, "Hepimiz Halid Saidiz" diye bağırırlar, siyaset yapma yeteneklerine konulmuş ambargoları kırıp, politik olanın gizil gücünü harekete geçirdiler; 2009'dan bu yana akışkan bir uzamda yeni zamanların dijital ortamlarında, siyasal iktidarların küstahlığına karşı durma kararlılıklarını gösterdiler; İster İşgal et'lerin arasına ister Bahar'ların arasına yerleştirilsin, yoksulların, kadınların, biyolojik cinsiyetin cenderesine sığmayanların, çevrecilerin, çalışanların illa da gençlerin Gezi Direnişi'nin mutlak dünyalı bir Türkiyelilik haline işaret ettiği hem Gezi üzerine yazının hem burada konuşulanların ortak teması.

1977 1 Mayıs'ında neredeyse tamamen "buralı-yerli" olarak ölüme karşı seslendirilen slogan ve marşlardan sonra 2013 Haziranı'nda söylenen tezahürat melodilerinden araklanmış şarkılara eklenen dünyalılık sesiydi, dünyanın zamanını ve mekânını artık sabitlemeyen sermayeye karşı onun en yaman silahlarından birini bir an çalanların dalgalarını nasıl geçebileceklerinin anlatımıydı, bir göz kırpmasıydı: "Taksim'de Devrim Bize Göz Kırptı" duvara yazıldı.

Eylem repertuarının genişliği dünya kadardı. Genç eylemciler kuşağı özerk bir iletişim ve örgütlenme yeteneğiyle yeni siyasal değişim yollarını keşfettiler, kendilerinden önce hangi baharda hangi işgalde yeni olan ne varsa denediler, videoaktivisti oldular, mini belgeseller hazırladılar, grafik tasarımlarını şekillendirdiler, yurttaşlıklarının gazetecileri oldular, ötekilerin postası işlemeye başladı, mutfak kurdular, çöp topladılar, eczanelerini açtılar, seyyar hekimlik yaptılar, Taksim'de ve her yerde, onlara kalan onlarla çoğalan örgütlenme becerisiydi. Genç avukatları devlet şiddetinin gaddar saldırılarına karşı anında mahkeme kapısına götüren, karakola getiren dayanışma becerisiydi. Dayanışma becerilerini söze dökmekle yetinmediler. Direnenlerin bakışını buyurganların üzerine çevirdiler.

Hakan Ataman⁴ dün yönetenlerin nasıl bir şeytanlaştırma-düşmanlaştırma stratejisi kurduklarını anlattı; her meşruiyet krizi derinleşmesinde, dost-düşman ayrımı yapıldıkça büyüyen pekişen olağan siyaset anlayışının otoriterliğine Gezi Direnişi'nin verdiği yanıt, zengin eylem repertuarından seçim yapmasında değil, çoklu eylemliliğin yan yana sürdürebilmesindeki beceride yatmaktadır. Her grubun eylemliliğini yan yana sürdürülebilmesi ne düşmanı tekleştirdi ne de korku ve dehşet halinin yeniden bedenleştirilmesine aracılık etti. Kolektif eylemin gücü barikat kardeşliğinde sınıandı. Öfkenin odağındakine bile "amca" diye seslenebilen, ona "küs"ebilen, "hey yüzde elli biz dostuz" diyebilen, gazla boğana "gazın bitecek memur abe" diyeyazabilen, bir şiddet aracını -TOMA- türküsüne yerleştirebilen ve "delikanlığa" davet eden eylemci sözü⁵ dalgacılığın, alaycılığın, laf yetiştirmeciliğın, kinayeciliğın labirentlerinde dolaşırken, reel politik kişi ve kuruluşlar da, medya da, sermaye çevreleri de bu eleştiri yağmurundan paylarına düşeni aldılar. Mevcut siyaset çarkını çeviren siyasal örgütlere karşı güvensizliği betimleyen söz, "öldürücü kapitalizm" ile perçinlenmiş, "halk aşksızsa sokaklar banka dükkânlarıyla doludur" bir duvar aforizması olmanın ötesindeki anlamlarına kavuşmuştur. Bu eleştiri halkalarının genişliğine rağmen

•••

- 4 13-14 Kasım 2013 tarihinde Toplumsal Eylem Retoriği Konferansı'nda Gülden Gürsoy Ataman ve Hakan Ataman tarafından sunulan "Yurttaşlığın Kıyısında: #Gezi Direnişi'ndeki Hak İhlalleri Üzerine" başlıklı bildiri kast ediliyor (e.n.).
- 5 Eylemcinin sözünün kolektif bellekte kalabilmesini mümkün kılan girişimlerden biri bu sözlerin basılı kültür içine alınmasıdır elbette. Ancak Gezi direnişi ardından neredeyse hemen piyasaya çıkarılan bir dizi "kitap" ya da "fotoğraflı risale" duvar yazılarının ve sloganların tekrar yazımından öteye herhangi bir bilgi içermemektedir. Çok satma beklentisiyle eğlendirmek işlevini yerine getirsin diye hazırlanan yayınların içeriğini burada bir kez daha tekrar etmemek için örnek verme yoluna gidilmemiştir. Yukarıda metinde tırnak içine yerleştiren ifadeler, şu sloganlardan alınmıştır: " Tayyip Amca, Sen Gez, Biz Buradayız", "Tayyip sana küstüm", "Hey, %50 Biz Dostuz", "Artık Çok Geç, Bir Kere Gaza Geldik", "Biz ne mi İstiyoruz, Gaz istiyoruz, Ver Gazı", "Gaz Gelen Yerden Taş Esirgenmez", " Gaz Yemeyene Kız Yok", "Bu TOMA dashlı toma, cıngıllı daşlı TOMA", TOMA'yla sekiz gündür beraberiz, ciddi düşünüyoruz", "Sık bakalım, biber gazı sık bakalım, kaskını çıkar, jopunu bırak, delikanlı kim bakalım"

demokrasi idealine oklarla başvurulması ise eylemcinin sözünün içinde bir başka demokrasinin hayaletini gezdirmektedir.

Her ne kadar duvarlarda İngilizce sloganlara rastlansa da, Amerikan gazetelerinde yer alan ilanlarda ne istendiği başka bir dilde yazılsa da eylemin sözü buralıydı; bizim anlayabileceğimiz başka dillere çevrildiğinde mizahi edayı ve mücadeleci tavrı hemen yitiren söz oyunları, geleceği ki politikanın yapılmasını mümkün kılan tek zamandır, elinden alınmak istenen, sterilize yaşam alanlarına mahkûm edilmiş ve geçmişle bağları kesilerek tarihsizliğin içine gömülmeye çalışan kentli insanların mevcut politik çıkış yolları yerine yeni yol arayışlarının mecazını kurdu, benzetmelerini çoğalttı, ya da başka bir deyişle yeni siyasetin politik lügatini genişletti: Örgüt başı aramasıyla bilinen malum siyasi çevrelere, lidersiz ve ünlü (!) olmayan bir ortaklaşarak yönetebilme becerisiyle direnebilmenin mümkünlüğü gösterdi. Direnebilmenin sözünü şiirden ve şairden ödünç aldı. Turgut Uyar da Edip Cansever de Ece Ayhan da tweetlerden duvara, direnenlerle beraber duygulara tercüman oldular. Bu geçişlilik hali, “kahrolsun bağı şeylerdeki” muğlâklıkla bittiğinde geleceksizlerin politik sözünün besleneceği kaynağı ortaya koymakla kalmaz, aynı zamanda politik eylem ve sözü hep sabitlik içinden tanımlayan örgütler, liderler, yasalar, kurallar ve diğer “bağı şeyler”den ibaret görenlerin kolektif eylem ve katılım momentlerini nasıl hiçleştirdiklerini işaret eder. Bu hiçleştirmeye yanıtın yerel dili dalgalılığın ve alaycılığın geçici edasını taşısa da, artık marşlarla beslenmeyip türkü ve şarkıların nakaratlarından ödünç alınsa da, bu “gaz” a methiyeler düzme yoluyla devlet şiddetini mahkûm eden havailik toprakla ilişkilidir: Köstebek çalışmaya devam etmektedir. Alternatif ve taraflı bir yayıncılığın koridorlarını kazmaya, kerameti kendinden menkul profesyonel yayıncılık labirentlerini çöktürmeye, kolektif bir hafıza oluşturmak için görsel metin biriktirmeye devam etmektedir; açlık grevlerinde, Kürt direnişinde edindiği tecrübeyi çoğaltmaya devam etmektedir; uluslararası yayın bantlarında yer almaya, sınır tanımayan olmaya, haber teyidi için zincir oluşturmaya devam etmektedir. Tüm yasaklamalara ve ağırlaşan şiddet kullanımlarına karşın yeraltına

sığmayan dalgacı bir havailiğin neşesi ile bir kez daha karşılaşıldı,
yine karşılaşılacak...

Bu toplantının hazırlanmasına katkı veren herkesi bir kere daha
kutlar, yeni karşılaşma anlarında bir araya gelmeyi dilerim.

Etkinlik Değerlendirmesi:

*Ulusal Sosyal Bilimler Kongrelerinde Ayrımcılığın Ele Alınışı: Genel Bir Değerlendirme ve 13. Sosyal Bilimler Kongresi'nde Nefret Söylemi Oturumu
(Ankara-ODTÜ, 4-6 Aralık 2013)*

Hatice Çoban Keneş

Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi

• • •

Ulusal Sosyal Bilimler Kongreleri, Türkiye Sosyal Bilimler Derneği'nin sosyal bilim alanının gelişmesi amacı ile organize ettiği önemli etkinliklerin başında geliyor. İlki 1980 yılında yapılan kongrenin ikincisi, 9 yıl sonra 1989'da düzenlenebilmiş, ardından üçer yıl aralarla 1992 ve 1995 yılında yapılan kongreler, 1995'ten itibaren iki yılda bir organize edilerek bugüne ulaşıyor.

1980 yılında 60 bildirinin sunulduğu kongrenin 33 yıl sonra 2013 yılında yapılan en son organizasyonuna 80 oturum ve 326 bildiri ile devam edilmiş olması, hem kongreye olan ilginin artarak devam ettiğinin hem de böyle bir organizasyona duyulan gereksinimin önemli bir işareti olarak okunmalı. Öte yandan 1989, 1992, 1995 ve 1997 yıllarında yapılan kongrelerin program içeriklerinin kayıt altına alınmamış olması onlara ilişkin bir değerlendirme yapmayı mümkün kılmamakla birlikte bu tarihten sonra yapılan kongrelerin programlarının içeriklerine ulaşılabilir, oturumlar ve bildiriler hakkında fikir edinilebilir. Bu vesile ile genel olarak ayrımcılığı, ötekiliği, farklı kimliklerin yaşadığı sorunları, özel olarak da Hrant Dink'in 2007'de öldürülmesinin ardından Türkiye'nin gündemine giren nefret söylemi ve nefret suçu

kavramlarını odağına alan akademik çalışmaların izini Türkiye Sosyal Bilimler Derneği tarafından düzenlenen bu kongrelerin program içerikleri ile sürmek mümkün görünüyor.

Geriye dönük bu merakımın nedenini birkaç başlık altında özetleyebilirim: İlki, ırkçı-ayrımçı-nefret içerikli söylemlerin iletişim araçları ile hızlı bir şekilde kitlesel olarak dolaşıma girmesi, daha görünür hale gelmesi; ikincisi, ırkçı-ayrımçı-nefret içerikli söylemlerin sosyoloji, psikoloji, iletişim, siyasal, tarih gibi pek çok sosyal bilim alanının kesişim noktasında bulunması; üçüncüsü de ırkçı-ayrımçı-nefret içerikli söylemleri dolaşıma sokan mecraların artmasına bağlı olarak Türkiye’de sosyal bilimler alanında bu kavramları doğrudan odağına alarak yapılan çalışmaların çoğalması; özellikle, Uluslararası Hrant Dink Vakfı, İnsan Hakları Ortak Platformu, Sosyal Değişim Derneği ve İnsan Hakları Araştırmaları Derneği’nin nefret söylemi ve suçu hakkında yaptıkları çalışmalar ve bireysel düzeyde yapılan az sayıdaki akademik çalışmanın başta medyada olmak üzere çeşitli vesilelerle Türkiye’deki etnik gruplara, cinsel yönelim gruplarına, misyonerlere, gayri-Müslimlere ve diğer milletlere karşı yaygın bir nefret söyleminin olduğunu göstermesi. Bu nedenlerle “Öteki” olana karşı hiç de yeni olmayan olumsuz duygu ve davranışların Türkiye’de son yıllarda dolaşıma giren nefret söylemi ve nefret suçları kavramları altında ele alınmasına yönelik ilginin sosyal bilimler alanındaki yansımaları 33 yıla yayılan Türkiye Sosyal Bilimler Derneği kongreleri üzerinden görmeye çalışmanın benim için önemli olduğunu söyleyebilirim.

2001 yılında yapılan 7. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi’nde 49 Oturumda 197 bildiri sunulmuş. Kongrenin “Türkiye’de Kadın’ın Konumu: Toplumsal, Ekonomik, İdeolojik ve Hukuki Boyutları” başlıklı oturumu başlı başına kadın “sorunları”na odaklanmış. Bu oturum dışında azınlıklaştırılan, ötekileştirilen başka aktörleri doğrudan doğruya konu edinen bir başka oturuma rastlamadım.

8. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi Aralık 2003 yılında gerçekleştirilmiş ve 63 Oturumda 256 bildiri sunulmuş. 7. Kongre ile kıyaslandığında bu kongrede azınlıklaştırılan, “Öteki”leştirilen grupların yaşa-

dığı sorunların daha görünür kılındığını, doğrudan doğruya bu konular üzerine odaklanan beş oturuma yer verilmesinden anlıyoruz. “Kimlik ve Yurttaşlık I ve II başlıklı iki oturum dışında doğrudan Ermenileri konu edinen “Ermeni Meselesi: Tarihten Güncele” başlıklı oturumda Ermeni “sorunu” tarihsel bir perspektifte ele alınarak tartışılmış¹. “Türkiye’de Kadın Araştırmaları” “Cumhuriyet, Siyaset ve Kadın”, “Kadının Yoksulluğu ve Çalışma Yaşamı” başlıklı oturumlarda politik, ekonomik ve toplumsal bağlamları içinde kadınların yaşadığı sorunları ele alan bildiriler yer almış.

2005 yılında gerçekleştirilen 9. Kongre’de ise 56 oturumda 232 bildiri sunulmuş. “Dil, Kültür ve Kimlik” başlıklı oturumda “Türkiye’de Türkçe ve Kürtçe Anadil Nüfuslarının Demografik Farklaşma ve Bütünleşme Düzeyleri” (İsmet Koç ve A. Cavlin Bozbeyoğlu), “Sınır Kimliği, Sınırlar ve Egemenlik” (H. Neşe Özgen), “Türkiye’de Dengbej Geleneği” (Metin Yüksel) başlıklı bildiriler sunulmuş, “Kadın Emeği ve Kayıtdışı Ekonomi” başlıklı oturumda kadının görünmez kılınan emeğini ele alan bildiriler yer almış. Öte yandan bu kongrenin 2001 ve 2003’te yapılan kongrelerle karşılaştırıldığında farkı başlı başına toplumsal cinsiyeti konu edinen “Ataerkillik ve Toplumsal Cinsiyet Kurguları”, “Türkiye’de Kadınlık ve Erkeklik Üzerine Farklı Okumalar” başlıklı iki oturuma yer vermiş olması -ki bundan sonra düzenlenen bütün kongrelerde toplumsal cinsiyeti odağına ve başlığına alan birden fazla oturuma yer verilmiş olması, toplumsal cinsiyet odaklı oturumların kongre için gelenekselleştiğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir.

“Türkiye’de Gayrimüslimler” başlığı altında yer verilen oturumu da burada andığımda 2005 yılında yapılan kongrenin “bu toprağın

•••

1 Bu oturumda sunulan “Osmanlı İmparatorluğu’nun Taraf Olduğu Uluslararası Andlaşmalar İtibarıyla Ermeni Sorunu”, “Ermeni Milli Kimliğinin Oluşumu ve Türk- Ermeni ilişkilerinin Analizi”, “Kıbrıs’ta Ermeni Doğu Lejyonu ve Faaliyetleri” başlıklı bildirilerde genel olarak, Ermeni kimliğinden Ermeni “sorunu”na dönüşümün uluslararası ilişkiler tarihi bağlamında ele alındığı ve Ermeni “sorunu” olarak adlandırılan süreci doğuran etkenlerden biri olarak uluslararası ikili anlaşmaların ve konjonktürün rolünün-etkisinin ele alınmış olduğu buraya not düşülmelidir.

ötekileri"ne olan akademik ilgiyi görünür kılan önemli bir mecra haline gelmiş olduğunu söyleyebilirim.

Söz konusu akademik ilginin en tepe noktasına ise 2007 yılında yapılan 10. Kongre'de vardığı söylenebilir. 67 oturumda 267 bildirinin sunulduğu kongrede başlı başına toplumsal cinsiyet konulu beş oturumun yer almış olması bu tespiti haklılaştırmakta: "Toplumsal Cinsiyet I Kadın Profilleri", "Toplumsal Cinsiyet II Erkek Profilleri", "Toplumsal Cinsiyet III Kadın ve Demografi" "Toplumsal Cinsiyet IV Türkiye'de Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Politikaları" "Toplumsal Cinsiyet V Kamusal Alanda Kadınlar" başlıklı oturumlarda onlarca bildiriye yer verilmiş. Bunun yanında 19 Ocak 2007'de Hrant Dink'in katledilişi göz önüne alındığında "Türkiye'de Ermeniler" başlıklı oturumun yine başlı başına Türkiyeli Ermenileri konu alan bildirilere ayrılmış olması oldukça anlamlı. Bu oturumda "Aidiyet ve Milli Kimlik: Ankaralı Ermenilerin söylemlerinde 'Türklüğün' yeniden inşası" (Özgür Bal-Uzun), "Türkçe Ermenice Haftalık İlk Gazete *Agos* (1996-2006)" (Hülya Eraslan), "*Agos* ve Ermeni Patrikhanesi Arasındaki Tartışmalar" (Fırat Korkmaz), "Tarihçilerin Tartışması Siyasetçiler ve Medya: Osmanlı Ermenileri Konferansı Üzerinden Milliyetçiliğe Bakmak"(Didem Türkoğlu) başlıklı dört bildiri sunulmuş.

2007 yılında doğrudan doğruya "Öteki"nin sorunlarının dile getirildiği toplam 6 oturuma yer verilmesinin ardından aynı ilgi 2009 yılında gerçekleştirilen 11. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi'nde de devam etmiş. Nitekim 11. Kongrede de Toplumsal Cinsiyet I-II-III olarak toplam üç oturumda kadını odağına alan pek çok bildirinin yer alması bunun göstergesi. Bununla birlikte 11. Kongrede yeni olan iki konunun dikkat çekici olduğunu hemen söyleyebilirim. İlki, başlı başına medya metinlerinin söylemlerinin analizine odaklanan ki bunlar arasında ayrımcılığı-ötekileştirmeyi içine alan çalışmaların bulunduğu iki oturumun düzenlenmiş olması, ikincisi de Kürt "sorunu" adlandırması altında ilk kez bir oturuma yer verilmiş olması. Medya Çalışmaları I: "Türk Basınında İdeoloji ve Söylem" başlıklı oturumda "1980'ler ve 1990'larda Türkiye'deki Yeni Sağ Hegemonik Projesi Çerçevesinde Yazılı Basında Şiddete Dayalı Suçun Temsili"(Deniz

Özçetin), “Türk Gazetelerinde İslamcı ve Laik İdeolojilerin Eleştirel Söylem Analizi” (İbrahim Efe), “Türk Basınında Ötekileştirme Olgusu: Bir Süreç Analizi” (Y.Bezirgan Acar, Nuri Bilgin), “Türk Basınında 301 Tartışmalarının Oryantalist Söylemi” (Hatice Kırbıyık), başlıklı bildirimler sunulmuş. “Türk Sağının Söylem Ezberleri” başlıklı oturumda ise “Türk Sağı ve İcad Edilen Korkular” (İnci Ö. Kerestecioğlu), “‘Ezeli Düşman’ İle Hesaplaşmak: Türk Sağında ‘Moskof’ İmgesi” (G.Gürkan Öztan), “Türk Sağında Ayasofya İmgesi” (M.İnan Özekmekçi), “Öfkenin Çizgisi: Milliyetçi Tahayyülde Düşman Portreleri” (Tebessüm Yılmaz) başlıklı bildirimler yer almış.

“Kürt Sorununa Bakışlar” başlıklı oturumda başlı başına Kürtlerin yaşadığı etnik-politik ve ekonomik meseleleri konu edinen bildirimlere yer verilebilmesinin ve “Kürt sorunu” adlandırmasının ilk kez akademik kamuoyunda görünür bir şekilde açık ve net bir adlandırmayla tartışılabilmesinin bir kırılmaya işaret ettiği, “yeni” bir sürecin yansımaları olduğu ise hemen anlaşılabilir. Söz konusu kırılmanın izleri sunulan bildirimlerin başlıklarında da takip edilebilmekte: “Kentli Orta Sınıf Söyleminde Kürt Göçmenler: Türkiye’de Göçmen Düşmanlığının Etnikleşmesi” (Cenk Saraçoğlu), “Kürtlerin Türkiye’deki Politikleşme Sürecini Anlamak: ‘Ethnobölgesel Hareket’ 1960– 1980” (Ahmet Alış), “Türkiye’de Çok Kültürlülük Sorunu: Mardin Örneğinde Bir Kültür Politikasını Tartışmak” (Engin Sarı), “Kürtlerin ve DTP’nin Medyada Temsili” (Derya Erdem), “1960’larda Türkiye Sosyalist Sol Hareketinin

•••

- 2 Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi başlı başına Kürt “sorunu”nun bir oturum kapsamında tartışılabilmesi hem kamuoyunda hem de meclis gündeminde tartışılabilen “Kürt açılımı”nın bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Bu anlamda 2009 yılının konunun başta akademik mecralarda olmak üzere nispeten daha rahat ve görünür bir şekilde pek çok mecrada tartışılabilmesinde bir kırılmaya neden olduğu söylenmelidir. Bu kırılma elbette Kürtlerin yıllara sirayet ederek büyüyen politik eylemlilikleriyle ilişkilidir. Ancak 2009 yılında yaşanan bu kırılmanın ilk olarak Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün Mart 2009’da İran’a yaptığı ziyaret sırasında “Kürt sorunu konusunda iyi şeyler” olacak açıklaması, ardından Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın, “Kürt sorunu”na ilişkin “çözüme çok yakınız” (Milliyet, 31.05.2009) demecini vermesi ile başlayan “Kürt açılımı” olarak adlandırılan süreçle ilişkisi de vurgulanmalıdır.

Gözüyle Kürt ya da Doğu Sorununa Bakışlar” (Sıdıka Serpil Güvenç).

2011 yılında düzenlenen 12. kongrede başlı başına Kürt “sorunu”nu odağına alan bir oturumun ve “anadil” meselesini tartışan iki oturumun yer almış olması ise konunun giderek daha görünür bir şekilde kamusal mekânlarda tartışılabildiğinin göstergesi.

Bu Kongre’de “Kürt Sorununa Sosyolojik Yaklaşımlar” başlıklı oturumda “Toplumsal Bir Problem ve Sosyoloji’nin Çıkamazı: Kürt Sorunu Karşısında Türk Sosyolojisi” (Ahmet Gökçen, Adem Palabıyık), “Yeni Çocukluğun Kurucuları Kürt Çocukların Siyaseti ve Siyaset Alanı Olarak Toplumsal Gösteriler” (Sedat Yağcıoğlu), “Etnik ve Dini Temelli Siyasetin CHP’ye Etkisi” (Devrim Ertürk), “Kürt Gençlik Hareketinin Yükselişini Anlamak” (Ercan Geçgin), “Türkiye Siyasetinde Kürt Sorunu” başlıklı oturumda “Kürt Siyasetinde Paradigmatik Değişim” (M. Zeki Duman), “KCK Davası ve Türkiye’de Vatandaşlık” (Pedriye Mutlu, Gülay Kılıçaslan), “Merkezileşme, Türkleştirme ve Güvenlik Siyaseti: Devletin Üç Tarz-ı Siyaseti ve Çözülemeyen Kürt Meselesi” (Cuma Çiçek) başlıklı bildirimler yer almış. Ağırlıklı olarak Anadil konusuna yoğunlaşan “AKP’nin Kürt Siyaseti” başlıklı oturumda “Kürtçe Üzerinden Türkçe Tartışmalar-AKP Döneminde Kürt Sorununun Önemli Bir Boyutu Olarak Kürt Dili” (Kemal İnal), “AKP’nin Kürt Politikalarında Değişen Dinamikler: On Yıllık İktidarın Sosyo-Politik Analizi” (Erkan Karabay), “AKP Döneminde Kürt Politikası” (Cenk Saraçoğlu) üzerine bildirimler sunulmuş, “Anadilde Eğitim Hakkı” başlıklı Eğitim-Sen Panelinde ise doğrudan anadil meselesini odağına alan “Eğitimde Anadilinin Kullanımı ve ÇiftDilli Eğitim, Eğitim-Sen Halkın Tutum ve Görüşleri Türkiye Taraması 2010” (Adnan Gümüş), “Bir Kültürel Hak Olarak Anadilinde Eğitim” (Elçin Aktoprak), “Bir Eğitim Sendikası Anadilinde Eğitim Hakkını Savunursa” (Mehmet Bozgeyik), “Eğitim Hakkı Bağlamında Anadilinde Eğitim” (Fatma Gök), “Eğitimde Anadilinin Kullanılmaması Sorunu ve Türkiye’deki Kürt Öğrencilerin Deneyimleri” (Nesrin Uçarlar, Şerif Derince) başlıklı bildirimler sunulmuş. Burada yine toplumsal cinsiyeti merkeze alan “Milliyetçi Zihniyet ve Toplumsal Cinsiyet, “Toplumsal Cinsiyet ve Bedenin Terbiyesi”,

“Kadınlar İçin Biyografi Yazmak” ve “Toplumsal Cinsiyet: Erkeklik Üzerine başlıklı dört oturum kapsamında pek çok bildirinin yer alması konuya verilen önemin göstergesi.

Türkiye Sosyal Bilimler Derneği'nin 2013 yılında ODTÜ Kongre ve Kültür Merkezi'nde 13. kez düzenlediği kongrenin ise bugüne kadar en geniş katılımlı organizasyon olduğunu söylemeliyim. 80 oturum ve kapanış paneli ile üç güne yayılan “13. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi” 4 Aralık 2013'te açılış ve genç sosyal bilimciler ödül töreni ile başlamış.

Program içeriği incelendiğinde bu kongrede ilk kez nefret söylemini konu edinen iki oturuma yer verilmesinin dikkat çekici olduğunu söylemeliyim -ki bunlardan biri meseleyi siyaset kuramı bağlamında tartışan “Siyaset Kuramı: Soykırım, Kozmopolitanizm ve Nefret Söylemi” oturumu, diğeri de benim de bildiri sunduğum “Popüler Kültür ve Medyada Nefret Söylemi” başlıklı oturum. Yine dikkati çeken bir başka şey, ilk kez doğrudan çocukların yaşadığı sorunlar üzerine eğilen “Çocukluk Halleri” başlıklı oturuma yer verilmiş olması bu kongrenin diğer kongrelerden farklılığı olarak görülebilir. Ayrıca “Toplumsal Cinsiyet ve Aile” başlıklı, toplumsal cinsiyeti konu edinen bir oturum, “Namus ve Namus Kültürü” konulu bir başka oturum da bu kongrede azınlıklaştırılan, ötekileştirilen, yok sayılanların sözünün kamusallaştırıldığı oturumlar olarak burada anılmalı.

Kongrenin ilk gününde 13.30-15.15 ve 15.30-17.30 saatleri arasında toplam 16 oturum gerçekleşti. Benim de bildiri sunacağım “Popüler Kültür ve Medyada Nefret Söylemi” başlıklı oturum kongre kitapçığında 16. oturum olarak planlanmış. A-B-C-D-E-F-G-H Salonları ve SERGİ Salonu olarak adlandırılan salonlarda planlanan 79 oturumun sekizine sergi salonunda diğerlerine ise A-B-C-D-E-F-G-H harfleri ile isimlendirilen salonlarda yer verilmiş.

Hrant Dink Vakfı'nın yürüttüğü “nefret söylemi ve medya” konulu bir ders için müfredat geliştirme girişimi etrafında toplanan akademisyenlerin önerdiği “Popüler Kültür ve Medyada Nefret Söylemi” başlıklı oturumun, diğer oturumlara göre dikkat çeken iki özelliği

hemen göze çarpıyordu. Bunlardan birisi, altı tebliğin bir oturuma sıkıştırılması, ikincisi de kültür merkezinin giriş kapısının hemen ağzında, gürültüye oldukça açık olan ve gelip geçenlerin sunum yapanlarla göz göze geldiği camdan büyük kapıları olan sergi salonunda yer verilmesi. Küçük bir gözlem yapıldığında diğer oturumların yer verildiği (mikrofonlu, rahat koltukları olan ve dinleyenlere not alma imkânı veren masaların yerleştirildiği ve en önemlisi ortalama üç-dört kişiden oluşan ve 10 dakikaya sıkıştırılmayan sunumların yapıldığı) salonlardan oldukça farklı olan sergi salonunda altı kişinin 10 dakika ile sınırlandırılan sürede çalışmasını anlatmak zorunda kalması, mikrofon olmadığı için sürekli yüksek sesle konuşması ve izleyicinin geniş sergi salonunun ortasına serpiştirilmiş plastik beyaz sandalyelerde not almakta zorlanması gibi birden fazla olumsuzluğun varlığı can sıkıcıydı. Öte yandan, genel olarak yoğun izleyici katılımının gözlemlendiği kongrede izleyici yoğunluğunun nefret söylemini odağına alan “Popüler Kültür ve Medyada Nefret Söylemi” oturumunda da gözlenmesi sayılan olumsuzluklara rağmen ümit ve keyif vericiydi. Nitekim altıncı ve son bildirin bitimine kadar giderek artan ve mola verme teklifini reddederek dinlemeyi tercih eden izleyicinin varlığı bu oturumun üçer bildiri ile iki oturum olarak düzenlenmesi halinde daha verimli olacağını gösterdi. İzleyicilerin de sunumların 10 dakikaya sıkıştırılmış olmasına, zaman baskısı yüzünden sorularına ve talep ettikleri bilgilere oturumun yapıldığı süreçte yeterince cevap verilememiş olmasına yaptıkları eleştiriler bu düşünceleri pekiştirdi.

Kaldı ki ayrımcılık çalışmalarının Türkiye’de akademik camiada dikkat çekici azlığı karşısında 33 yıllık Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi geleneğinde azınlıklaştırılan her kesimi pek çok bağlamda içine alan ve onların sözünü görünür kılan bu duyarlı mecrada, güncelliğine de bağlı olarak ilk kez yer verilen “nefret söylemi” odaklı oturumun en azından önerildiği gibi iki oturum olarak planlanabilmesi, bildiri sunanları ve izleyicileri daha verimli kılacak asgari donanımın olduğu bir mekânda yapılması kongrenin geleneğine de kanımca daha çok yardı.

“Popüler Kültür ve Medyada Nefret Söylemi” oturumu benim

doktora tez çalışmamdan çıkardığım “Medya Okurlarının Zihinsel Haritalarında İrkçî-Ayrımcı Söylemlerin Oluşum ve Eklemlenme Stratejilerine İlişkin Bir Analiz” başlıklı bildiri ile başladı. İrkçîliği söylemsel bir oluşum olarak ele alan literatüre dayanan çalışmamda daha çok dilde temellenen, söylemler aracılığıyla dolaşıma giren ve pek çok ayrımcı ideolojiyi birbirine eklemleyerek dolaylı- örtük bir şekilde üretilen “yeni ırkçılık” a odaklandım. Laclau ve Mouffe’un söylem analizi yaklaşımlarının kurucu öğelerinden biri olan “eklemlenme” nin her iki yaklaşımı birlikte kullanabilme olanağını sağlayacağını ve böylece yeni ırkçılığın, farklı ideolojik söylemleri kendine eklemleyen gevşek dokulu, kararsız bir söylemsel oluşum olarak analizin mümkün olabileceğini ileri sürdüm. Bu iddiamı medyanın etnik, dini ve cinsiyet temelli ayrımcı ideolojilerin birbirine nasıl eklemlendiğini gösteren yoğunlaştırılmış bir yazım yüzeyi olarak okunabileceğinden yola çıkarak destekledim. Muğlak görünümle arkasına yerleşen ve çoğu zaman satır aralarına gizlenen ırkçılığın ve ayrımcılığın- medyayı bir şekilde takip eden “sıradan insanlar” tarafından nasıl kavrandığını, yorumlandığını, yeniden yaratıldığını ve kullanıldığını derinlemesine görüşmelerden çıkardığım ifadeler üzerinden analiz ettim ve sonuçlarını paylaştım.

Oturumun “Televizyon, Popüler Kültürel Temsiller, Mizah Anlayışı ve Ayrımcılık” başlıklı ikinci sunumu Marmara Üniversitesi öğretim üyesi Leyla Şimşek Rathke’ye aitti. Mizah ile ayrımcı dil arasında ince bir sınır bulunduğuna dikkat çekerek günlük yaşamda mizahın ayrımcı olabilen pek çok pratiği içerdiğini ve popüler kültürel ürünlere sızmış binlerce örnek bulmanın zor olmadığını söyleyen Rathke, Türkiye’deki mizah geleneğinden ve televizyonda gösterimde olan yapımlardan yararlanarak mizahın ayrımcı ve dışlayıcı olabilen daha statükocu ve muhafazakâr biçimleri ile kapsayıcı, benimseyici ve çoğulcu olabilen dönüştürücü biçimlerinden örnekler vererek, nelere niçin güldüğümüzü ve bunların ayrımcılıkla arasındaki ince sınırlara dikkat çeken örnekleri tartışmaya açtı.

Ege Üniversitesi’nden Melek Göregenli ve sosyolog İrem

Umuroğlu tarafından hazırlanan “Gazete Haberlerinde Ermenilere Yönelik Nefret Söylemi başlıklı çalışma ise Umuroğlu tarafından sunuldu. Nefret söylemi ve nefret suçları arasındaki ilişkiye odaklandıkları çalışmalarında Göregenli ve Umuroğlu diğer suç tiplerinden farklı olarak nefret suçlarının, suçun kurbanlarının herhangi bir eylemi nedeniyle değil, gerçek ya da algılanan renkleri, milliyetleri, cinsel yönelimleri, görünüşleri, etnik kökenleri yani varoluşları nedeniyle maruz kaldıkları saldırganlık içeren davranışlar olduğuna ve bu nedenle nefret suçlarının konusuyla ilgili her şeyin doğası gereği toplumsal ve toplumsal olduğu için de politik olduğuna dikkat çektiler. Nefret söyleminin, nefret suçlarının zihinsel arka planını oluşturan ideolojik örüntüler olmasının Ermenilere yönelik nefret söyleminin ideolojik arka planının, başka gruplara yönelik nefret söyleminin temel ideolojik kaynaklarını da oluşturduğuna dikkat çeken Göregenli ve Umuroğlu, Ermenilere yönelik nefret söylemi açısından basılı medyada yer alan haberleri sosyo-psikolojik bir yaklaşımla ele alarak analiz ettikleri çalışmalarının sonuçlarını paylaştı.

“İrkçılığın İzini Satır Aralarında Sürmek: Popüler Kültür Ürünlerinde İrkçi Söylemlerin Yaygınlaşma Stratejileri” başlıklı bildiri ırkçılığın yeni bir görünüme büründüğü ve bu nedenle ırkçılığın farklı tanımlanması gerekliliğine ilişkin akademik yazının ırkçılığın tanımının genişletilmesine imkân verdiğine vurgu yapan Ankara Üniversitesi öğretim üyesi Ülkü Doğanay ise ırkçılığın dolaylı-üstü örtük bir şekilde farklı ayrımcı ideolojileri birbirine ekleyen söylemsel alanlar oluşturduğunun, bu söylemsel alanlarda yalnızca “yabancı” ya da “Kürt”, “Ermeni”, Hıristiyan”, “Yahudi” değil, “Kürt ve kadın”, “yabancı ve kadın” “Hıristiyan ve eşcinsel”, “yoksul ve Çingene” gibi ayrımcı ideolojilerin kimi zaman açıkça, çoğu zaman ise örtük biçimde yargılar üreterek dolaşıma girdiğinin ve meşrulaştırıldığının altını çizdi. Doğanay, Türkiye’de özellikle televizyon ekranlarında dolaşıma giren popüler kültür ürünlerinde ayrımcı ideolojilerin kurduğu ittifakları-eklemlenmeleri deşifre ettiği çarpıcı örneklerle bir yandan ayrımcı söylemlerin yaygınlaştırma stratejilerini bir yandan da okurun/izlerin direnç oluşturma potansiyelini tartışmaya açtı.

“Ayrımcı Dil ve Nefret Söyleminin Formüle Edildiği Bir Ortam: Popüler Sinemada Tür Filmleri” başlıklı bildiri ise Beykent Üniversitesi’nden Zeynep Özarslan’a aitti. Özarslan, ayrımcılık ve ayrımcılığın yarattığı nefret söyleminin son yıllarda uluslararası ve ulusal sivil toplum kuruluşlarının üzerinde durduğu olgulardan biri olduğuna vurgu yaptığı çalışmasında farklı medya ortamlarında dolaşıma giren önyargı ve negatif stereotiplerden kaynaklanan nefret temelli söylemsel pratiklerin nefretin sıradanlaşmasına, normalleşmesine ve meşrulaşmasına yol açarak, nefret suçlarının işlenmesine neden olduğunun altını çizdi. Özarslan, nefret söylemi üzerine yapılan çalışmaların yazılı basın dışına taşması gerekliliğinden hareketle sinemada ayrımcı dilin ve nefret söyleminin nasıl üretildiğini incelemeyi tercih etmiş olduğuna dikkat çekti. Bu amaçla homofobi, kadın düşmanlığı, antisemitizm, yabancı düşmanlığı gibi nefret söylemine ait kavramları odağına alan Özarslan, tür filmlerinin anlatsal ve görsel uyuşmaları üzerinden nefret söyleminin sinemada nasıl yeniden üretildiğini ve dolaşıma girdiğini tartışmaya açtı.

Oturumun kapanış bildirisi “Derslikte ve Kampüste Nefret Söylemi ve Ayrımcılık” başlığıyla Ankara Üniversitesi öğretim üyesi Sevilay Çelenk’e aitti. Çelenk sunumunda popüler kültür ürünlerinde ayrımcı, ırkçı ve nefret içerikli söylemlerin analizine dayanan ampirik araştırmalardan farklı olarak dil ve söylem aracılığıyla üretilen her türlü ayrımcılığın ifade özgürlüğü ile arasındaki gerilimli ilişkiye dikkat çekti. Çelenk, nefret söylemi ve ayrımcılıkla ilişkili çalışmalar yapanların sıklıkla hangi söylemlerin nefret söylemi, hangi söylemlerin ifade özgürlüğü kapsamında değerlendirilmesi gerektiği konusundaki sorunla hesaplaşmaları gerektiğinin altını çizdi. Özellikle bu çatışmanın üniversite gibi bir yandan ifade özgürlüğüne mümkün olan en geniş anlamda yer vermek, tanımlamak ve korumak gibi etik bir zorunluluğu olan, bir yandan ayrımcılığın ve nefret söyleminin sıklıkla karşılaştığı yerler olarak üniversitelerde yaşandığını söyleyen Çelenk, bu konuda yapılmış çalışmaların verileri ışığında Türkiye’de üniversitelerin nefret söylemi ve ayrımcılıkla mücadelede nasıl güçlendirilebileceği üzerine bir tartışma yürüterek, bu konunun araştırılmaya muhtaç olduğuna vurgu yaptı.

Çelenk'in işaret ettiği çelişki ve gerilim, Doğanay'ın ve benim ırkçılığın yeni görünümüne ilişkin tespitlerimizle bağlantılı olarak düşünüldüğünde daha yakıcı bir tartışma olarak süreceğe benzemektedir. İlk olarak biyolojik temelleri ve kurumsal göstergeleri olan ve hukuksal önlemlerle yasaklanan "eski" ırkçılıktan farklı olarak dilsel ve söylemsel pratiklere daha çok ihtiyaç duyan, esnek, sınırları muğlâk ve çoğu zaman dolaylı-üstü örtük olarak işleyen "yeni" ırkçı-ayrımçı nefret içerikli söylemlerin ifade özgürlüğü kapsamına girebileceği konusunda yapılan tartışmaların varlığı yeni ırkçılığın nasıl sinsi bir zeminde işlediğinin işareti olarak okunmalıdır. Tam da bu muğlâk ve dolaylı işleyen yapısının onun açıkça tespit edilmesini zorlaştırması, tespit edilmeye yönelik çabaların ise ifade özgürlüğüne "bir darbe" olarak eleştirilebilmesi ırkçı söylemlerin çoğunluk aktörleri ile bu söylemlerin azınlık aktörlerinin ifade özgürlüğüne aynı oranda sahip olup olmadıkları sorusunun akılda tutulması gerekliliğine işaret etmekte. Öte yandan her ne kadar hangi ifadenin, görüntünün nefret söylemi ve/ya ırkçı söylem olduğunu, en azından bu konuda ciddi soru işaretleri taşıdığını, tartışmalı olduğunu anlamamanın bir formülü, yolu olmasa da popüler kültür ürünlerinde "Öteki" olduğuna hükmedilenlere karşı üretilen ve dolaşıma giren söylemleri-görüntüleri analiz eden çalışmaların işaret ettiği şey, nefret söylemi ve ifade özgürlüğü arasında yaşanan gerilimle hesaplaşmak isteyenlerin ifade özgürlüğü kapsamına dâhil edilmeye çalışılan nefret söylemlerinin baskısı altında "Öteki"nin ifade özgürlüğünün nasıl olabileceği sorusunu temel almaları gerekliliğidir.

•••

Not: Kongreye ve kongrede sunulan bildirilere dair ayrıntılı bilgi Türkiye Sosyal Bilimler Derneği.org.tr adresinden "Popüler Kültür ve Medyada Nefret Söylemi" oturumunda sunulan bildirilerin bazılarının tam metinlerine ise nefretsöylemi.org.tr adresinden ulaşılabilir.

Yazı Teslim Kuralları

Gönderilen yazıların, başka bir yerde yayımlanmamış olması ya da yayın için değerlendirme aşamasında bulunmaması gerekir. Yayımlanan yazıların her türlü sorumluluğu yazar(lar)ına aittir. Yayımlanmayan yazılar iade edilemez. Yayın için kabul edilen yazıların yayın hakkı, yayımlanan yazıların da her türlü telif hakkı dergiye aittir.

Makaleler 8000 kelimeyi geçmemelidir. 6000-7000 kelimelik bir makale (notlar ve referanslar dahil) iyi bir hedefdir. 2000-3000 kelimelik daha kısa yorum yazıları da kabul edilmektedir. Yazılar, varsa tablo, şekil ve illüstrasyonları da içeren bir Word dosyası biçiminde (Word for Macintosh ya da Windows), kidergisi@gmail.com adresine gönderilirse yazıyla ilgili işlemler daha hızlı yürütülebilir.

Yazarlar, gönderdikleri yazının eş bir nüshasını kendilerinde bulundurmaldırlar. 100-150 kelimelik İngilizce ve Türkçe birer özet de yazılarla beraber gönderilmelidir. Yazılar, bir toplantıda tebliğ edilmiş ise, toplantının adı, tarihi ve yeri belirtilmelidir.

Yazıların ve özetlerin üzerinde, sadece yazının başlığı bulunmalıdır. Ayrı bir kapak sayfasında yazarlar, isimlerini, tam ve açık kurum posta adreslerini bildirmelidirler. Bu bilgiler, hakemlere gönderilmeyecektir.

Tüm metin, girintili (indent) paragraflar, notlar ve referanslar dahil, A4 boyutunda kağıda çift aralıklı olarak ve kağıdın sadece bir yüzüne yazılmalıdır. Başlıklar ve arabaşlıklar kısa ve belirgin olmalıdır. ABD, TRT gibi kısaltmalarda nokta kullanılmamalıdır.

Dergiye gelen yazıların yayımlanması hakemlerden alınacak değerlendirmelere bağlıdır. Dergiye ulaşan yazılar en kısa süre içinde hakemlere gönderilir. Bir ay içinde yazı ile ilgili raporunu dergiye göndermeyen bir hakemin yerine hemen yeni bir hakem belirlenir.

Hakem değerlendirmelerinin normal şartlarda 2-3 ay sürmesi beklenmelidir. Yazarlardan, hakemlerin görüşleri uyarınca yazılarını geliştirmeleri veya gözden geçirmeleri istenebilir. Yayın konusunda son karar Yayın Kurulu'na aittir. Yazıların kabul edilip edilmediğine dair bir mektup, hakem raporlarının fotokopileriyle birlikte, yazarlara gönderilir.

Yazıların gönderileceği adres:

kidergisi@gmail.com
http://www.kidergi.org

Kültür ve İletişim
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Mezunları
Vakfı Yüksel Caddesi No: 36/2
Kızılay • Ankara

Kaynak Gösterme Formatı

Metin içinde kaynak belirtme

Tüm referanslar, ana metinde uygun yerlerde ve parantez içinde, yazarın adı, basım yılı ve gerekiyorsa sayfa numaraları ile belirtilir. "Ibid", "op.cit.", "a.g.e." vb. kısaltmalar kullanılmaz. Notlar ve referanslar ayrılmalıdır. Notlar, metnin içinde numaralandırılıp, metnin sonunda numara sırasına göre ve referanslardan önce yerleştirilmelidir. Notların içinde yer alan referanslar da metin için geçerli olan kurallara göre belirtilir.

- Yazarın adı metinde geçmiyorsa ve kitaba referans veriliyorsa,
(Williams, 1988)
- Yazarın adı metinde geçmiyorsa ve belli bir sayfa söz konusuysa,
(Williams, 1988: 26)
- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada birden fazla eseri varsa,
(1988: 26)
- Birbirini takip etmeyen belli sayfalar söz konusuysa,
(Williams, 1988: 22-6, 45-8)
- Yazarın adı metinde geçiyorsa ve kaynakçada bu yazarın yalnızca bir eseri mevcutsa sadece sayfa numarası verilir.
Hawkes'a göre dil ve antropoloji...(32)
- İki yazar varsa,
(Lash ve Urry, 1988)
- İki'den fazla yazar varsa,
(Bennett vd., 1986)
- Aynı yazarın aynı yıl içinde yayınlanmış birden fazla eserine referans varsa, basım yılına a, b, c, gibi harfler eklenerek birbirinden ayrılır.
(Foucault, 1979a)
- Aynı bahiste birden fazla kaynağa referans varsa, bunlar aynı parantezde noktalı virgülle ayrılarak belirtilmelidir.
(Bourdieu, 1984; DiMaggio, 1987; Lamont, 1988)
- Metnin içindeki alıntılar için çift tırnak, alıntının içindeki alıntılar için tek tırnak kullanılmalıdır. 40 kelimedeki uzun alıntılar, tırnak kullanmadan girintili paragrafla verilmelidir.

Dergiden makale

Lawrence, Grossberg (1995). "Cultural Studies vs. Political Economy: Is Anybody Else Bored with this Debate." *Critical Studies in Mass Communication* 1(12): 72-81.

Editörlü bir kitaptan makale

Turow, Joseph (1991). "A Mass Communication Perspective on Entertainment Industries." *Mass Media and Society*. James Curan ve Michael Gurevitch (der.) içinde. London: Edward Arnold. 160-167.

Bir yazarın seçilmiş yazılarından derlenmiş kitabından makale

Thomas, Lewis (1974). "The Long Habit." *Lives of a Cell: Notes of Biology Watcher* içinde. New York: Viking. 47-52.

Kitap

Lewis, Justin (1991). *The Ideological Octopus: An Exploration of Television and Its Audience*. London ve New York: Routledge.

Çeviri kitap

Larrain, Jorge (1993). *İdeoloji ve Kültürel Kimlik*. Çev., Neşe Nur Domanıç. İstanbul: Sarmal.

Derleme kitap

Balio, Tino (der.) (1990). *Hollywood in the Age of Television*. Boston: Unwin Hyman.

İki yazarlı kitap

Gessell, Arnold ve Francis L. Ilg (1949). *Child Development: An Introduction to the Study of Human Growth*. New York: Harper and Row.

Üç ya da daha fazla yazarlı kitap

Spiller, Robert, vd. (1960). *Literary History of the United States*. New York: MacMillan.

Yazar olarak kurum adı

Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı (1996). *Kafkasya ve Orta Asya: Bağımsızlıktan Sonra Geçmiş ve Gelecek*. Ankara: Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı Yayınları.

Web sitesinden yazarlı makale

Swedlow, Tracy (2000). "Interactive Enhanced Television: A Historical and Critical Perspective." www.itvt.org. Erişim tarihi: 10.05.2004.

Web sitesi

Office of Communications. www.ofcom.org.uk. Erişim tarihi: 10.05.2004.

Satı Atakul

Toplumsal Cinsiyet Araştırmaları Makale Ödülü

"Okuduğumuz, öğrendiğimiz her şey, yeni ve dolaylı bir biçimde bize ait olanın dehşetli heyecanı yanısıra tedirgin, güvensizleştirici yanıyla birlikte geliyordu. Burada bilgiyle kurulan ilişki o kadar doğrudan bir şekilde bize, hayatımıza dair ve o kadar sahiciydi ki sarsıcı, dönüştürücü ve biraz da dağıtıcı bir etkisi oldu."

Satı Atakul, "Kadın Çalışmaları Öğrencisi Olmak"



Geçtiğimiz yaz aramızdan ayrılan Satı Atakul kadın çalışmaları bölümünde bilgi ile kurduğu ilişkiyi yukarıdaki gibi anlatmıştı. Ankara Üniversitesi Kadın Sorunları Araştırma ve Uygulama Merkezi ve Ankara Üniversitesi Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı olarak, öğrencilerin toplumsal cinsiyet alanında 'sarsıcı, dönüştürücü ve dağıtıcı' bilgi üretimini geliştirmelerine katkıda bulunmak ve Ankara Üniversitesi Kadın Çalışmaları bölümünün ilk öğrencilerinden olan Satı Atakul'un bu alandaki katkılarını hatırlamak amacıyla bir makale yarışması düzenliyoruz. Ödül yoluyla toplumsal cinsiyet alanında özgün bilgi üretimini teşvik etmeyi ve bu alandaki tartışmaları zenginleştirmeyi hedefliyoruz.

Ankara Üniversitesi Kadın
Sorunları Araştırma ve
Uygulama Merkezi

Ankara Üniversitesi
Kadın Çalışmaları
Anabilim Dalı



Yarışma Takvimi

Makalelerin son teslim tarihi: 31 Mart 2014

Sonuçların açıklanma tarihi: 6 Mayıs 2014

Ödül Töreni: 23 Mayıs 2014

Katılım için

Katılımcılar makalelerini elektronik posta yoluyla satiatakulmakale@gmail.com adresine ulaştırmalıdır. Katılımcılar makale ile birlikte, yazarın adı, üniversitesi, açık adresi, telefon numaraları ve elektronik posta adreslerine ilişkin bilgilerin yer aldığı özgeçmişlerini göndermelidirler.

Başvuru koşulları ile ilgili ayrıntılı bilgi için <http://kasauu.ankara.edu.tr> adresini ziyaret edebilirsiniz.

Satı Atakul

Satı Atakul 1971 yılında Bahadın'da (Yozgat) doğdu. Sağlık meslek lisesinin ardından hemşire olarak çalışmaya başladı, bir yandan da Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'ni bitirdi. İletişim yüksek lisansına devam ederken 1996 yılında açılan Ankara Üniversitesi Kadın Çalışmaları Anabilim Dalı'na bağlı Kadın Çalışmaları Yüksek Lisans programına, bölümün ilk öğrencilerinden biri olarak kaydoldu. 2002 yılında "Popüler feminist bir yayın deneyimi: Kadınlara mahsus gazete Pazartesi" başlıklı yüksek lisans teziyle bölümden mezun oldu. Bu süre boyunca önce Sağlık Bakanlığı'nda ardından Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM)'de çalışmaya devam etti, evlendi ve anne oldu.

Hayatla derdi olan kadınlardan biri olarak değdiği her alana, dokunduğu her insana ilişkin hikayeleri oldu hep. Kadın çalışmaları öğrencisi olmak, anne olmak, feminist bir anne olmak, hemşire olmak... Bütün bunlara ilişkin kadın anlatıları, özgün diliyle yazdığı yazılarına yansıdı. Satı, aynı zamanda Eksik Etek ve Uçan Haber gibi kadın dergilerinin çıkarılmasında yer aldı. Kadın politikasını, Günebakan, Kadın Dayanışma Vakfı, Feminist Anneler, Ankaralı Feministler gibi feminist örgüt ve gruplarda sürdürdü.