

KÜLTÜR VE İLETİŞİM

culture&communication

Yıl: 26 • Sayı: 51
Mart 2023 / Eylül 2023

Year: 26 • Issue: 51
March 2023 / September 2023



kültür ve iletişim

culture&communication

Mart 2023 / Eylül 2023
Yıl: 26 • Sayı: 51
March 2023 / September 2023
Year: 26 • Issue: 51

Sürekli Online Yayın
E-ISSN 2149-9098

© 2023 kültür ve iletişim.

Dergide yayınlanan yazıların sorumluluğu yazarına aittir.
Yazılardan, kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir.

Sahibi/Owner: Refik Tabakçı

Editör/Editor: Hatice Çoban Keneş & Funda Başaran

Yayın Kurulu/Editorial Board:

Ayşe İnal, Ankara • Barış Bora Kılıçbay, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi • Bülent Çaplı, Bilkent Üniversitesi • Funda Başaran, Ankara • Halil Naılçaoğlu, İstanbul Bilgi Üniversitesi • Hatice Çoban Keneş, Munzur Üniversitesi • İnan Özdemir Taştan, Ankara • Meral Özbek, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi • Mutlu Binark, Hacettepe Üniversitesi • Nejat Ulusay, Ankara Üniversitesi • Nur Betül Çelik, Ankara • Sevilay Çelenk, Ankara • Tuğba Taş, Ankara Üniversitesi • Ülkü Doğanay, Ankara

Editör Yardımcıları/ Assistant Editors: Murat Can Kabagöz • Tolga Güngör • Ahmet Eker •

Uluslararası Danışma Kurulu/International Advisory Board:

Ackar Abbas, University of California • Armand Mattelart (Emeritus) •
Briankle G. Chang, University of Massachusetts • Kuan-Hsing Chen, Chiao Tung University • Lawrence Grossberg, University of North Carolina • Michael Morgan (Emeritus), University of Massachusetts • Mehmet Sobacı, Ankara Üniversitesi • Rajagopalan Radhakrishnan, University of California

Yayın Tarihi/Date of Publication: 20 Mart 2023

Yönetim Yeri/Executive Office:

Konur Sokak No: 17/5 Kızılay • Ankara • Turkey
e-posta: kidergisi@imgekitabevi.com



ki, iletişim, kültür eleştirisi ve toplumsal düşünce alanlarında üretilen en iyi eleştirel yazıları yayımlamaya adanmış disiplinlerarası akademik bir dergidir. **ki**, eleştireliliği, aklın sınır ve imkânlarının araştırılması yolunda her türlü doğma 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 keşim 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, Mart ve Eylül aylarında yayımlanır. **ki** e-dergi formatında yayınlanmaktadır. **ki**'nin yayın dilleri Türkçe ve İngilizce'dir. **ki** EBSCOhost ve ULAKBİM veri tabanlarında taranmaktadır.

c&c is a leading interdisciplinary journal devoted to publishing the best critical work in the fields of communication, cultural criticism and social thought. The doors of **c&c** are open to the works in communication studies as much as other social science disciplines and humanities to the extent that they consist of communication as a major component of human existence. **c&c** is a peer-reviewed journal with high ethical standards relating to submittal, review, and publication of manuscripts.

c&c is published twice a year in March and September. **c&c** is published online. Publication languages are Turkish and English. **c&c** is covered by EBSCOhost and ULAKBİM.

İçindekiler

Editörden...

Hatice Çoban Keneş

07

Araştırma Makalesi

Türkiye Medya Sektöründe Şirket Birleşmeleri: Güncel Eğilimler, Yeni Sorunlar

Ceren Sözeri Özdal

40

Araştırma Makalesi

Bilgi-İktidar İlişkisi Çerçevesinde Akademide Kariyer ve Verimlilik Söylemi Üzerine Niteliksel Bir Değerlendirme

Sevil Bal

74

Araştırma Makalesi

Gazete Haberlerini Konu Alan Yüksek Lisans Tezlerinde "İdeoloji"

Mehmet Pelivan

108

Araştırma Makalesi

Türkiye Müzik Endüstrisinde Platformlar ve Algoritmik Kürasyonun Yeni Kültürel Aracılık Rolü-Que Vadis?

Mutlu Binark & Erman M. Demir & Serra Sezgin & Gökçe Özsu

142

Araştırma Makalesi

Aşağılama, Haysiyet ve Saygı

İlker Özdemir & Tarık Özbek

171

Araştırma Makalesi

Popülizm, Medya ve Toplumsal Cinsiyet: Sen Kimsin Atiye?

Övünç Ege

201

Kitap Eleştirisi

Siyaset ve Uzmanlık: Demokratik Bir Toplumda Bilimin Kullanılması

Fatma Sarıaslan

Contents

From the Editor...

Hatice Çoban Keneş

07

Research Article

Media Mergers in Turkey: Current Trends and the New Issues

Ceren Sözeri Özdal

40

Research Article

A Qualitative Analysis of the Career and Efficiency Discourse at Academia in the Framework
on Knowledge-Power Relevance

Sevil Bal

74

Research Article

“Ideology” in the Master's Theses Dealing with News in Daily Papers

Mehmet Pelivan

108

Research Article

Platforms in the Turkish Music Industry and The New Cultural Intermediation Role of
Algorithmic Curation- Que Vadis?

Mutlu Binark & Erman M. Demir & Serra Sezgin & Gökçe Özsu

142

Research Article

Humiliation, Dignity and Respect

İlker Özdemir & Tarık Özbek

171

Research Article

Populism, Media And Gender: Who Are You Atiye?

Övünç Ege

201

Book Review

Politics and Expertise: How to Use Science in a Democratic Society

Fatma Sarıaslan

Editörden...

Sevgili Kùltür ve İletişim (Ki) dergisi okuyucuları merhaba,

25 yıldır yayın hayatına devam eden dergimizin 51. sayısı ile karşınızdayız. Bu sayı vesilesiyle sizlerle paylaşmak istediğim bazı haberlerin heyecanı içindeyim. 1998 Ocağında ilk sayısı Halil Nalçaoğlu editörlüğünde çıkarılan *Kùltür ve İletişim* 25 yıldır eleştirelliği, akademik etik değerleri rehber edinen kıymetli editörlerin olağanüstü çabasıyla ilkelerinden taviz vermeden kararlı bir şekilde yayınlanmaya devam ediyor. İki yıldır sürdürdüğüm editörlük görevimin özellikle de çeyrek asra denk gelen 50. sayısını çıkarmak inanılmaz heyecan vericiydi. Bu işi liyakatle, akademik etik değerlerle, bilimsel özerlik ve eleştirel bakış açısıyla yapmaya çalışan tüm akademisyenler bilir ki seri üretime dayalı yayınların, para karşılığında makale bastırmanın ve sadece niceliğin öncelendiği performans dayalı akademik ortamın hâkim olduğu Türkiye akademisinde sosyal bilimler alanında hem eleştirel dergi çıkarmak, hem nitelikli yazılarla karşılaşmak hem de hakemlik, editörlük gibi YÖK'ün performans kriterleri arasında dahi görmediği bir alanda emek yoğun editörlük görevini sürdürmek oldukça meşakkatlidir. İşte bu nedenle *Kùltür ve İletişim* dergisinin çeyrek asra denk gelen sayısını çıkaran ekip olarak gururlandık, heyecanlandık...

Sizlerle paylaşmak istediğim asıl haber, 1998 yılından bu yana matbuu olarak çıkardığımız dergimizin bütün arşivinin online olarak erişime açılmış olması. Editör asistanı Dr. Ahmet Eker'in olağanüstü emeğiyle dergimizin tüm sayıları *Dergipark* üzerinden dijital platforma taşınarak tüm dünyaya açıldı. Bu süreç, esasen dergimizin uluslararası indekslerde taranması için gerekli ilk aşamaları gerçekleştiren daha önceki editörlerimizden Dr. İnan Özdemir Taştan ve ekibinin tüm makaleleri taramasıyla başladı. Daha sonra her bir makalenin tüm başlıkları, bölümleri, anahtar sözcükleri, kaynakçaları tek tek düzenlenip *Dergipark* sisteminde tanımlanarak 25 yıllık arşiv hem sizlerin hizmetine açıldı hem de uluslararası taranan nitelikli indekslere başvuru yapabilmemizin önemli kriterlerinden biri sağlanmış oldu. Bu süreçte maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen yayın kurulu üyelerimize sonsuz teşekkürler. Şimdi bekleme sürecindeyiz ve umuyoruz dergimiz hak ettiği uluslararası indekslere kabul alacaktır.

Öte yandan 51.sayımızın hazırlıkları devam ederken, yazarlarımızın ve hakemlerimizin ve elbette hepimizin doğrudan ya da dolaylı olarak ağır bir şekilde etkilendiği Maraş, Hatay, Adıyaman merkezli 6 Şubat depremini yaşadık. Yaşadığımız sürece gündelik hayat galesi de devam ediyordu... Bu sayıya deprem bölgesinden yazı göndermiş ve makalelere hakemlik yapma talebimizi kabul etmiş yazarların ve hakemlerin depreme rağmen yazılara katkılarını sürdürmelerini gözlerim dolarak izledim. Onlara nasıl teşekkür etsem eksik kalır... 50 bin ölümün, binlerce yaralının yaşandığı deprem hepimizi sarstı ve sarsamaya da devam ediyor. Bu koşullarda ve ağır duygusal yük altında 51. sayımızı altı makale ve bir kitap değerlendirmesiyle çıkarabildik. Süreçte emeği geçen tüm hakemlerimize, makalelerin son okumasını titizlikle yapan editör asistanı Murat Can Kabagöz'e, İngilizce dil editörümüz Dr. Tolga Güngör'e elbette tüm yazarlarımıza, sonsuz teşekkürler.

Son bir haber de editörlük görevinin devri ile ilgili; ben editörlük görevini bana mihmandarlık yaparak süreci titizlikle öğreten Doç. Dr. Tuba Taş'tan devralmışım. 51. sayı ile birlikte bu görevi/nöbet değişimini değerli hocamız Prof. Dr. Funda Başaran'a devrediyorum. Bu vesile ile yukarda adı geçen ekip arkadaşlarıma, 48. ve 49. sayılarımıza editör asistanı olarak katkı sunan Gökçe Özsu'ya ve elbette tüm yazarlarımıza, hakemlerimize bir kez daha sonsuz teşekkürler. Funda Başaran'a ve dergiye katkı sunacak yeni arkadaşlara şimdiden kolaylıklar ve başarılar diliyorum. Sevgilerimle...

Doç. Dr. Hatice Çoban Keneş



Kültür ve İletişim

culture&communication

Yıl: 26 Sayı: 51 (Year: 26 Issue: 51)

Mart 2023-September 2023 (March 2023-September 2023)

E-ISSN: 2149-9098



2023, 26(1): 7-39

DOI: 10.18691/kulturveiletisim.1222457

****Araştırma Makalesi****

Türkiye Medya Sektöründe Şirket Birleşmeleri: Güncel Eğilimler, Yeni Sorunlar*

Ceren Sözeri Özdal**

Öz

Medya ve eğlence sektöründe şirketlerin büyüme stratejilerinden en önemlilerinden biri, birleşme ve satın almalarıdır. Neo-liberal politikalarla gelen “büyük olmak iyidir” mottosu her zaman iyi sonuçlar vermese de medya şirketleri bugün teknoloji şirketlerini, eğlence platformlarını hedefleyerek, ölçek ekonomilerinden kapsama ekonomilerine yönelerek büyümeyi sürdürmektedir. Kapitalist sistemde piyasa koşullarına tabi olsalar da medyanın kendine özgü nitelikleri nedeniyle bu birleşme ve satın almaların toplumsal sonuçları da vardır. Bu araştırma, 2011–2021 yılları arasında, Türkiye’de medya ve eğlence sektöründeki birleşme ve satın almalarındaki eğilimleri; geleneksel medya, reklamcılık ve yeni içerik ya da analiz platformları, yaratıcı platformlar yönünden betimsel bir yöntemle analiz etmiş; analizin sonucunda, geleneksel medyadaki işlemlerin çoğunun el değiştirmelerden ibaret olduğu; reklamcılık sektörünün uluslararası alanla bütünleşmeyi sürdürdüğü, yeni platformların ise yatırım sermayesi çekerek cazip hale geldiği ortaya çıkmıştır. Birleşme ve satın almalar; pazarın yoğunlaşmasına sebep olduğu, rekabeti kısıtladığı, çoğulculuğu engellediği gerekçeleriyle kaygı yaratmaktadır. Araştırmada seçilen üç örnek üzerinden bu işlemlerin sonuçları eleştirel bir perspektiften tartışılmış; günümüzdeki denetleme mekanizmalarının yetersiz kaldığı, siyasi çoğulculuk ve kültürel çeşitliliği gözetmediği tespit edilmiştir. Araştırma ayrıca medya sektöründeki yoğunlaşmanın ölçülmesi ve önlenmesi için pazar davranışlarının değişen niteliğinin göz önünde bulundurulması gerektiğini, genel ekonomik kriterlerin günümüz ihtiyaçlarına cevap vermediğini, medyaya özgü yeni ölçütlere ihtiyaç duyulduğunu da ortaya koymuştur.

Anahtar Sözcükler: Medya, birleşmeler, satın almalar, siyasi çoğulculuk, kültürel çeşitlilik.

* Geliş tarihi: 21.12.2022 . Kabul tarihi: 12.03.2023

** Galatasaray Üniversitesi, İletişim Fakültesi,
Orcid no: 0000-0003-2296-9587, csozeri@gsu.edu.tr

****Research Article****

Media Mergers in Turkey: Current Trends and the New Issues*

Ceren Sözeri Özdal**

Abstract

Mergers and acquisitions are among the most important growth strategies in the media and entertainment industries. Although the "bigger is better" motto held by neo-liberal policies ended up with some failures, currently media and entertainment companies keep growing not to aim to obtain economic scale, but scope by targeting technology companies and platforms. Despite being subject to market conditions in the capitalist system, media mergers have social consequences due to the sector's distinct characteristics. This research analyzed the new trends in mergers and acquisitions in the media and entertainment sectors in Turkey between 2011–2021 within traditional media, advertising, and new content, creative, or analysis platforms. Most transactions in traditional media consist of takeovers; the advertising industry continues to integrate with international agencies, and new platforms (start-ups) are attracting private equity or personal investments. Mergers and acquisitions raise concerns due to causing market concentration, restricting competition, and preventing pluralism. The effects of the transactions are discussed over three case studies within critical perspective. It is observed that the current monitoring mechanisms are insufficient and do not take into consideration political pluralism and cultural diversity. The research also reveals that the changing nature of market behaviors should be considered when measuring and preventing concentration in the media sector. General economic criteria are insufficient to meet today's needs; new media-specific criteria are required.

Keywords: Media, mergers, acquisitions, political pluralism, cultural diversity.

* Received: 21.12.2022 . Accepted: 12.03.2023

**Galatasaray University, Faculty of Communication,
Orcid no: 0000-0003-2296-9587, csozeri@gsu.edu.tr

Türkiye’de Medya Sektöründe Şirket Birleşmeleri: Güncel Eğilimler, Yeni Sorunlar

Giriş

Medya ve iletişim çalışmalarına 1970’lerden itibaren ekonomik boyut eklenmiş, medya şirketlerini ve sektörlerini ekonomi ve işletme perspektifinden inceleyen araştırmaların sayısı artmıştır. Ancak medya ekonomisi yalnızca piyasa temelli faaliyetlerle ilgilenmez; çünkü kaynakların kullanımındaki seçimlerin toplumsal sonuçları da vardır (Picard, 2006: 23). Medya ekonomisine ilginin arttığı dönemin bir başka dikkat çekici özelliği, liberal politikalar sayesinde ortaya çıkan birleşmeler ve satın almalar yoluyla medya şirketlerinin ulusal ve uluslararası alanda giderek büyümesidir. The New Media Monopoly adlı kitabının ilk baskısında, 1983’te pazara hâkim 50 şirketten bahseden gazeteci ve akademisyen Ben Bagdikian’ın (2004: 27) şirket sayısını 1992 yılı baskısında 23’e, 2003’te beşe düşürmesi; bu birleşme ve satın almaların sonucudur.

En geniş tanımıyla birleşme, en az iki şirketin aynı yönetim ve ortakların kontrolü altına girmesi, aralarında organik bir bağ oluşması olarak tanımlanırken; satın alma, bir şirketin, başka bir şirketin tamamını ya da bir bölümünün aktiflerini satın almasıdır (Shermann, 2005: 12). Medya sektöründeki birleşmelerle satın almaları ve yıllar içindeki dönüşümü anlayabilmek için öncelikle medyanın kendine özgü niteliklerini özetlemek faydalı olacaktır. Kapitalist sistemde medya şirketleri, diğer şirketler gibi kâr amacı güder ve piyasa koşullarına tabidir. Kâr amacı güden medya şirketleri, pazar paylarını artırabilmek ve maliyetlerini düşürmek için üretimlerini artırma ve çeşitlendirme yoluna gider. Bir başka deyişle, medya şirketleri basit olarak üretim ölçeğinin artmasıyla maliyetlerin azalması anlamına gelen ölçek ekonomilerine ve üretim sürecinden birden fazla ürün elde etme olarak tanımlanabilecek kapsam ekonomilerine bağımlıdır. Medya sektörünün yüksek sermaye gerektirmesi ve teknolojiye yatırım zorunluluğu, birleşme ve satın almaları tetikleyici bir unsur olarak da değerlendirilmektedir (Söylemez, 1998: 56). Üçüncü, belki de en önemli sayılabilecek nitelik ise medya ürünlerinin kamusal işlevidir. Toplum etkileyecek güce sahip haberlerin ve yayınların üreticisi konumundaki medya, aynı zamanda liberal modelde iyi işleyen bir demokrasinin olmazsa olmaz unsuru olarak kabul edilmektedir. Bu ise onu devlet müdahalesini de içeren dışsal

etkilere daha açık; ancak yalnızca kanunlara bırakılmayacak kadar da önemli hale getirir (Hultén vd., 2010: 10).

Bu araştırma, Türkiye’de medya ve eğlence sektöründe, 2011–2021 yılları arasındaki şirket birleşmeleri ve satın almalarındaki dönüşümleri anlamının yanı sıra, birleşme ve satın almaların yol açtığı yoğunlaşmanın sonuçlarını, önleme mekanizmalarındaki zaafları ve iletişim alanının bu tartışmaya katkılarını sorgulamayı amaçlamaktadır.

Çalışma kapsamında, ilk olarak uluslararası literatürde ve Türkiye’de birleşme ve satın almaları konu alan tartışmalara bakılacak; ardından, örneklem üzerinden 2011–2021 yılları arasındaki birleşme ve satın almaların nitelikleri, sektörler özelinde betimsel bir analizle açıklanacak; son bölümde ise birleşme ve satın almalarla ortaya çıkan yoğunlaşmanın siyasi çoğulculuk ve kültürel çeşitliliğe etkileri, biri Amerika Birleşik Devletleri’nden (ABD) (Sinclair Broadcasting’in Tribune Media Co.adlı şirketi alma girişimi), ikisi Türkiye’den (AFM-Mars Birleşmesi ve ardından şirketin CJ Group tarafından satın alınması ve Demirören Grubu’nun Doğan Grubu’nu satın alması) seçilen üç örnekle denetim mekanizmalarının zaafları çerçevesinde eleştirel perspektiften tartışılacaktır. ABD’den seçilen örnek sorunun uluslararası boyutuyla ilgili olması ve denetim mekanizmalarının teknolojiyle gelen yakınsamayı göz ardı etmesi, kutuplaşmış siyasi ortamın etkileri açısından kayda değerdir. Türkiye’den alınan örnekler ise yarattığı sonuçlar dikkate alınarak seçilmiştir. AFM-Mars Birleşmesi ve ardından şirketin CJ Group tarafından satın alınması, yarattığı tartışmanın yanı sıra Sinema Yasası’nın değişmesine neden olmuştur. Demirören Grubu’nun Doğan Grubu’nu satın alması ise Türkiye’de ana akım medyanın ortadan kalktığı tartışmalarına yol açmış (Öğreten, 2018), siyasi iktidarın medya üzerindeki kontrolünü çok görünür bir düzeye çekmiştir.

Uluslararası Literatürde Medya Birleşmeleri

Medyada ulusal sınırlar içinden başlayıp uluslararası alana yayılan birleşme ve satın almaların tarihi çok eski olmakla birlikte, bu konuyu ele alan araştırmalardaki üç temel akstan söz edilebilir. Bunlardan ilki, medyanın büyümesini ekonomik ve teknolojik tarihsel koşullarla açıklayan araştırmalardır. Örneğin, Catherine B. Lavenir ve Frederic Barbier (2001: 167); bu süreci 19. yüzyılın sonlarından, ABD’de William Randolph Hearst’ün 1895’te Morning Journal’i satın alıp, çizgi roman dizilerini artırarak gazeteyi popüler hale getirmesiyle başlatır. Armand ve Michéle Mattelart

(2003: 138), 19. yüzyılı iletişim ağlarının uluslararasılaşması olarak kavramsallaştırırken, 1980'ler sonrası kapitalizmin etkisiyle reklam ajansları ve multimedya şirketlerinin bir bütün halinde hareket ettiği bir küreselleşme süreci olarak tanımlar. Kısacası; başta ulusal, ardından uluslararası düzeyde birleşme ve satın almalar yoluyla büyüyen medya şirketleri, medya tarihinin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır.

Medya sektöründeki birleşme ve satın almalara yönelik literatürün önemli bir kısmı, küresel düzeyde neo-liberal sisteme uyum sağlandığı 1980'ler ve sonrası konu almaktadır. Medya ekonomisi kapsamında ele alınabilecek araştırmalar, geleneksel medya –telekomünikasyon sektörü ya da geleneksel medya– ve yeni medya birleşmelerinin şirketlere ve sektöre dair sonuçlarını ekonomik performans çerçevesinde incelemiştir. Örneğin birleşmeler ve satın almalar yoluyla yakınsamanın şirketlere kazandırdığı avantajlara ve eğilimlere yoğunlaşmış (Chan-Olmsed 1998); 1990'ların sonu ve 2000'lerin başında yaşanan AOL Time Warner ve Vivendi Universal gibi büyük birleşmelerin başarısızlıkla sonuçlanması sebepleri ve etkileri yönüyle ele alınmış (Kalb ve Sullivan, 2000; Peltier 2004) ya da uluslararası alanda hangi tür stratejilerin izlendiği (Jung, 2004) işletme perspektifinden tartışılmıştır. Robert G. Picard (2006); medya ekonomisine ilişkin çalışmaları, teorik çalışmalar, yukarıda bahsedilen uygulamalı çalışmalar ve eleştirel çalışmalar olmak üzere üçe ayırır. Alana katkısını inkâr etmemekle birlikte, eleştirel perspektifin birleşme ve satın almalar yoluyla medya piyasalarındaki yoğunlaşmanın sonuçlarını yanlış değerlendirdiğini savunur; ona göre kontrol edilmesi gereken şirketlerin büyüklüğü ya da organizasyon yapısı değil, davranışlarıdır (Picard 1998; 42).

Eleştirel çalışmalar ise yukarıda açıklandığı üzere, 1980'lerden itibaren özelleştirme ve deregülasyon politikaları sonucunda, medya piyasalarının birleşme ve satın almalar yoluyla yoğunlaşmasının politik, sosyal ve kültürel sonuçlarıyla ilgilidir. Robert McChesney ve Dan Schiller (2003: 6), Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) çöküşü ile birlikte neoliberal dönüşümün, şirket mantığını iletişim ve tüm sosyal alanlarda hâkim hale getirdiğini savunur. Graham Murdock'a göre (2006: 219) Herbert Schiller (1991), kapitalist mantığın kültürel alanı kontrol etmesinin sonuçlarını, ABD örneği üzerinden, çok erken bir tarihte ortaya koymuştur. 1969'da geliştirdiği medya-kültürel emperyalizm kavramını eleştirenlere Schiller, 1991'de bir makaleyle yanıt verir ve satın almalar yoluyla gelişen sistemin, küresel medya

alanına nasıl adapte edildiğini açıklar. Dal Yong Jin ise 2008’de birleşmeler ve satın almalar üzerine Schiller’i teyit eden bir araştırmayla, ABD’nin eski küresel güce sahip olmamasına rağmen egemen olanın, halen neoliberal sistemin getirdiği şirket mantığı olduğunu savunur. Eli Noam (2016: 5) uygulamalı araştırmaların sayısal verilere dayanan genellemelerini eleştirmektedir; 2000’lerdeki başarısız birleşmeler sonrasında bölünmeler (*de-merger*) ya da teknolojik dönüşümle içerik platformlarındaki rekabet ortamı umut verici olmaktan uzaktır.

Türkiye Medya Sektöründe Şirket Birleşmelerinin Geçmişi

Uluslararası literatürde, medya sektöründeki birleşme ve satın almalara dair yaklaşımlardaki farklılıklar, Türkiye üzerine yapılan araştırmalarda da gözlenmektedir. Ancak neoliberal sisteme eklenme süreci ve onun doğurduğu yapısal sorunlar nedeniyle ekonomi politik yaklaşım ağırlık kazanmıştır.

Türkiye’de medya tarihi literatürünün önemli bir kısmını, yayınların tarihi kadar sahiplik yapısındaki dönüşüm oluşturmaktadır. 1980 öncesinde, Türkiye’deki basın sektöründe şirketleşmeden ziyade, esas işi gazetecilik olan ailelerin hâkimiyeti söz konusudur (Topuz, 2003: 329). 1980’de, önce 24 Ocak Kararları ile gazetelere verilen sübvansiyonların kaldırılması ve askeri darbe sonrasında neo-liberal ekonomi politikalarına geçişin sonucunda, gazeteci ailelerin yerini medya dışında faaliyet gösteren şirketler almış ve bu şirketler radyo-televizyon yayıncılığının önündeki kamu tekelinin fiilen kaldırılmasının ardından medya gruplarına dönüşmüştür. Bu gruplar devlet desteği ile giderek güçlenmiştir (Gür, (n.d): 146). Mustafa Sönmez (2003: 35), 1980’ler itibarıyla medya dışı sermayenin sektöre herhangi bir sanayiye girer gibi girdiğini ve kendi kurallarını taşıdığını ifade ederken, aslında McChesney ve Shiller’in (2003) neoliberal mantığın iletişim alanına taşındığına dair tespitini Türkiye’ye uyarlamaktadır; ancak daha da ötesinde, esas olan, medya sektörünün kâr getiren bir sektör olmaması nedeniyle sermayedarlar açısından medya yatırımlarının diğer alanlardaki faaliyetleri için araçsallaştırılmasıdır. Gülseren Adaklı (2014) bunu Hallin ve Mancini’ye (2004) referansla, “siyasal paralellik”le açıklamaktadır. Bir başka deyişle Türkiye, siyasetle medya sahipliği arasındaki mesafenin kısa olduğu ülkelerden biridir. Nitekim, Darbeleri Araştırma Komisyonu’nda dinlenen (TBMM, 2012) Karamahmet, Ciner gibi bazı medya sahiplerinin bu alana ekonomik saiklerle değil; siyasetçilerin yönlendirmesiyle girdiklerini ifade etmiştir.

Radyo-televizyon yayıncılığındaki kamu tekelinin kalkmasıyla birlikte medyanın uluslararası sisteme eklenmesi büyük ölçüde tamamlanmış olsa da 1994'te yürürlüğe giren 3984 sayılı yasayla gazete sahipleri de dahil olmak üzere, birden fazla şirkette sahipliğin yanında, yabancıların radyo ve televizyon sahipliği, yüzde 20 ile sınırlandırılmıştır. Bu durum, uluslararası medyanın yayıncılık alanındaki yatırımlarının sınırlı kalmasına neden olmuştur (Kaban Kadioğlu, 2001: 234). Ayrıca bu dönemde, dünyanın başka bölgelerinde de yayıncılık alanındaki birleşme ve satın almalar düşük yoğunluklu olmuştur. Bu durum, televizyonun ulusal ve yerel bir olgu olmasıyla açıklanmaktadır (Jin, 2008: 366). 1990'ların sonlarından itibaren radyo ve televizyon yayıncılığına uluslararası sermaye, ortaklıklar (*joint-venture*) ve lisans anlaşmaları yoluyla girmiştir. 1999 yılında Time Warner'a ait Turner Broadcasting International ile Doğan Yayın Holding ortaklığı sonucu CNN Türk; sermaye sınırlaması nedeniyle, yurt dışında yapım şirketi ve işletme şirketi olarak iki şirket halinde kurulmuştur (Kaban Kadioğlu, 2001: 66). Doğu Grubu ise 2000 yılında NBC ile lisans anlaşması yaparak CNBC-E kanalını ve NTVMSNBC adlı haber portalını hayata geçirmiştir (Çatalbaş'tan [2003] akt. Sözeri 2009: 155).

Bu dönemde, uluslararası sermayeye eklenmede dergi yayıncılığı ön plana çıkmıştır. Gillian Doyle'a göre (2002: 135) dergiler, gazete ve televizyon programlarıyla aynı kültürel ve siyasal sorumluluğun öznesi değildir; dergilerde dil bariyerinin aşılması daha kolaydır. Ayrıca iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte kültürel özelliklere dayalı farklılıkların azalması, dergilerin sınırlı bir yerel içerikle adaptasyonuna yardımcı olmaktadır. 1980'lerde başlayan reklam sektörünün uluslararasılaşması (Gençtürk Hızal, 2005: 118-122), lisans anlaşmalarıyla yabancı dergilerin Türkiye'ye gelmesi, bir süre sonra dergi gruplarının da ortaklıklar yoluyla ülkeye gelmesinin önünü açmıştır. '90'ların sonunda Doğan Grubu, Burda RCS International Holding GmbH ile ortaklığı sebebiyle Hürğüç'ü Doğan Burda Rizzoli'ye (DBR) dönüştürürken; Hearst Grubu ile Bilgin Grubu birleşerek Bir Numara Hearst'ü oluşturmuştur (Sözeri, 2006: 39). 2006 yılında Vatan Grubu bünyesinde kurulan Vatan Dergi Grubu, Yunanistan'da faaliyet gösteren Imako Media A.E ile ortaklık kurmuştur.

Türkiye'deki medyanın ekonomi politiğine dair araştırmalar kabaca iki döneme ayrılabilir. 2000'lerin başlarında yayımlanan araştırmalar (Sönmez 2003; Topuz 2003; Adaklı 2006 gibi) 1980'lerdeki dönüşüme odaklanmış; bu araştırmalarda, bir kırılma

olarak nitelendirilebilecek 2001 ekonomik krizinin medya sektörü açısından nedenleri ve sonuçları konu edinilmiştir. 2002’de Adalet ve Kalkınma Partisi’nin (AKP) iktidara gelmesinin ardından, sahiplik ilişkilerinde yeni bir dönüşüm yaşanmıştır (Sözeri 2014: 394). Bu dönem sonrasındaki araştırmalar, medya sahipliğindeki dönüşümün yanı sıra iktidarın medya üzerinde kurduğu siyasi, yasal ve ekonomik kontrol ve baskı mekanizmalarıyla bunların sonuçlarına odaklanmaktadır. Bu araştırmalar iktidarın İslamcı karakterinin veçhelerini ortaya koyarken (Aydın 2014; Yeşil 2016), esas vurguyu, medya politikalarında neoliberal sistemin, otoriter yöntemlerle ve sermaye dönüşümüyle sürdürüldüğüne yapmaktadır (Aydın 2014; Çam ve Şanlıer Yüksel 2015; Yeşil 2016; Eres ve Yüksel 2018; Ayan 2019).

Nitekim, iktidara geldikten sonra Avrupa Birliği (AB) adaylığını hedef olarak belirleyen AKP, medya politikalarını buna uyumlu hale getirmek için adımlar atmış olsa da Türk Telekom’un (yüzde 55’lik hissesi, 6,5 milyar dolara, Saudi Oger’e satılmıştır) 2005’te özelleştirilmesi gibi neoliberal politikaları sürdürmüştür. Bu dönem, küresel sermayeye eklenmek isteyen medya şirketlerinin de önünü açmıştır. 2006 yılında Alman Axel Springer, Doğan TV’nin yüzde 25 hissesini satın almıştır. Yine aynı yıl, Newscorporation’a ait News Netherland BV, TGRT televizyonunu 82,4 milyon dolara satın almıştır. Yabancı sermayeye yönelik yüzde 25 hisse sınırı, Türkiye’de kurulan şirketler ve Türkiye’deki ortaklıklardan alınan teminatlar yoluyla aşılmıştır (Sözeri, 2009: 172).

İktidarın medya politikalarındaki en önemli değişim 2007 yılında başlamıştır (Aydın 2014: 132; Eres ve Yüksel 2018). AKP’ye açılan kapatma davası, Genelkurmay Başkanlığı’nın, kendi internet sitesinde, 27 Nisan’da yayınladığı, “e-muhtıra” olarak adlandırılan bildiri ve AKP’nin 2007 genel seçiminde elde ettiği başarı; iktidarın medya politikalarının dönüşümüne zemin oluşturmuştur (Eres ve Yüksel 2018). Bunun en önemli göstergesi, 2007 sonunda, 2001 krizi sonrası el konulan, ülkenin ikinci büyük medya grubu olan Sabah-ATV’nin, kamu bankalarından alınan krediyle ve tek şirketin katıldığı ihaleyle, hükümete yakın Çalık Grubu’na satılmasıdır (Ayan, 2019: 75). Diğer bir gösterge de Doğan Grubu ile Axel Springer arasında 2006 yılında gerçekleşen birleşme nedeniyle, 2008 yılında Doğan Grubu’na toplam 862,4 milyon TL’lik bir vergi cezasının uygulanmasıdır. Bu cezanın yalnızca vergi işlemleri nedeniyle değil; Doğan Grubu’nun yayın politikasının iktidarı rahatsız etmesi nedeniyle verildiğine dair tartışmalar, o dönem gündemi meşgul etmiş ve

durum, Avrupa Komisyonu İlerleme Raporlarında ve Türkiye'deki basın özgürlüğünü konu alan uluslararası raporlarda eleştirilmiştir (European Commission 2009:18; 2010: 20; 2011: 25; IPI 2009; Corke vd. 2014: 4).

Ekonomi politik çerçevedeki çalışmaların yanı sıra Picard'ın (2006) sınıflamasına referansla, Türkiye'deki medya sektörü özelinde uygulamalı araştırmalar da mevcuttur. İlk olarak, Zeynep Kaban Kadıoğlu (2001) doktora tezinde, küresel sermayenin yayılmacı karakterinin Türkiye'deki olası sonuçlarını ve imkânlarını tartışmıştır. Sözeri (2009) ise uluslararası birleşmeleri, birleşme süreçleri ve yasal sınırlılıklar üzerinden tartışmış; medya sektörünün ekonomik değeri ve potansiyelini araştırmıştır. Mihalis Kuyucu (2013: 160-161), medya sektöründeki çapraz birleşmeleri konu alan araştırmasında, medya gruplarını pazar payları üzerinden incelemiş, yoğunlaşmanın risklerini ortaya koymuştur. Kuyucu aynı zamanda yoğunlaşmanın önlenmesi için medya sahipliğine dair kısıtlayıcı önlemlerin getirilmesini savunmaktadır. Adaklı (2014) ise çapraz mülkiyeti, "ultra-çapraz bütünleşmeler" olarak kavramsallaştırarak, bunu, medya sermayedarlarının başka alanlardaki yatırımlarıyla ilişkilendirmiştir.

Sonuç olarak, Türkiye'de medya sektöründe gerçekleşen birleşme ve satın almalara ilişkin literatür göz önüne alındığında, tarihsel bakışla ekonomi politik yaklaşımın iç içe geçtiği ve bu iki yaklaşımın 1980 sonrasındaki neoliberal sisteme eklenme sürecini merkeze alarak, Türkiye'de medyanın sermaye yapısına ve dönüşümlere odaklandığı görülmektedir. Uygulamalı araştırmaların bu kadar sınırlı olmasının en önemli sebebi, Türkiye'de medya piyasasının yapısının anlaşılmasına dair verilerin çok sınırlı olmasıdır. Ekonomik verileri temel alan araştırmaların (Sözeri 2009; Sözeri ve Güney 2011; Kuyucu 2013) verilerinin son tarihi 2010'dur. Bu üç araştırmada kullanılan verilerin kaynağı, medya planlama ajanslarıdır; bu da şeffaflık sorununa işaret etmektedir. Uygulamalı araştırmalar, çoğunlukla betimsel bir yöntemle, var olan durumu açıklamaya, eğilimler üzerinden öngörüler geliştirmeye meyletmıştır. Eleştirel araştırmaların beslendiği kaynaklar biraz daha geniş olmakla birlikte, vardığı sonuçlar güncel durumun nedenlerinin tahlilinden ibarettir. Fail olarak gösterilen siyasi iktidar ve onun uyguladığı kontrol mekanizmalarının yarattığı sonuçlar, açık ve net bir şekilde ortaya konmakta; ancak çözüm önerileri sınırlı kalmaktadır.

Araştırmanın Örnekleme ve Yöntemi

Bu araştırma, 2011–2021 arasında, Türkiye’de medya ve eğlence sektöründe gerçekleşen birleşme ve satın alma işlemlerindeki dönüşümleri, yeni eğilimleri ortaya koymayı ve sonuçlarını tartışmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda, küresel çapta faaliyet gösteren Deloitte ve Ernst&Young adlı denetim ve danışmanlık şirketlerinin Türkiye şubelerinin her yıl yayınladığı ve tüm sektörleri kapsayan birleşme ve satın alma raporlarındaki medya ve eğlence sektörü verileri derlenerek bir örneklem oluşturulmuştur. Sektör sınıflaması, şirketlerin belirlediği sınıflamalardan oluşmaktadır. Medyanın yanı sıra eğlence sektörünün de dahil edilmesinin gerekçesi, özellikle sinema sektöründeki birleşmelere dair verilerin bu araştırmanın amacıyla uyumlu olmasıdır. Zira derlenen verilerle, yıllara ve sektörlerle göre eğilimlerin ortaya konmasının ardından bu birleşmeler; medyada rekabet, çoğulculuk ve çeşitlilik açısından seçilen örnek olaylar üzerinden tartışılacaktır. Bu bölümde analiz, Rekabet Kurulu kararları ve bu konuda yapılmış önceki araştırmalarla derinleştirilecektir. Raporlarda ve literatürde son dönem birleşme ve satın almaların, COVID-19 pandemi sürecinin de etkisiyle e-ticaret, teknoloji, internet ve mobil hizmetlere doğru evirildiği tespit edilmiştir. Deloitte raporlarında, teknoloji, internet ve mobil servisler başlıkları altında ayrı ayrı tanımlanan bu sektörler; Ernst&Young raporlarında, bilişim adı altında sınıflandırılmaktadır. Teknolojinin gelişimi ve yakınsamanın etkisiyle, bu sektörlerle medya ve eğlence sektörleri arasındaki sınırların belirsizleştiği varsayılabilir; ancak bu kapsamda çok fazla birleşme ve satın alma işleminin olması, her şirketin faaliyet alanının tespitinin zorluğu nedeniyle bu sınıflandırmalar altındaki birleşmeler araştırma kapsamının dışında bırakılmıştır.

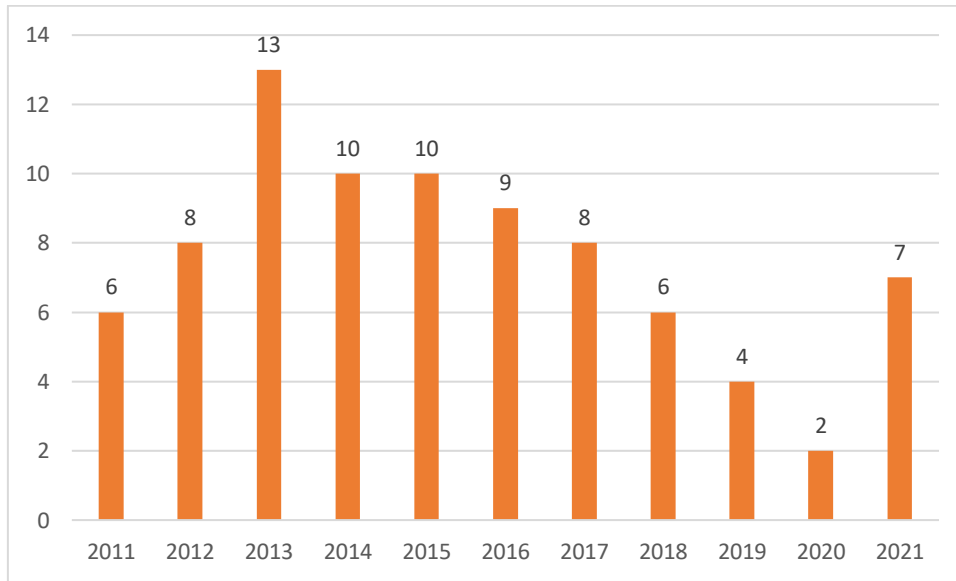
Araştırma nitel bir yöntemle kurgulanmış, eldeki veri derlenip ayıklandıktan sonra eğilimler, yıllar ve sektörler bazında değerlendirilmiştir. Son 10 yıllık dönemi kapsayan, yıllar ve sektörlerle çerçevelenmiş betimleyici bir araştırma niteliğindedir. Örnekleme birleşmelere ilişkin değerlerin tümüne erişmek mümkün olmamıştır, bu nedenle sınırlı sayıda açıklanan değer, tabloda yer alsa da analize dahil edilememiştir.

Araştırma, biri uluslararası alandan olmak üzere üç örnek olayla genişletilmiş; birleşmelerin siyasi çoğulculuk ve kültürel çeşitlilik üzerindeki etkileri, Rekabet Kurulu Kararları ve literatür desteği ile eleştirel yöntemle analiz edilmiştir.

2011–2021 Arası Medyada Şirket Birleşmeleri

Bu araştırma kapsamında seçilen zaman aralığı çok dar olsa da Türkiye bu dönemde ekonomik ve siyasi çalkantılara sahne olmuştur. Belirlenen 10 yıllık sürede, medya ve eğlence sektöründe toplam 93 birleşme ve satın alma gerçekleşmiştir. Bunların yaklaşık yüzde 90'ı (93 işlemin 84'ü) medya sektörü, yüzde 10'u eğlence sektörü sınıflandırması altındadır. Yıllar baz alındığında, Grafik 1'de görüldüğü üzere, 2008'deki küresel ekonomik krizin ardından, 2011'den itibaren Türkiye'de medya ve eğlence sektöründe yatırımların artmaya başladığı, 2013'te incelenen 10 yıllık dönemin zirvesine ulaştığı, 2014 ve 2015'te bir düşüş olsa da istikrarlı seyrettiği; 2016–2020 arasında ise dramatik bir düşüş yaşandığı görülmektedir. 2021'de bir toparlanma kaydedilmişse de aşağıdaki sektörel değerlendirmede görüleceği üzere hedeflenen şirketlerin niteliği değişmiştir.

Şekil 1: Sayılara Göre Birleşme ve Satın Almalar



Kaynak: Deloitte ve Ernst&Young Birleşme ve Satın Alma İşlemleri Raporları

Grafik 1'deki değişim, nitelik dikkate alınmadan çok anlamlı olmamakla birlikte, 2016 yılındaki kırılma açısından önem arz etmektedir. Nitekim, tüm sektörleri kapsayan rapor değerlendirmelerinde de 15 Temmuz 2016 tarihindeki darbe girişiminin “makroekonomik ve politik risk” oluşturduğu ifade edilmiştir. 20 Temmuz 2016'da ilan edilen Olağanüstü Hal, yedi kez uzatıldıktan sonra, 18 Temmuz 2018'de kaldırılmış; bu süreçte toplam 179 medya kuruluşu (53 gazete, 34 TV, 37 radyo istasyonu, 20 dergi, 6 haber ajansı ve 29 yayınevi) kapatılmıştır (RSF MOM, 2016). 2019 ve 2020 yıllarındaki keskin düşüşü, Türkiye'nin yaşadığı ekonomik kriz ve

pandemi etkisiyle açıklamak mümkündür. 2021'deki artışın sebebi ise yatırım ve özel girişim sermayesindeki hareketlenmedir.

Sektörel açıdan bakıldığında ise, geleneksel medyada faaliyet gösteren şirketlerin tüm mecralardaki payının toplamda yüzde 35 olduğu (toplam 93 birleşme ve satın alma işleminin 33'ü) tespit edilmiştir. Reklamcılık alanının payı ise yüzde 33 (31 birleşme ve satın alma) civarındadır. Eğlence sektörü yaklaşık yüzde 10'luk bir pay almakla birlikte, bunların yedisi fuar ve organizasyon alanında faaliyet göstermekte, üçü şans oyunları alanına dahil olmakta, yalnız biri sinema sektöründe yer almaktadır. Yüzde 27 civarındaki diğer kategorisi içinde ise içerik yönetimi, analiz platformları, yaratıcı platformlar gibi daha çok teknoloji alanında faaliyet gösteren şirketlerin satın alınması yer almaktadır.

Aşağıda listelenen toplam 93 işlemin yaklaşık yarısı, Türkiye ve Türkiye ortaklı şirketler arasında gerçekleşmiş; kalan yarısı yabancı yatırımlardan oluşmuştur. Yabancı yatırımların pek azında (yalnızca dokuz şirkette) hedef şirket, geleneksel mecralardan oluşmaktadır. Yabancı yatırımcılar için cazip olanın dijital ajansların; içerik platformları, yaratıcı platformlar, BluTV gibi video platformları olduğu görülmektedir.

Tablo 1: 2011–2021 Arası Türkiye'deki Medya ve Eğlence Sektöründe Birleşme ve Satın almalar

Yıl	Satın Alan Şirket	Ülke	Hedef Şirket	Sektör	Yüzde	Değer (Milyon\$)
2011	Al Jazeera	Katar	Cine 5	Medya	100	40,5
2011	Özel yatırımcılar	Türkiye	Huzur Radyo TV	Medya	75	N/D ¹
2011	Arto Radyo	Türkiye	Show Radyo	Medya	100	10,3
2011	Doğuş Holding	Türkiye	Star TV	Medya	99,99	327
2011	DK Gazetecilik ve Yayıncılık	Türkiye	Vatan ve Milliyet	Medya	100	74
2011	Artı Televizyon	Türkiye	Viva Radyo TV	Medya	100	N/D
2012	Reed Exhibitions	Avusturya	Tüyap	Eğlence	50	N/D
2012	Doğan Yayın Holding	Türkiye	Eko TV	Medya	100	N/D
2012	JWT	ABD	Manajans	Medya	N/D	N/D
2012	UFAS	Hollanda	UBM İstanbul Fuarcılık	Eğlence	40	N/D
2012	Publicis Groupe	Fransa	Starcom Medya	Medya	49	N/D
2012	Madvertise	Almanya	Mobilike	Medya	N/D	N/D
2012	Deutsche Messe	Almanya	Hannover-Messe Sodeks Fuarcilik	Eğlence	50	N/D

¹ ND: Not Declared [Açıklanmayan] ifadesi, değeri açıklanmayan birleşme ve satın almalar için kullanılmıştır.

2012	Kantar Media	İngiltere	TGI Media	Medya	50	N/D
2012	WPP	İngiltere	Media Internet	Medya	N/D	N/D
2012	Doğuş Holding	Türkiye	Hedef Medya	Medya	N/D	N/D
2012	Lusail International Media Company	Katar	Turkuvaz Aktif Prodüksiyon	Medya	25	N/D
2013	Ciner Group	Türkiye	AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik	Medya	100	402
2013	Doğan Yayın Holding	Türkiye	Doğan Gazetecilik	Medya	22	122
2013	Private Investor (Acun Ilıcalı)	Türkiye	TV8	Medya	100	70
2013	Private Investor (Ethem Sancak)	Türkiye	Akşam Media Group	Medya	100	62
2013	Zirve Holding	Türkiye	Turkuvaz Media Group	Medya	100	N/D
2013	Socar Turkey Medya	Azerbaycan	STAR Medya	Medya	50	N/D
2013	Çalık Holding	Türkiye	Turkuvaz Media Group	Medya	25	N/D
2013	GS Holding	Güney Kore	MNG Radyo TV; MNG Sanal Ürün Pazarlama	Medya	N/D	N/D
2013	Doğuş Holding	Türkiye	Pozitif Media	Eğlence	N/D	N/D
2013	WPP plc (Young&Rubicam)	İngiltere	CS Reklam Hizmetleri	Medya	N/D	N/D
2013	Young & Rubicam	ABD	Plasenta Conversation Agency	Medya	N/D	N/D
2013	Havas Management Espana, S.L.	İspanya	Medya-Max	Medya	51	N/D
2013	Private Investor (Engin Güner)	Türkiye	Huzur Radyo	Medya	45,5	N/D
2013	WPP	İngiltere	C-Section	Medya	N/D	N/D
2014	GroupM	İngiltere	Amvg	Medya	100	N/D
2014	IPG Mediabrands S.A	ABD	Promoqube	Medya	100	N/D
2014	ITE Group plc	İngiltere	TF Fuarcilik ve Organizasyon Anonim Sirketi	Eğlence	100	13
2014	IUS Software	Slovenya	Oniki Levha Yayıncılık	Medya	54	N/D
2014	NBK Capital	Kuveyt	Sistem-9 Medya	Medya	51	N/D
2014	Nikkei Business Publications	Japonya	Mutlu Dergi Grubu	Medya	80	N/D
2014	Private Investor (Acun Ilıcalı)	Türkiye	MNG Sanal Ürün Pazarlama A.Ş.; MNG Radyo TV ve Medya Hizmetleri A.Ş.	Medya	32	N/D
2014	Private Investor (Ethem Sancak, Murat Sancak)	Türkiye	Star Medya Yayıncılık A.Ş.	Medya	100	N/D
2014	WPP	İngiltere	CB'a Turkey	Medya	N/D	N/D
2014	Premiere Vision	Fransa	CNR Holding	Medya	51	N/D
2014	Marsaş Baskı ve Ambalaj, Fulya Kavak (Özel Yatırımcı)	Türkiye	Doğan Ofset	Medya	99,3	6,2
2015	500 Startups	ABD	Adphorus	Medya	N/D	1
2015	beIN Media Group	Katar	DigiTurk	Medya	100	N/D
2015	Discovery Communications	ABD	CNBC-e	Medya	100	N/D
2015	Doğan Holding	Türkiye	Doğan TV Holding	Medya	3	72
2015	Private investor (Ferit Şahenk)	Türkiye	TV8	Medya	30	110

2015	Private Investor (Mehmet Taşkın)	Türkiye	Bakanlar Medya A.Ş	Medya	68	2
2015	Publicis Groupe SA	Fransa	Voden Digital Agency	Medya	100	N/D
2015	WPP	İngiltere	directComm	Medya	N/D	N/D
2015	M&C Saatchi	İngiltere	INSPI(RED)	Medya	N/D	N/D
2015	Digiturk	Türkiye	Pozitron Medya Holding	Medya	N/D	N/D
2016	J. Walter Thompson	ABD	Wanda Digital	Medya	N/D	N/D
2016	Private Investor (Umut Şenol)	Türkiye	Clear Channel	Medya	100	N/D
2016	Publicis Groupe	Fransa	DigiTouch	Medya	100	N/D
2016	Publicis Groupe	Fransa	Publicis Yorum	Medya	49	N/D
2016	Related Group	Türkiye	Semanticum	Medya	N/D	N/D
2016	Sony Pictures	ABD	Planet TV	Medya	N/D	N/D
2016	CJ Group, IMM Private Equity	Güney Kore	Mars Entertainment	Eğlence	100	688
2016	WPP	İngiltere	Effect PR	Medya	N/D	N/D
2016	ReklamStore.com	Türkiye	Rekmob.com	Medya	N/D	N/D
2016	Gitassi Medya	Türkiye	Rock FM	Medya	100	N/D
2017	ACS Gayrimenkul	Türkiye	Nova Organizasyon	Eğlence	100	0
2017	Altavia	Fransa	Dekatlon Buzz	Medya	N/D	N/D
2017	BIC Angels	Türkiye	CEOtudent	Medya	N/D	0
2017	Dentsu Aegis Network	Japonya	SesliHarfler Reklam	Medya	100	N/D
2017	HAVAS Group	Fransa	Project House	Medya	49	N/D
2017	İTÜ ARI Teknokent	Türkiye	Telegrapher Labs	Eğlence	N/D	N/D
2017	Öncü Girişim, Private Investors (Ali Sabancı, Timuçin Ögün, Varol Civil)	Türkiye	Düşyeri	Medya	N/D	2
2017	Private Investor (Zeki Yeşildağ)	Türkiye	Es Yayıncılık ve Medya Hizmetleri	Medya	100	N/D
2017	Sojern Inc.	ABD	Adphorus	Medya	100	N/D
2017	directComm	Türkiye	Wundermann	Medya	N/D	N/D
2018	Abonesepeti	Türkiye	444dergi	Medya	100	N/D
2018	Demirören Holding	Türkiye	Doğan Media Group	Medya	N/A	929
2018	Discovery Communications	ABD	NTV Spor	Medya	100	N/D
2018	Private Investor (Bilal Şirin)	Türkiye	Show Radyo Yayıncılığı	Medya	100	N/D
2018	Russell Square Holding BV	Hollanda	Ingage Dijital Pazarlama	Medya	50	N/D
2018	İlbak Holding	Almanya	Stroer Kentvizyon	Medya	90	17,2
2019	Demirören Holding and Scientific Games (through Şans Ortak Girişimi)	Türkiye-ABD	Spor Toto İddaa	Eğlence	100	N/A
2019	Denge Yatırım Holding	Türkiye	Yeni Renkler Televizyon	Medya	100	N/D
2019	kyu Collective	USA	ATÖLYE	Medya	N/D	N/D
2019	Şans Ortak Girişimi, Sisal	Türkiye-İtalya	Milli Piyango	Eğlence	100	N/A
2019	Altavia	Fransa	Altavia Dekatlon	Medya	N/D	N/D
2019	Hakan Güldağ (Özel Yatırımcı)	Türkiye	Dünya Gazetesi	Medya	100	N/D

2020	Believe	Fransa	Doğan Müzik Yapım	Medya	60	23,4
2020	Intralot	Yunanistan	Inteltek	Medya	55	N/D
2021	Discovery Inc	ABD	BluTV	Medya	35	N/D
2021	Dogan Sirketler Grubu Holding	Türkiye	Dogan Egmont Yayıncılık	Medya	50	1,6
2021	Istanbul Portföy, Two Zero Ventures (through Sporttz), Hedef Yatırım (through Sporttz)	Türkiye	Maçkolik	Medya	100	N/D
2021	Private Investors (Barbaros Özbuğutu, Koray Bahar)	Türkiye	Swipeline (formerly capslock)	Medya	N/D	N/D
2021	Private Investors (Numan Numan, Ali Karabey)	Türkiye	Startups.watch	Medya	6,6	0,1
2021	twozero Ventures	Türkiye	BluTV	Medya	N/D	N/D
2021	Private Investor (Koray Bahar)	Türkiye	OppZone	Medya	N/D	N/D

Kaynak: Deloitte ve Ernst&Young Birleşme ve Satın Alma İşlemleri Raporları

Son 10 yıldaki eğilimlerin daha iyi anlaşılması için sektörlerdeki dönüşümün yıllara göre daha detaylı değerlendirilmesine ihtiyaç vardır. Geleneksel mecralar, reklam ajansları, teknoloji ağırlıklı içerik ajansları ve platformlar üzerinden bulgular; aşağıda, üç aşamada analiz edilecektir.

Geleneksel mecralardaki işlemlerin, 10 yıllık sürecin özellikle ilk döneminde ve çoğunlukla el değiştirme şeklinde gerçekleştiği dikkat çekmektedir. 2011 yılında Katarlı Al Jazeera, Cine5'i, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'ndan (TMSF), yukarıda görüldüğü üzere 40,5 milyon dolara satın almıştır. Kanal 2015 yılında kapanmıştır (*Hürriyet*, 2015). Al Jazeera bünyesinde, spor yayıncılığı alanında faaliyet gösteren beIN Media 2015'te, bu sefer Türkiye'de Süper Lig yayın haklarını elinde bulunduran dijital uydu platformu Digitürk'ü, yine TMSF'den satın alarak pazara girmiştir.

Katarlı bir başka sermaye grubu Lusail, 2012 yılında Çalık Holding'in 2007'de TMSF'den satın alıp, adını Turkuvaz Medya Grubu olarak değiştirdiği şirkete yüzde 25 hisse alarak ortak olmuştur. Turkuvaz Medya Grubu'nun, 2013 yılında Zirve Holding'e satılmasının hemen ardından bu hisselerin Çalık Grubu'na geçtiği görülmüştür. Bugün kontrolü Zirve Holding'te olan Turkuvaz Medya Grubu'nun yüzde 25'lik hissesi, halen Çalık Grubu'ndadır.

İlk dönemin bir diğer ilgi çekici el değiştirmesi, o dönem ülkenin en büyük medya grubu olan Doğan Grubu'ndaki satışlardır. Yukarıda da ifade edildiği üzere 2008 yılında gelen vergi cezalarının ardından grup ilk olarak 2011'de, elindeki *Milliyet* ve *Vatan* gazetelerini DK Gazetecilik ve Yayıncılık'a satmıştır. O dönem Demirören

Holding ve Karacan Grubu'nun ortaklığındaki şirketten bir süre sonra Karacan Grubu ayrılmış, kontrol tamamen Demirören'in eline geçmiştir. 2011 yılında, Türkiye'deki radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen yasa değişmiş; yerine gelen 6112 sayılı *Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun*'un getirdiği, medya kuruluşlarının pazar paylarının yüzde 30 ile sınırlanması kuralının ardından Grup, 2005 yılında TMSF'den satın aldığı Star TV'yi, 2011'de Doğu Grubu'na satarak küçülmüştür (Sözeri, 2014: 74).

Bu dönemde, geleneksel medyada bu kadar çok devralma işlemi gerçekleşmesinin bir başka sebebi de 2013 yılının Mayıs ayında, o dönem ülkenin en büyük medya gruplarından biri olan Çukurova Grubu'na el konmasıdır. Grup şirketlerinden Show TV (AKS Televizyon Reklamcılık ve Filmcilik) aynı yıl Ciner Grubu'na, Akşam Medya Grubu, Ethem Sancak'a satılmış; az önce de ifade edildiği gibi Digitürk, iki yıl sonra Katarlı beIN Grubu tarafından alınmıştır.

TMSF tarafından satılan şirketlerin bir kısmı daha sonra da el değiştirmeye devam etmiştir. Örneğin Ethem Sancak 2013 yılında Akşam Medya Grubu'nun tamamını satın almış, Star Medya Grubu'nda Azerbaycanlı Socar Grubu ile ortak olmuş; bir yıl sonra, kalan yüzde 50'sini de almıştır. Medya şirketlerini Es Medya adı altında birleştirmiş, 2017 yılında ise tamamını Zeki Yeşildağ'a satmıştır. Bugün bu medya kuruluşları, Türk Medya şirketi altında faaliyet göstermektedir. TMSF eliyle yapılan işlemler de dahil olmak üzere hiçbir satışın değeri açıklanmamıştır.

Bu on yılın en önemli satın alma işlemi, kuşkusuz ki dönemin en büyük medya grubu olan Doğan Grubu'nun (Doğan Kitap ve Doğan Egmont hariç) tamamının 2018'de, daha önce *Vatan* ve *Milliyet* gazetelerini alarak medya sektörüne girmiş olan Demirören Grubu'na satılmasıdır.

Yabancı yatırımlar üzerinden bakıldığında ise ilk dikkat çeken, Japonya'nın en büyük medya kuruluşlarından Nikkei Grubu'nun, *Vatan Dergi* Grubu'nun yüzde 80'ini alarak pazara girmesidir. Doğu Grubu, NBC ile lisans anlaşması yoluyla kurulan kanallarının yanı sıra NTV Spor kanalını Discovery Communications'a satmıştır. Discovery bir Time Warner iştirakidir. Doğu Grubu bu yatırımı "stratejik ortaklık", yani yine lisans anlaşmaları üzerinden kurulan bir ortaklık olarak tanımlamış; avantajını da reklam verenlere sunulacak geniş kanal portföyü ile açıklamıştır (NTV, 2015). Discovery, 2015 ve 2018'deki Doğu Grubu yatırımlarının ardından 2021

yılında dijital video platformu BluTV'nin yüzde 35'lik hissesini, 20 milyon dolara satın almıştır (Papuççıyan, 2021). Bunun yanı sıra, 2017'de NewsCorporation'a bağlı, Türkiye'deki Fox TV'nin ortaklarından 21st Century Fox, The Walt Disney Company'e satılmıştır. Fox TV ortaklığı nedeniyle Türkiye pazarına girmiş olan şirket, Haziran 2022'de Disney+ adlı dijital video platformu ile daha geniş bir pazara açılmıştır.

Şu hâlde, Türkiye'de geleneksel medya alanındaki işlemlerin, daha önceki araştırmaların da gösterdiği gibi iktidara yakın sermayedarlar arasında el değiştirmelerden oluştuğu ifade edilebilir. Yabancı yatırımcılar arasında en büyükler, Discovery ve Disney şirketleridir.

Yabancı yatırımcılar, gazetecilik yerine yayıncılık alanını tercih etmiş; kısa bir süre pazarı tanıdıktan sonra, yatırımlarını dijital video yayıncılığı alanına yöneltmişlerdir. Burada elbette, bu pazara 2016'da girmiş olan ve pandemi sürecinde pazar payını artıran Netflix'le ve 2020'da pazara giren Amazon Prime Video ile rekabet stratejisi de dikkate alınmalıdır.

Yayıncılık alanının küreselleşmesi ile reklam ajanslarının küreselleşmesi birbirine paralel bir seyir izlemiştir. Türkiye'de 1980'lerde başlayan reklam ajanslarındaki küresel birleşme ve satın almalar istikrarlı biçimde devam etmiş, dünyanın dört büyük reklam ajansı 2011 yılına dek Türkiye'de birleşmeler yoluyla reklam ve medya satın alma alanlarında faaliyet gösterir hale gelmiştir. Bu eğilim 2011–2021 yılları arasında da devam etmiş; Publicis, WPP gibi şirketler, dijital ajanslar ağırlıklı olmak üzere satın alma işlemlerine devam ederken Havas, Dentsu, Altavia gibi başka küresel iletişim ajanslarının son 10 yıllık dönemde, birleşmeler yoluyla, pazara girdiği gözlenmiştir. Doğuş Grubu'nun Hedef Medya'yı satın alması dışındaki tüm reklam yatırımları uluslararası niteliktedir ve bunların yüzde 60'ından fazlası, küresel çaptaki büyük iletişim ajanslarının iştiraklerinin işlemlerinden oluşmaktadır.

İncelenen 10 yıllık dönemin son kısmında birleşme ve satın alma işlemlerinin geleneksel medyadan kendilerini yaratıcı ajans, analiz platformu; faaliyet alanlarını içerik yönetimi, veri analizi gibi alanlarda tanımlayan yeni girişimci şirketlere kaydığı gözlenmiştir. Ancak buradaki satın almaların çoğu özel sermaye fonları ya da bireysel girişimciler tarafından gerçekleştirilmiştir. Burada yoğunlaşmadan ziyade girişimci şirketlerin yatırım sermayesi desteği almasından söz edilebilir. Bunun yanı sıra şans

ve bahis oyunları büyük sermayedarların ilgi gösterdiği alanlar arasındadır. Doğan Grubu'nu satın alan Demirören Holding 2019 yılında Spor Toto İddia'yı; yine aynı yıl, İtalyan ortaklarıyla Şans Ortak girişimi olarak Millî Piyango'yu satın almıştır.

Çoğulculuk ve Çeşitlilik Perspektifinden Medyada Şirket Birleşmeleri

Petros Iosifidis (2010: 6), medya alanında çalışan akademisyenlerinin medya sektöründe yoğunlaşmayı incelerken ekonomistlerin geliştirdiği pazar payları, satışlar, reklam gelirleri gibi ölçütleri dikkate aldığını ifade eder ve diğer sektörler için uygun olabilecek bu ölçütlerin, çoğulculuk ve çeşitliliği üzerindeki etkileri anlamak için elverişli olmadığını savunur. Birleşme ve satın almalar yoluyla tekelleşmenin önlenmesi için her ülkede farklı düzenlemeler yapılmıştır. ABD'de birleşmeler, FTC ve Adalet Bakanlığı (DOJ) denetimindeyken; Federal İletişim Komisyonu (FCC, The Federal Communications Commission) da kamu yararı ölçütüyle denetim yapmaktadır (Napoli ve Dwyer, 2018: 588). 1934 *Communication Act* ile ortaya çıkan bu kamu yararı ölçütü epey tartışma yaratmıştır. Rekabet ve çeşitlilik çerçevesinde tarif edilen kamu yararı kavramı, çeşitlilik ve rekabet kriterlerinin belirsizliği nedeniyle açıklayıcı değildir. 1949–1987 yılları arasında uygulanan, televizyon yayınlarında farklı görüşlere, eşit ölçüde yer verme zorunluluğu içeren Adalet Doktrini (*Fairness Doctrine*) gibi ek önlemler alınmış olsa da bunların tümü 1980'lerden itibaren kaldırılmış; hatta Reagan döneminde, kamu yararının en iyi piyasa modeliyle sağlanacağı ifade edilmiştir (Croteau ve Hoynes, 2001: 66-68). 1996'da yürürlüğe giren Telekomünikasyon Yasası sonrasında ise kamu yararı kavramı, ekonomik başarı ile tanımlanır olmuştur (Aufderheide, 2002).

Küçük çaplı birleşmeler için ülke mevzuatları geçerli olmak üzere, rekabeti ve ülke ilişkilerini etkileyecek büyük birleşmeler, Avrupa Komisyonu'nun denetimine tabidir. Avrupa Birliği'nin rekabet politikalarının çerçevesi, Avrupa Birliği'nin anayasası sayılan Roma Antlaşması'nın bazı hükümleriyle düzenlenmiştir. Antlaşmanın 81. maddesi, rekabeti sınırlayan şirketlerle mücadeleleyi; 82. maddesi (daha sonra 85. ve 86. maddeleri) hâkim konumun kötüye kullanılmasını engellemeyi içermektedir. 1992'de, *Yeşil Kitap*'ta, medyadaki yoğunlaşmanın önlenmesi için izleyici bazlı kriterle (*audience-based*) etkinin ölçülmesi önerilmiş; ancak Avrupa çapında uygulanmasının zor olduğu anlaşıldığından, kısa sürede terk edilmiştir. Iosifidis (2010: 15), izleyicinin kitle medyasına maruz kalmasıyla, izleyici üzerindeki

etkinin aynı olmadığını ifade ederek, bu kriterin siyasi çoğulculuğu ve çeşitliliği sağlamak için yeterli olmadığını belirtmektedir.

Bu durumda çoğulculuk ya da çeşitlilikten (Iosifidis bu iki kavramı, birbirinin yerine de kullanabilmektedir) ne anlaşıldığı ya da anlaşılması gerektiği sorusu ortaya çıkar. Denis McQuail (2015) çeşitliliğin (kaynakların, yönelimlerin ve bilginin) çok erken dönemde kullanılmaya başlanmasına rağmen, aslında karmaşık bir kavram olduğunu ifade eder. Olması gereken; yurttaşların geniş bir yelpazedeki farklı kaynaklara, bilgi türlerine, fikirlere ve aralarından seçim yapılabilecek bakış açılarına erişimken; medya düzenlemeleri, bunun yerine, kaynak sayısına ya da nüfus kompozisyonuyla (coğrafi, etnik, siyasi tutum gibi) orantısına odaklanmaktadır. Iosifidis (2010: 19) de her ülkeye ya da duruma uygulanabilecek ideal bir denetim ölçütünün imkânsızlığına vurgu yaparken, diğer taraftan ekonomik kriterlerle etki kriterlerinin birlikte kullanılmasını, hatta farklı disiplinlerin katkısıyla yeni kriterler geliştirilmesini önerir.

Araştırmanın bu bölümünde, bu tartışmalar ekseninde, üç birleşme örneği incelenecektir.

İlk örnek, ABD’de, Sinclair Broadcasting’in Tribune Media Co.adlı şirketi alma girişimidir. Bu örnek, sorunun yalnızca Türkiye’ye özgü olmadığını göstermek ve teknolojik dönüşümle birlikte, denetim kriterlerinde yakınsamanın dışlanması ve siyasi kutuplaşmanın etkilerinin tartışılması açısından dikkate değerdir. Diğer iki örnek Türkiye’den seçilmiştir. Yukarıda detaylı bir şekilde tartışıldığı üzere Türkiye’deki medya politikaları, uluslararası standartlar açısından ideal olmaktan çok uzaktır. Ancak siyasi iktidarların tercihlerinden bağımsız olarak, halihazırda uygulanan kriterlerin zaaflarının tartışılmasının, bir önceki örnekteki eğilimlerin de gösterdiği gibi, dönüşen medya piyasalarına dair yeni politikalar geliştirilme sürecine katkı sağlayacağı umulmaktadır.

ABD’de 210 yerel televizyon pazarınının 89’unda 193 televizyon kanalı bulunan Sinclair Broadcasting, 2018’de bir başka yerel televizyon şirketinden (Tribune Media Co.) 42 kanal daha alma talebinde bulunmuştur. Pazar payındaki olası artışın ötesinde, Napoli ve Dwyer (2018: 589) bu talebin merkezi olarak belirlenen, bugüne dek medya sahipliğindeki davranışları esas alan düzenlemelerin geçersizliğini gösteren bir örnek olduğuna dikkat çekmektedirler. Emory Üniversitesi’nde yapılan bir

araştırmaya göre (Martin ve McCrain 2018), Sinclair'e ait televizyon kanalları yerelden ziyade ulusal siyaseti ön plana çıkaran ve sağ seçmeni hedefleyen yayınlar yapmaktadır. Buna bir de yayınların internet üzerinden ulaşılabilirliği eklendiğinde, ABD'deki kutuplaşmış siyaset ortamında izleyicinin ulusal düzeyde belirlenen siyaset üzerinden yönlendirilme riski belirmektedir (Napoli ve Dwyer, 2018: 591). Sinclair ve Tribune birleşmesi, Sinclair'in FCC'ye yanlış bilgi vermesi ve bilgi gizlemesi nedeniyle gerçekleşmemiş; hatta şirket, 48 milyon dolarlık bir cezaya çarptırılmıştır. Bununla birlikte Sinclair'in cezayı ödemeyi kabul etmesi, ABD'deki tartışmaları yatıştırmamış; aksine bunun para cezasıyla geçiştirilemeyecek sonuçları olması gerektiği, ancak şirketin Cumhuriyetçilere yakınlığının, bunu bir pazarlığa dönüştürdüğüne dair eleştiriler getirilmiştir (Tompkins, 2020). Burada, Losifidis'in (2014: 470) ekonomik güçle siyasi kültürel çoğulculuk arasında bir bağlantı olduğuna ve ekonomik güçle birlikte izleyici etki araştırmalarının denetim mekanizmasına dahil edilmesine yönelik uyarılarının önemi ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak, denetimin etkisinin sınırları, günümüzün siyasi olarak kutuplaşmış ortamında bu yönüyle de tartışılır durumdadır.

Türkiye'deki örneklere geçmeden önce, birleşme ve satın almaların yasal zeminini özetlemekte yarar vardır. Türkiye'de birleşme ve satın almalar, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'la düzenlenmiştir. Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'de (2010/4), 2022 yılında yapılan değişiklikle birlikte Rekabet Kurulu'ndan izin alınması gereken birleşmeler şöyle tarif edilmiştir:

(a.) İşlem taraflarının Türkiye ciroları toplamının yedi yüz elli milyon TL'yi ve işlem taraflarından en az ikisinin Türkiye cirolarının ayrı ayrı iki yüz elli milyon TL'yi geçmesi veya (b.) devralma işlemlerinde devre konu varlık ya da faaliyetin, birleşme işlemlerinde ise işlem taraflarından en az birinin Türkiye cirosunun iki yüz elli milyon TL'yi ve diğer işlem taraflarından en az birinin dünya cirosunun üç milyar TL'yi, aşması halinde

Ayrıca özel radyo ve televizyon şirketlerinin birleşmelerinde, 6112 sayılı Kanun'un 20. maddesinin ikinci fıkrasına göre Radyo Televizyon Üst Kurulu'ndan (RTÜK) izin alınması ve birleşme sonrasındaki 30 gün içinde de RTÜK'e bildirimde bulunulması gerekmektedir.

İkinci örnek, Türkiye'de, sinema sektöründe gerçekleşen 2011 AFM-Mars Entertainment Group birleşmesi ve ardından 2016 yılında grubun, CJ Group, IMM

Private Equity tarafından satın alınmasıdır. AFM-Mars birleşmesi, sektör raporlarında 2010 tarihli olarak kaydedildiğinden, yukarıdaki listede yer almamaktadır. Konuya ilişkin Rekabet Kurulu'nun 17.11.2011 tarih ve 11-57/1473-539 sayılı kararı çok tartışılmıştır. Rekabet Kurumu'nun 2016'da yayımladığı *Sinema Hizmetleri Sektörü Raporu*'nda (Tomur vd., 2016) dağıtım ve gösterim şirketlerini kapsayan bu yatay ve dikey birleşmenin sonuçları incelenmiş ve pazarda hâkim durumun oluştuğu sonucuna varılmıştır. Rekabet Kurulu bu birleşmeye, 2011 yılında iki şirketin elindeki bazı şirketlerin elden çıkarılması şartıyla izin vermiştir. Ancak 2016 yılında yayımlanan raporda, birleşme sonrasında yeni sinema salonlarının alındığı; ancak 2010/4 sayılı Tebliğ'de belirtilen ciro eşiklerinin altında kalmaları nedeniyle bildirim tabi olmadığı tespiti de yapılmıştır (Tomur vd., 2016: 96).

2011 yılındaki AFM-Mars Birleşmesine ilişkin karar ve yargı süreci de ilgi çekicidir. Rekabet Kurulu'nun izin vermesinin ardından 2012'de bir izleyici, "kendisinin ve tüm tüketicilerin almış olduğu hizmetin kalitesinin ve fiyatının olumsuz etkileneceğini" gerekçe göstererek dava açmış ve Danıştay 13. Dairesi yürütmeyi durdurma kararı (09.10.2012 tarihli ve 2012/2013 E. Sayılı) almıştır. Fakat bu süreçte davacı, davadan feragat etmiştir. Danıştay İdari Dava Daireleri Kurulu (İDDK), davacının feragat etmesi nedeniyle yürütmeyi durdurma kararının kaldırılması kararını vermiştir. Ancak Danıştay, davacının davadan feragat etmiş olmasının, işlemin esasının incelenmesine herhangi bir engel teşkil etmediğine hükmederek incelemeye devam kararı almıştır. Bunun üzerine hem Mars hem de Rekabet Kurulu temyize başvurmuş; İDDK ise 2015 yılında, davacının feragat ettiği gerekçesiyle, "davanın esasının incelenme olanağının kalmadığını" belirtmiş ve Rekabet Kurulu'nun kararı hukuka uygun hale gelmiştir (Tomur vd., 2016: 58-60).

2016 yılında yayınlanan, *Kapalı Gişe: Türkiye'de Tekelleşen Film Dağıtımı* adlı belgeselde (Kaya vd., 2016), Türkiye'deki bağımsız film yapımcıları, yoğunlaşma nedeniyle filmlerini gösterecek salon bulamadıklarını ifade etmişlerdir. Aynı yıl Mars Entertainment, Güney Kore'den CJ Group ve IMM Private Equity tarafından satın alınmıştır. 2018'de Türkiye'deki büyük film yapımcıları ile CJ CGV Mars Entertainment Group arasında promosyonlu biletler nedeniyle anlaşmazlık yaşanmış; yapımcılar, biletlerden hak ettikleri payı alamadıkları gerekçesiyle sinema salonlarını boykot etmişlerdir (Yeni Şafak, 2018). Sorun 2019 yılında, *5224 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun*

ve Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'te değişiklik yapıp, promosyonlu bilet satışının yasaklanmasıyla çözülmüştür. İkinci örnek, hâkim durumun önlenmesi için alınan merkezi tedbirlerin dolaylı yollardan nasıl aşılabildiğinin görülmesi açısından çarpıcıdır. Caner Özdurak'ın araştırması (2020: 16), CJ CGV devralması ile gösterim pazarında artan gücünü perde reklamcılığı ve dağıtım pazarlarında faaliyete başlayarak dikey olarak genişleten CGV Mars'ın dağıtım ve reklam pazarındaki uygulamaları ile sektörde dışlayıcı etkilere neden olduğunu ortaya koymaktadır. Aynı zamanda, ulusal ve uluslararası alanda birleşerek büyüyen şirketler karşısında kamunun ne kadar güçsüz olduğunu da göstermektedir. 2019'da değişen Sinema Yasası ile sorun geçici olarak büyük yapımcılar lehine çözülmüş; pazara çok ciddi giriş engeli yaratan dikey birleşmelerin (Mars'ın dağıtım ve yapım alanlarındaki birleşmeleri gibi) önlenmesine ilişkin bir önlem öngörülmemiştir. Bu örnek, ayrıca izleyici bazlı kriterlerle ekonomik kriterlerin bir arada kullanılmasının önemi açısından da tartışılmaya değerdir. Rekabet Kurulu raporunda, izleyici bazlı (koltuk sayısı, perde sayısı gibi) tespitler yapmış olmasına rağmen Karar'da bu kriterler dikkate alınmamış, pazar payını düşürme şartı gibi ekonomik kriterlerle çözüm bulma yoluna gitmiş ve neticede o önlem de başka yollarla aşılmıştır. Bunun yanı sıra dikey birleşmenin riskleri görülmesine rağmen içerikte, formatta, türde çeşitlilik; Rekabet Kurumu incelemesinin konusu dahi olmamıştır.

Son örnek ise 2018 yılında Demirören Holding'in, o dönem medyadaki en büyük grup olan Doğan Grubu'nu satın almasıdır. Daha önce de ifade edildiği gibi Demirören Grubu 2011 yılında Doğan Grubu'ndan *Milliyet* ve *Vatan* gazetelerini alarak medya sektörüne girmiş; o dönemki ortağı Karacan Grubu'nun ayrılmasının ardından, 2012'de tek sahip konumuna gelmiştir. 2018'deki hisse devrinin ardından Rekabet Kurulu bu birleşmeyi incelemiştir. Yapılan değerlendirmede, devredilen şirketler yatay ve dikey yoğunlaşma açısından analiz edilmiş; örneğin gazete yayıncılığı alanında yatay bütünleşmenin rekabet açısından belirlenmiş sınırı (HHI 2000)² aştığı görüldüğü halde, gazete gelirlerinin istikrarlı biçimde düşmesi nedeniyle bunun bir rekabet sorunu yaratmayacağı sonucuna varılmıştır. Kararda satış işlemine ilişkin üç itiraz da yer almaktadır. Bunlardan biri, AB hukukunda birleşme ve devralma incelemeleri için "hâkim durum" belirlemesinin ikinci plana atılarak "rekabetin

² Hirschman Herfindahl İndeksi (HHI), yoğunlaşmanın ölçülmesi için, endüstrideki şirketlerin pazar paylarının karelerinin toplanmasıyla elde edilir.

kısıtlanması” kavramının öne çıkarılması gerektiğine dair itirazdır. Sonuçta “hâkim durum yaratılmasının veya mevcut hâkim durumun güçlendirilmesinin ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılmasının söz konusu olmaması nedeniyle işleme izin verilmesine” karar verilmiştir. Satın alma işleminden birkaç ay sonra, Ekim 2018’de Demirören Grubu, gazete ve dergi dağıtımında, pazardaki iki şirketten biri olan Yaysat’ı kapatmış; böylece rakibi Turkuvaz Grubu’nun elindeki Turkuvaz Dağıtım, pazarda tekel haline gelmiştir (RSF MOM, 2016). Yakın zamanda yapılmış bir araştırma bu satışın ardından Demirören Grubu’na ait medya kuruluşlarını sosyal medyada takip eden, içeriklerini paylaşanların profilinin değiştiğini; bu kuruluşların, kutuplaşan siyasi ortamda her görüşten okuyucu/izleyiciye hitap eden ana akım medya olma özelliğini yitirdiğini göstermektedir (Metin ve Ramaciotti Morales, 2022: 22). Iosifidis (2014: 470) ekonomik kriterleri baz alan denetimin, ekonomik gücü de dikkate alması gerektiğini savunmaktadır. Şirketin karar vermesini etkileyebilecek, mülkiyet bağlantıları (sermaye yoluyla etkileme), personel (kişisel bağlantılar yoluyla etkileme), finansal bağımlılık (borçlar yoluyla etkileme) ve sözleşmeye dayalı bağlantılar (malzemeler, dağıtım yoluyla etkileme) gibi ölçütlerin de dikkate alınması gerektiğini savunur. 2018’de, şirketin devralınmasına ilişkin haberlerde Demirören Grubu’nun kamu bankası olan Ziraat Bankası’ndan kredi kullandığı öğrenilmiş (Tokyol, 2018); ardından bu kredinin akıbetine ilişkin, bilgi edinme yasası kapsamında Ziraat Bankası’na yapılan başvuru “ticari sır” olduğu gerekçesiyle yanıtlanmamış (*Bianet*, 2021); sonuçta ise 2022’de faaliyet gösterdiği binanın Ziraat Gayrimenkul Ortaklığı’na devredildiği açıklanmıştır (Bloomberg HT, 2022). Kısacası, aile, personel ve sözleşmeye bağlı ilişkiler dışarıda bırakılsa bile Demirören Grubu’nun devletten aldığı ihaleler ve borç bağlantıları dikkate alındığında, bu satışın sahiplik ve kontrol ilişkileri açısından incelenmediği; mevcut denetim sistemlerinin, siyasal çoğulculuk, çeşitlilik kriterlerini dikkate almadığı gözlenmektedir. Bu durumun siyasal iktidarın kontrole dayalı medya politikalarıyla uyumlu olduğu pekâlâ söylenebilir; ancak son iki örneğin esas gösterdiği, denetim mekanizmalarının nasıl kolayca araçsallaştırılabildiğidir. Medya politikaları üzerine düşünürken, denetim mekanizmalarının da yalnızca ekonominin ya da hukukun alanına bırakılmaması gerektiği; yapısal sorunların çözümü için iletişim alanında da siyasal çoğulculuk ve çeşitliliğe dair önerilerin geliştirilmesine ihtiyaç duyulduğu açıktır.

Tartışma ve Sonuç

Bu araştırmada, Türkiye’de medya sektöründe, 2011–2021 yılları arasında gerçekleşen birleşme ve satın almalarındaki yeni eğilimler ve bunların siyasi çoğulculuk ve çeşitlilik açısından sonuçlarının tartışılması hedeflenmiştir. Serbest piyasa ekonomisinin hüküm sürdüğü ülkelerde birleşme ve satın almalar, şirketlerin en başat büyüme stratejilerinden biridir. Söz konusu medya olduğunda, ulusal ve uluslararası alanda büyüyen medya kuruluşlarının, etkiledikleri kitleler itibarıyla, benimsedikleri yöntemlerin yalnızca ekonomik değil; sosyal ve kültürel etkileri de gündeme gelmektedir. Bu nedenle, genel ekonomik alana ilişkin önlemlerin yanı sıra kamu yararını gözeten, değişen teknolojiyle uyumlu, siyasi etkilerden mümkün olduğunca arındırılmış yeni yöntemlerin geliştirilmesine ihtiyaç duyulduğu gözlenmektedir. Çünkü medya piyasalarındaki davranış biçimleri; ekonomik, siyasi ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle eski, merkezi ve katı önlemleri aşabilecek, yeni yetenekler geliştirmiş durumdadır.

Araştırmanın ilk bölümünde, Türkiye’de medya sektöründe, son 10 yılda yaşanan dönüşüm genel hatlarıyla ve sektörel nitelikleriyle analiz edilmiştir. İlk dikkat çeken unsur, birleşme ve satın almaların ülkede yaşanan ekonomik ve siyasi gelişmelerden etkilendiğidir. Geleneksel medya açısından, özellikle ilk beş yılda yoğunlaşan el değiştirmeler öne çıkmaktadır. Bu durum, el konulan medya kuruluşlarının TMSF eliyle satışından kaynaklanmaktadır. Ancak bir kamu kuruluşu olan TMSF bu satışların değerine ilişkin bir bilgi paylaşmamış, kamuoyu bu satışların kamu yararına olup olmadığını denetleyecek, tartışacak bilgiden mahrum kalmıştır. Geleneksel medyaya, uluslararası alandan yatırımlar sınırlı da olsa bu dönemde de mevcuttur. Bunlardan en öne çıkanları, Walt Disney ve Discovery Communications şirketleridir. Küresel medya alanının en büyüklerinden olan bu şirketler, geleneksel medya yatırımlarını pazarı tanıma amacıyla değerlendirmiş, ardından rekabetin daha güçlü olduğu dijital video platformlarına yönelmiştir. Bu pazarda yerel şirketler henüz çok güçlü olmadığından, rekabet ölçütlerinde henüz bir kısıtlamayla karşılaşmamaktadır.

Geçmiş dönemlerden süregelen bir başka eğilim, küresel ölçekteki büyük reklam ajanslarının yerel ajanslara olan talebidir. Son 10 yılda hedef şirketler daha çok dijital alanda hizmet veren ajanslardan oluşmaktadır. Havas ve Dentsu gibi küresel devlerin ajans satın alarak piyasaya girmesi; reklam ve medya alanının

henüz doyunluğa ulaşmamış, gelişmeye açık bir pazar olarak görüldüğüne, uluslararası medyanın reklam şirketleriyle birlikte hareket ettiğine işaret etmektedir.

Son dönemde dikkat çeken ise geleneksel medyanın dışında, daha küçük, faaliyet alanlarını içerik yönetimi, veri analizi olarak tanımlayan şirketlerin aldığı bireysel ya da özel girişim sermayesi yatırımlarıdır. Medya sektöründe yakınsamanın etkisiyle gelecekte bu alana ilginin artacağı öngörülebilir. Ciroları itibarıyla rekabet açısından bir denetime tabi olmayan bu şirketlerin, medya ekosistemine nasıl ve hangi koşullarda dahil olacağı belirsizdir. Çapraz birleşmelere dair önlemler, dünyada ve Türkiye’de denetim sisteminin en zayıf halkasını oluşturmakta; daha yukarıda oluşan tekelleşmenin üzerini örterek, van Dijk’ın deyimıyla (2016: 109) rekabetçi bir alan izlenimi yaratmaktadır.

Araştırmanın ikinci bölümünde, biri ABD’den, ikisi Türkiye’den üç örnek aracılığıyla medya ve eğlence sektöründeki birleşme ve satın almaların sonuçları tartışılmıştır. Seçilen üç örnek, bu alanda denetleme mekanizmalarının nasıl aşılabileceğine dair veriler sunmaktadır. ABD’den seçilen Sinclair Broadcasting örneği başarıya ulaşmasa da hedeflenen amaç ve verilen cezanın siyasi niteliği açısından değerlendirilmiştir. Türkiye’den seçilen AFM-Mars ve sonrasında CJ Mars birleşmeleri, denetimin yalnızca hâkim durum yaratma kriteri üzerinden yapılmasının sakıncalarını ve büyük şirketler karşısında itirazların kırılmasını göstermek açısından önemlidir. Son örnek, Doğan Grubu’nun Demirören Holding tarafından satın alınması sürecinde ekonomik kriterlerin dahi dikkate alınmadığına işaret etmektedir. Rekabet Kurumu’nun yaptığı incelemede sahiplik yapısına odaklanılmış, sermayedarın kamu bankasından kredi almasından kaynaklı ortaya çıkabilecek siyasi iktidarla bağımlılık ilişkisi dikkate alınmamıştır. Bu durum okuyucunun/izleyicinin aynı türden görüşlere maruz kalması ve ana akım medya alanının kısırlaşması sonucunu doğurmuştur.

İlk bölümdeki örneklem oldukça geniş tutulmuştur. Betimleyici analizin kısıtlı olanakları nedeniyle pek çok birleşme ve satın alma işlemi, analizin dışında bırakılmış; genel bir eğilim üzerinden tartışılmıştır. Bu araştırmanın, verinin sağladığı olanaklarla başka araştırmalara ilham vermesi umulmaktadır. İkinci bölümde ise örnek olaylar, araştırmanın bağlamı ile sınırlıdır; rekabet hukuku açısından olanaklar ve eksiklere girilememiştir. Pazar payları verilerine erişim olanağı bulunmadığından, eldeki kararlar ve araştırmalar kapsamında denetimin bugünkü kriterleri, pazar

davranışlarının değişen niteliği üzerinden analiz edilmiştir. Kuşkusuz ki burada farklı disiplinlerin getireceği yaklaşımlar alana çok daha fazla katkı sağlayacak, karşı karşıya kaldığımız yeni sorunlara çözüm bulma arayışları devam edecektir.

Kaynakça

- Adaklı, Gülseren (2014). "Medya sermayesi ve ultra-çapraz bütünleşmeler". *Perspectives*, 8:18-24.
- Adaklı, Gülseren (2006). *Türkiye'de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*. Ankara: Ütopya.
- Aufderheide, Patricia (2002). "Competition and Commons: The Public Interest In and After the AOL-Time Warner Merger". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46(4): 515-531.
- Ayan, Vahdet Mesut (2019). *AKP Devrinde Medya Âlemi*. İstanbul: Yordam.
- Aydın, Uraz (2014). "The Media in Turkey: From Neoliberal Militarism to Authoritarian Conservatism". *Turkey Reframed: Constituting Neoliberal Hegemony*. İsmet Akça, Ahmet Bekmen ve Barış Alp Özden (der.) içinde. London: PlutoPress. 122-140.
- Bagdikian, Ben (2004). *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Bianet (2021). "Ziraat Bankası kredi için 'müşteri sırrı' dedi". *Bianet*. <https://bianet.org/bianet/medya/245312-ziraat-bankasi-kredi-icin-musteri-sirri>-dedi Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Bloomberg HT (2022). "Ziraat ile Demirören arasında gayrimenkul protokolü". *Bloomberg HT*. <https://www.bloomberght.com/ziraat-ile-demiroren-arasinda-gayrimenkul-protokolu-2318217> Erişim tarihi: 20.12.2022.
- Chan-Olmsted, Sylvia M. (1998). "Mergers, Acquisitions, and Convergence: The Strategic Alliances of Broadcasting, Cable Television, and Telephone Services". *The Journal of Media Economics*, 11(3): 33-46.
- Corke, Susan vd. (2014). "Freedom House Special Report: Democracy in crises: corruption, media, and power in Turkey". *Freedom House*. https://freedomhouse.org/sites/default/files/2020-02/SR_Corruption_Media_Power_Turkey_PDF.pdf Erişim tarihi:19.12.2022.
- Croteau, David ve William Hoynes (2001). *The business of media: Corporate media and the public interest*. California: Pine Forge Press.

- Çam, Aydın ve İlke Yüksel Şanlıer (2015). "Türkiye’de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü: Ekonomi Politik Bir Yaklaşım". *Neoliberal Muhafazakâr Medya*. U.Uraz Aydın (der.) içinde. İstanbul: Ayrıntı. 66-102.
- Deloitte. "Birleşme ve Satın Almalar". <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/mergers-and-acquisitions/topics/merger-and-acquisition-services.html> Erişim tarihi:19.12.2022.
- Doyle, Gillian (2002). *Understanding Media Economics*. London: Sage.
- Eres, Benan ve Hakan Yüksel (2018). "AKP döneminde Türkiye’de değişen medya sermayesi." https://www.researchgate.net/publication/327075228_AKP_Doneminde_Turkiye_de_Degisen_Medya_Sermayesi Erişim tarihi: 27.01.2023.
- Ernst & Young. "Birleşme ve Satın Alma İşlemleri Raporları" https://www.ey.com/tr_tr/strategy-transactions/mergers-acquisitions-services/birlesme-satin-alma-islemleri-raporlar Erişim tarihi: 19.12.2022.
- European Commission (2011). "Turkey 2011 Progress Report". SEC (2011) 1201 final. ab.gov.tr. https://www.ab.gov.tr/files/ardb/evt/2_turkiye_ab_iliskileri/2_2_adaylik_sureci/2_2_1_duzenli_ilerleme_raporlari/turkiye_ilerleme_rap_2011_eng.pdf Erişim tarihi 19.12.2022.
- European Commission (2010). "Turkey 2010 Progress Report". SEC(2010) 1327. ab.gov.tr. https://www.ab.gov.tr/files/AB_Iliskileri/Tur_En_Realitons/Progress/turkey_progress_report_2010.pdf Erişim tarihi 19.12.2022.
- European Commission (2009). Turkey 2009 Progress Report, SEC (2009)1334. ab.gov.tr. https://www.ab.gov.tr/files/AB_Iliskileri/Tur_En_Realitons/Progress/turkey_progress_report_2009.pdf Erişim tarihi 19.12.2022.
- Gençtürk Hızal, G. Senem (2005). "Reklam Endüstrisinin Topografyası: Türkiye Örneği." *İletişim Araştırmaları*, 3(1-2): 105-131.
- Gür, Ayşen (n.d.). "Sermaye yapısında değişim ve dergiler". *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi*, Cilt 11: 145-149.

- Hallin, Daniel C. ve Paolo Mancini (2004). *Comparing media systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hultén, Olof; Tjernström, Sune; Melesko, Stefan (2010). *Media mergers and the defence of pluralism*. Gothenburg: Nordicom.
- Hürriyet (2015). "Cine 5 kapanıyor". *Hürriyet*.
<https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/cine-5-kapaniyor-40031012> Erişim tarihi 19.12.2022.
- Iosifidis, Petros (2010). Pluralism and Concentration of Media Ownership: Measurement Issues, *Javnost- The Public*, 17(3): 5-21.
- Iosifidis, Petros (2014). "Pluralism, media mergers and European merger control". *The Palgrave handbook of European media policy*. Karen Donders, Caroline Pauwels, Jan Loisen (der.) içinde. London: Palgrave Macmillan. 461-475.
- IPI (2009). "Second massive fine in six months against media group critical of Turkish PM Erdogan raises press freedom concerns". *ipi.media* <https://ipi.media/second-massive-fine-in-six-months-against-media-group-critical-of-turkish-pm-erdogan-raises-press-freedom-concerns/> Erişim tarihi:19.12.2022.
- Jin, Dal Yong (2008). "Neoliberal restructuring of the global communication system: mergers and acquisitions". *Media, Culture & Society*, 30(3): 357–373.
- Jung, Jaemin (2004). "Acquisitions or Joint Ventures: Foreign Market Entry Strategy of U.S. Advertising Agencies". *The Journal of Media Economics*, 17(1): 35-50.
- Kadioğlu Kaban, Zeynep (2001). "Küresel Medya Sermayesinin Hareketliliği ve Türk Medyasına Etkileri". Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği A.B.D.
- Kalb, Marvin, and Amy Sullivan (2000). "Media Mergers: "Bigger is Better" Isn't Necessarily Better." *Harvard International Journal of Press/Politics*, 5(2): 1-5.
- Kaya, Evrim vd. (2016). *Kapalı Gişe: Türkiye'de Tekelleşen Film Dağıtımı [Belgesel]*.
- Kuyucu, Mihalıs (2013). "Türkiye'de çapraz medya sahipliği: Medya ekonomisine olumsuz etkileri ve bu etkilerin önlenmesine yönelik öneriler." *Selçuk İletişim*, 8(1): 144-163.

- Lavenir, Catherine Bertho ve Frederic Barbier (2001). *Diderot'dan İnternete Medya Tarihi*. Çev., Kerem Eksen. İstanbul: Okuyan Us.
- Mattelart, Armand ve Michèle Mattelart (2003). *İletişim Kuramları Tarihi*. Çev., Merih Zıllıoğlu. İstanbul: İletişim.
- McChesney, Robert Waterman ve Dan Schiller (2003). The political economy of international communications: Foundations for the emerging global debate about media ownership and regulation. Geneva: United Nations Research Institute for Social Development.
- McQuail, Denis (2015). "Media performance". *The International Encyclopedia of Political Communication*. Gianpietro Mazzoleni (der.) içinde. New York: Wiley.
- Martin, Gregory J. ve Josh McCrain (2018). "Yes, Sinclair Broadcast Group does cut local news, increase national news and tilt its stations rightward". *The Washington Post*, <https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2018/04/10/yes-sinclair-broadcast-group-does-cut-local-news-increase-national-news-and-tilt-its-stations-rightward/> Erişim tarihi: 19.02.2023.
- Metin, Ömer Faruk, ve Pedro Ramaciotti Morales (2022). "Tweeting apart: Democratic backsliding, new party cleavage and changing media ownership in Turkey." *Party Politics*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/13540688221135019> Erişim tarihi 19.12.2022.
- Murdock, Graham (2006). "Notes from the Number One Country". *International Journal of Cultural Policy*, 12(2): 209-227.
- Napoli, Philip M. ve Deborah L. Dwyer (2018). "US media policy in a time of political polarization and technological evolution." *Publizistik*, 63(4): 583-601.
- Noam, Eli M. (2016). *Who owns the world's media?: media concentration and ownership around the world*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- NTV (2015). "Discovery Communications Türkiye'de Doğuş Yayın Grubu ile stratejik ortaklık kuracak". *NTV*. <https://www.ntv.com.tr/ekonomi/discovery-ve-dogustan-stratejik-ortaklik,Y5A3Xhyp3kuNrGq049JTdQ> Erişim tarihi 19.12.2022.
- Öğreten, Tunca (2018). "Kadri Gürsel: Gazeteci dava insanı değildir, hak mücadelesi için gazetecilik yapmaz". *Diken*. <https://www.diken.com.tr/kadri-gursel-gazeteci->

dava-insani-degildir-hak-mucadelesi-icin-gazetecilik-yapmaz/ Erişim tarihi:
27.01.2023.

Özdurak, Caner (2020). "Birleşme ve Devralmalar Sonrasında Türkiye Sinema Sektöründeki Oligopolistik Yapı". *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1):1-17.

Papuççuyan, Arden (2021). "Discovery'nin ortak olduğu turda BluTV'nin değerlemesi belli oldu". *Webrazzi*. <https://webrazzi.com/2021/02/28/discovery-nin-ortak-oldugu-turda-blutv-nin-degerlemesi-belli-oldu/> Erişim tarihi 19.12.2022.

Peltier, Stephanie (2004). "Mergers and acquisitions in the media industries: were failures really unforeseeable?". *Journal of Media Economics* 17(4): 261-278.

Picard, Robert G. (2006). "Historical trends and patterns in media economics." *Handbook of Media Management and Economics*. Alan B. Albarran, Sylvia M. Chan-Olmsted, Michael O. Wirth (der.) içinde. New Jersey: Lawrence Erlbaum. 35-48.

Picard, Robert G. (1998). "Delusions of grandeur: the real problems of concentration in media". *Evolving Media Markets: Effects of Economics and Policy Changes*. Turku: Turku school of economics and business administration. 25-44.

RSF MOM (2016). Media Ownership Monitor Türkiye: Kapatılan Medya." <https://turkey.mom-rsf.org/tr/bulgular/el-koyulan-medya/> Erişim tarihi 19.12.2022.

Schiller, Herbert I.(1991). "Not yet the post-imperialist era." *Critical Studies in Media Communication*, 8(1): 13-28.

Shermann, Andrew J. (2005). Mergers and Acquisitions from A to Z (2.nd Edition), New York: Amacom.

Söylemez, Alev (1998). *Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği*. Ankara: Haberal Eğitim Vakfı.

Sönmez, Mustafa (2003). *Filler ve Çimenler: Medya ve Finans Sektöründe Doğan/Anti-Doğan Savaşı*. İstanbul: İletişim.

Sözeri, Ceren (2014). "The political economy of the media and its impact on freedom of expression in Turkey." *Turkey's Democratization Process*. Carmen

Rodriguez, Antonio Avalos, Hakan Yılmaz ve Ana I. Planet (der.) içinde, Oxon: Routledge. 411-424.

Sözeri, Ceren (2009). "Türkiye'de Medya Sektöründe Uluslararası Şirket Birleşmeleri". Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği A.B.D. İstanbul.

Sözeri, Ceren (2006). "La Presse Magazine dans les Groupes de Médias et dans les Médias Indépendants en Turquie". Yüksek Lisans Tezi. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Radyo-Televizyon Anabilim Dalı.

Sözeri, Ceren ve Zeynep Güney (2011). "Demokratikleşme Programı Medya Raporları Serisi – 2: "Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi". İstanbul: TESEV.

TBMM (2012). "Ülkemizde Demokrasiye Müdahale Eden Tüm Darbe ve Muhtıralar ile Demokrasiyi İşlevsiz Kılan Diğer Bütün Girişim ve Süreçlerin Tüm Boyutları ile Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırması Komisyonu Tutanakları". <https://www.tbmm.gov.tr/MeclisArastirmasiKomisyonlari/DarbeMuhtira-Tutanaklar> Erişim tarihi: 27.01.2023.

Tokyol, Gonca (2018). "Doğan Medya Grubu'nun Demirören'e satışında Ziraat Bankası kredisi de kullanıldı". *T24*. <https://t24.com.tr/haber/dogan-medya-grubunun-demirorene-satisinda-ziraat-bankasi-kredisi-de-kullanildi,587250> Erişim tarihi: 20.12.2022.

Tompkins, Al (2020). "Two FCC commissioners argue the \$48 million fine for Sinclair is not enough". *Poynter*. <https://www.poynter.org/business-work/2020/two-fcc-commissioners-argue-the-48-million-fine-for-sinclair-is-not-enough/> Erişim tarihi 19.12.2022.

Tomur, Kerem vd. (2016). "Sinema Hizmetleri Sektör Raporu". Rekabet Kurumu. <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sector-raporlari/11-sinema-hizmetleri-se> Erişim tarihi: 19.12.2022.

Topuz, Hıfzı (2003). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

van Dijk, Jan (2016). *Ağ Toplumu*. Çev., Özlem Sakin. İstanbul: Kafka.

Yeni Şafak (2018). "Sinemada büyük kriz: Yapımcılar sektörü protesto etmek için film tarihlerini erteledi". *Yeni Şafak*. <https://www.yenisafak.com/hayat/sinemada-buyuk-kriz-yapimcilar-sektoru-protesto-etmek-icin-film-tarihlerini-erteledi-3417606> Erişim tarihi: 19.12.2022.

Yeşil, Bilge (2016). *Media in New Turkey: The Origins of an Authoritarian Neoliberal State*. Illinois: University of Illinois Press.

Mevzuat

Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'de (2010/4) Değişiklik Yapılmasına dair Tebliğ (Tebliğ No:2022/2) (R.G. Tarih: 04.04.2022 / Sayı: 31768).

Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik (R.G. Tarih: 22.10.2019 / Sayı: 30926).

4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (R.G. Tarih: 13/12/1994 Sayı: 22140).

6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun (R.G. Tarih: 3/3/2011 Sayı: 27863).

3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun (R.G. Tarih: 20/4/1994 Sayı: 21911).

Rekabet Kurulu Kararları

17.11.2011 tarih ve 11-57/1473-539 sayılı Karar (AFM-Mars Birleşmesi).
<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=600a05e7-db54-4e96-8713-82d951bb16fa> Erişim tarihi: 19.12.2022.

03.05.2018 tarih ve 18-13/248-113 sayılı Karar (Doğan Grubu'nun medya kuruluşlarının Demirören Holding tarafından satın alınması).
<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=429598a7-e975-4a1b-b877-b6db57ac74ce> Erişim tarihi: 19.12.2022.



Kültür ve İletişim

culture&communication

Yıl: 26 Sayı: 51 (Year: 26 Issue: 51)

Mart 2023-September 2023 (March 2023 - September 2023)

E-ISSN: 2149-9098



2023, 26(1): 40-73

DOI: 10.18691/kulturveiletisim.1212304

****Araştırma Makalesi****

Bilgi-İktidar İlişkisi Çerçevesinde Akademide Kariyer ve Verimlilik Söylemi Üzerine Niteliksel Bir Değerlendirme *

Sevil Bal**

Öz

Türkiye’de 1980’lerden bu yana etkili olan neo-liberal politikalar; üniversite ve akademinin yapı, koşul ve işleyişinde iktisadi, politik ve sosyo-kültürel dönüşümü beraberinde getirmiştir. Piyasanın talepleriyle uzlaşan “verimlilik stratejileri”, “girişimcilik kültürü”, “kalite standartları”, “performans kriterleri” gibi faktörler; arz-talep ilişkisi çerçevesinde konumlandırılmakta, serbest pazar ekonomisi ve özelleştirme vurgularıyla akademide meşruiyet kazanmakta ve yeniden üretilmektedir. Bu nedenle neo-liberal ilişkilerin doğallaştığı, eleştirel söylem ve üretim süreçlerinin “marjinal” olarak değerlendirildiği bir kurum-mekân ve bir pratik-işleyiş olarak akademinin her alanında yer bulan meşru bilgi-iktidar ilişkilerini tartışmaya açmak önem kazanmaktadır. Özgür düşünce toplulukları olarak, özgün koşullarını eleştirel sorgulama, araştırma ve bilimsel özerklik söylemi ekseninde oluşturan akademiye dönük özdüşünümsel bakış açısına da bu kapsamda ihtiyaç duyulmaktadır. Kapitalizmin kariyer-verimlilik yaklaşımı yoluyla öğretim üyeleri/elemanları üzerinde örtük olarak kurulan iktidar biçimlerinin üniversitelerde nasıl oluştuğunu ve yeniden üretildiğini inceleyen bu çalışma, araştırma görevlilerinin, bilgi-iktidar ilişkisi bağlamında, akademik kariyer ve akademik verimlilik konusundaki değerlendirmelerine yönelik niteliksel bir inceleme sunmayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda belirlenen devlet ve vakıf üniversitelerinde farklı demografik özellikler, çalışma koşulları ve deneyime sahip 12 araştırma görevlisi ile niteliksel araştırma yöntemi kapsamında yarı-yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, kariyer ve verimlilik söyleminin, öznedede içkin akademik deneyimlerden, üniversitedeki çalışma pratiklerine ve neo-liberal yapısal koşullara uzanan çoklu bir iktidar kavrayışıyla birlikte değerlendirilmesi gerektiğini gösteriyor.

Anahtar Sözcükler: Akademi, akademik kariyer, verimlilik, söylem, araştırma görevlileri, bilgi- iktidar.

* Geliş tarihi: 30.12.2022. Kabul tarihi: 04.03.2023

**Başkent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım,
Orcid no: 0000-0002-2737-4745, sbal@baskent.edu.tr

****Research Article****

A Qualitative Analysis of the Career and Efficiency Discourse at Academia in the Framework on Knowledge-Power Relevance*

Sevil Bal**

Abstract

Neo-liberal policies—that has been effective in Turkey since 1980—have brought with a series of economic, political and socio-cultural transformation in structure, conditions and functioning of university and academy. Factors such as "efficiency strategies", "entrepreneurship culture", "quality standards", "performance criteria" that reconcile with the demands of the market have been located within the framework of a supply-demand relationship. Those factors have gained legitimacy, and been reproduced in academia with an emphasis on the free market economy and privatization. As a result, it becomes important to discuss these legitimate knowledge-power relations, which take place in every field of academia as an institution-space and a practice-mechanism where neo-liberal relations become naturalized and critical discourse and production processes are evaluated as "marginal." In this context, a self-reflective perspective towards academia, which creates its original conditions as free thought communities in critical inquiry, research and scientific autonomy discourse, is also needed. This study, which examines how forms of power that are implicitly established on the faculty through the efficiency approach of capitalism are formed, reproduced in universities, aims to present a qualitative analysis of the evaluations of research assistants on academic career and productivity in the context of knowledge-power relevance. In this context, semi-structured interviews were conducted with 12 research assistants who have different demographic characteristics, working conditions, and experience in specified state or private foundation universities. Research findings show that the discourse of career-productivity should be evaluated together with a multiple conception of power, extending from inherent academic experiences of subject, to work practices at university and neo-liberal structural conditions.

Keywords: Academy, academic career, productivity, discourse, research assistants, knowledge-power.

* Received: 30.12.2022. Accepted: 04.03.2023

**Baskent University, Faculty of Communication, Department of Public Relations and Publicity,
Orcid no: 0000-0002-2737-4745, sbal@baskent.edu.tr

Bilgi-İktidar İlişkisi Çerçevesinde Akademide Kariyer ve Verimlilik Söylemi Üzerine Niteliksel Bir Değerlendirme

Giriş

Dünya’da ve Türkiye’de üniversiteler; akademik bilgi üretme biçimleri, amacı ve süreçlerine yönelik bir dönüşüm sürecindedir. Türkiye’de 1980 dönemiyle birlikte dünyada hâkim hale gelen neo-liberal politikalar, bunun bir uzantısı olarak International Monetary Found (IMF) ve Dünya Bankası’nın (DB) yapısal uyuma ilişkin uygulamaları ve devlet sübvansiyonlarıyla teşvik edilen özelleştirme süreci; akademide¹ “kamusal fayda” anlayışının yerini alan ekonomik, politik ve sosyo-kültürel bir dizi dönüşüme neden olmuştur. Söz konusu dönüşüm; piyasanın talepleriyle uzlaşan, “verimlilik stratejileri”, “girişimcilik kültürü”, “kalite standartları”, “üniversite-sanayi işbirliği”, “performans kriterleri”, “devlet-vakıf üniversiteleri ikilemi” gibi pek çok alanda gerçekleştirilerek meşru bir zeminde yeniden üretilmektedir.

Üniversite, akademi ve akademisyenliğin “ideal” durumu üzerine yapılan değerlendirmelerde; “özerklik”, “eleştirel sorgulama” ve “nitelikli değer üretme” gibi kavramlar literatürdeki temel tartışma eksenleri olarak ortaya çıkmaktadır (Anderson vd., 2010; Weber, 2004; Çiğdem, 2003). Buna karşın; söz konusu neo-liberal dönüşüm; bu tür bir tartışma ekseninin yerine, bir mekân ve bir pratik olarak, akademi ve akademik bilgi üretim süreçlerini değişim değeri üzerinden bir meta ilişkisi çerçevesinde konumlandırmaktadır. “Eğitim sektörü”, “üniversite-sanayi işbirliği”, “girişimcilik”, “verimlilik” gibi kavramlarla alan yeniden tanımlanmakta ve sermayenin girişim kategorilerinden biri haline gelerek piyasa ilişkileriyle uyumlanan bir değer yönelimi öne çıkmaktadır (Sayılan, 2007: 44-49). “Üçüncü kuşak üniversite” (Wissema, 2009) ve “girişimci üniversite” (Clark, 1998) gibi kavramsallaştırmalar bu kapsamda değerlendirilebilir.

Yapı-aktör etkileşimi çerçevesinde neo-liberal üst ilişki ve koşulların üniversite ve akademi üzerindeki belirlenimci düzeninin ne ölçüde, hangi biçimlerde kabul gördüğü ve doğallaştığı sorusu da bu tartışma açısından anlamlıdır. Bu durum; öğrenciler, öğretim üyeleri ve yaratılan akademik değer niteliği üzerine

¹Kavram, akademisyenler ve akademik bilgi üretim süreçlerinin eş zamanlı konumlandığı bir mekân ve bir pratik olarak “özgür düşünce toplulukları” biçiminde tanımlanmıştır.

değerlendirmelerde görünür olmaktadır (Khayati 2021; Bal, 2021). Piyasa ilişkileri çerçevesinde eğitim-öğretim faaliyetlerinin “müşteri ilişkileri” olarak sürdürülmesi, kariyerde muğlâk bir istihdam ve zorunlu bir yatırım belgesi olarak diploma ve üniversite fikri; “akademik başarı”nın, prestijli alanların muteber pozisyonlarında iş bulmakla ilişkilendirilmesi; eğitim programının bu kaygılarla biçimlendirilmesi; öğrenci-akademi ilişkisindeki bilişsel-yapısal dönüşüme işaret etmektedir.

Çalışmanın odak noktasını oluşturan akademisyenler ve akademik üretim tartışması açısından da benzer bir durum söz konusudur. Çok fazla sayıda ve alan dışı ders verme, atama-yükseltme ve performans kriterlerine uyumlanma açısından niceliksel yayın yapma, ücret eşitsizliği, yoğun idari görevler, liyakatsizlik, proje-odaklı üretim anlayışı ile bilgi-piyasa entegrasyonu; belirleyici yapısal koşulları ifade etmektedir. Diğer yandan, neo-liberal ilişkilerin doğallaştırılarak kabul gördüğü bu koşullar, bir alternatif olarak akademiye yönelik dönüşümün sorgulanması ve eleştirisi fikrinin “marjinal” olarak değerlendirilmesine neden olmaktadır (Hill, 2004: 504-505; 509-510).

Bu noktada akademisyenliğin ve akademik üretkenliğin nasıl tanımlandığı, akademik başarı ve tatmin gibi konuların ne şekilde anlaşıldığı; kariyer, performans, verimlilik gibi kavramların, bizzat alanın içinden aktörlerin bakış açısıyla nasıl değerlendirildiği soruları önem kazanmaktadır. Bu sorular aynı zamanda, akademide kariyer ve verimlilik söylemi olarak tanımlanabilecek bu tartışmanın yapı-özne tartışması çerçevesinde anlaşılmasına ve açıklanmasına katkı sunabilir. Çünkü yapısal koşulların tanımlanması kadar; bunun öznel deneyim ve özneliğin kendisi üzerinde kurmakta olduğu tahakküm biçimlerine işaret eden bütünlüklü bir bakış açısına ihtiyaç duyulmaktadır. Özdüşünümsel bir yaklaşımla kendini karar alma süreçlerinde bir aktör olarak değerlendiren; iktisadi, politik veya sosyo-kültürel sorun alanlarına işaret eden ve buna ilişkin alternatif sorgulama, tartışma, açıklama, politika üretme potansiyeli üzerinden tanımlanan özerk ve özgün nitelikli bilimsel üretim alanı ve pratiği olarak meşrulaştırılan üniversite-akademi idealinin “kendi sesi”ne ve akademik öznelerin kendilerini açıklama biçimlerine kulak vermesi, buradaki mevcut durumun görünürlüğü açısından önem taşımaktadır.

Yapısal koşullar ve özneliğin kuruluşu; akademi, akademisyenlik ve akademik üretim deneyimi üzerinden bilgi-iktidar tartışmaları ve kariyer-verimlilik söylemi çerçevesinde ele alınabilir. “Günümüz kapitalizminde bilgi, hem sermaye hem de

meta anlamında merkezi bir konumdadır” (Vatansever ve Gezici Yalçın, 2015: 41). Marksist bakış açısından hareketle, piyasa ve onun dinamikleriyle örülü kapitalist sistem içinde, bir meta olarak üretilen bilginin akademi, akademisyen ve akademik üretimi kapsayacak bir formda yeniden yapılandırılmakta olduğu görülmektedir. Bu bağlamda akademi, “üretim için eğitim”i amaçlayan “fabrikalar” biçiminde tezahür etmektedir. Marx’ın ([1867] 2010:181-182) maddi olmayan-zihinsel emek üzerinden yaptığı “emek verimliliği” değerlendirmesinden hareketle, bilgi birikimi ve kapitalist sermaye birikimiyle bir araya gelebileceği koşulların oluşturulması söz konusudur. Bilgi bu bağlamda, kâr ve maliyet kaygılarıyla onu üreten emeği de metalaştıran; üretim sürecine ilişkin bir sermaye girdisi olarak üretilen “kapitalist meta” niteliği kazanmaktadır.

Bilgiyle kurmuş olduğu ilişki çerçevesinde, iktidar kavramının kendini yeniden üretebileceği ve meşru bir iktidar alanı edinebileceği somut etkileşimli mekanizmalara ulaşma ihtiyacı; iktisadi, siyasal, toplumsal, kültürel ve ideolojik koşullar ve bu koşullar içinde üretilen tutarlı toplumsal ilişkileri öne çıkarmaktadır. Bu anlamda; devlet, ideoloji ve iktidar ilişkilerini kuran ve bu ilişkiyi, devletin baskı aygıtları ve ideolojik aygıtları çerçevesinde geliştirerek açıklayan Althusser’in *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* [1970] (1994) çalışması bir referans noktası niteliğindedir. Althusser’de iktidar, kendini görünür kılacak çeşitli aygıtlara ihtiyaç duymaktadır. Eğitim bu bağlamda bir ideolojik aygıt, emek gücünün ve dolayısıyla ideolojinin bir yeniden üretim aracı olarak işlev görmektedir. Althusser, ideoloji ve bilim tartışmasına yönelik fikirlerini; Marx ve Engels’in [1845] (1992) tarihli *Alman İdeolojisi* eserine dayandırmaktadır. Burada ideoloji, yanılısama içeren bir felsefe ve üst-yapıyı meydana getiren bilimsel bir kavram olarak tanımlanmaktadır. *Kapital’i Okumak* kitabında ise Althusser (1995:71), ideoloji teorisini “bilimin tarih öncesi” olarak iktidar kavramına referansla ifade etmektedir.

Bilgi iktidar ilişkisini alternatif vurguyla ele alan Michel Foucault’da (1980; 2005) ise; Althusser’deki devlet iktidarı gibi belirli kişi veya gruplar merkezinde odaklanan tekil bir iktidar formunun aksine; insanın özneliliği üzerinde kurulan tahakküm biçimleri olarak bir iktidar kavrayışı öne çıkmaktadır. Bu açıdan iktidar, yukarıdan aşağıya mutlak ve doğrusal bir hiyerarşiyi takip etmez, bir ağ gibi etkileşimseldir ve her yerdedir. Buradaki etkileşimin olanağı da bilgi kavramıyla bağlantılıdır. Bilgi olmadan iktidarın uygulanması, bilginin de iktidara yol açmadan var olması olanaksızdır.

Akademi bu anlamda, bilgi-iktidar ilişkisinin hem kendi içsel dinamikleri hem de dışarıdan kendisine yapılan birtakım baskıcı müdahalelerle kurulduğu bir alan olarak ele alınabilir.

Foucault'nun bakış açısından hareketle, akademisyenlerin çalışma koşulları, birbirleriyle ve daha üst unvanlara sahip akademisyenlerle etkileşimleri; verimlilik, kariyer gibi kavramlara ilişkin okumaları; çoğul iktidar formlarına görünürlük kazandırılması açısından önem arz etmektedir. Kapitalist verimlilik mantığıyla birlikte üzeri örtük olarak kurulan ve bizzat öznellik ve öznel deneyimin tahakkümü yoluyla yeniden üretilen iktidar biçimleri; akademi, akademisyenlik ve akademik üretim tartışması açısından incelenmelidir. Çünkü Foucault'ya göre en tehlikeli tahakküm biçimi, insanın öznelliği üzerinde kurulan tahakkümdür; insanın kendi varlığının, kendi zihninde yapılandırılmış bir biçimde temsil edilmesine ilişkin bir zorlama anlamına gelmektedir ve mücadeleyi gerektirir.

Akademi içinde de kariyerizm; yayın ve üretimde nicelik, proje merkezli üretim odağı, performans ve unvan amacıyla nicelik-yoğun biçimde sürdürülen akademik yayımlama pratiği yoluyla kariyer basamaklarını hızla tırmanma olarak ortaya çıkmakta ve akademik verimlilik söylemi bu kriterler üzerinden inşa edilmektedir. Bunun sonucunda akademik emek ve üretim süreci; neo-liberal ekonomi açısından bir girdi ve/veya işlevsel bir maliyet unsuru, buradan elde edilen bilginin kendisi de mutlak verimlilik sağlayan pratik çıktılar olarak değerlendirilmeye başlanmaktadır. Bu bağlamda verimliliği mümkün kılan ve bunun denetimci geçerliliğini kuran; performans kriterleri, proje ve hibe kaynaklı çalışmaların yürütülmesi, "kalite" standartlarına uygunluk çalışmaları, akademik teşvik gibi çeşitli kriterler odak noktasına yerleştirilmektedir.

Bilgi-iktidar tartışması çerçevesinde, akademi kariyer ve verimlilik söyleminin inşa ve yeniden üretimini ele alırken; akademisyenliğin hemen başlangıç aşamasında bulunan, alana ve pratiğe henüz dahil olan araştırma görevlileri, bu tartışmanın "deneyimleyen öznesi" olarak kritik bir konuma yerleşmektedir. Araştırma görevlileri tarafından "içselleştirilen akademisyenliğin" ne olduğunu irdelemek ve buradaki görünümü, onların görüşleri üzerinden alanda görünür kılmak önem taşımaktadır. Bu aşamada araştırma görevlileri kendi akademik gelişimleri için kendilerine bir yol çizme çabası sürecindedir. Bu noktada özne deneyimi olarak akademik kariyer ve verimlilik söylemi, araştırma görevlilerinin düşünsel ve pratik alanlarında farklı

karşılıklarla yer bulmaktadır. Bu durum, başlangıçta düşünce ve ifade özgürlüğü olmak üzere, mobbing, idari iş yükü, fiziksel çalışma ortamı, iş güvencesi, liyakat, Öğretim Üyesi Yetiştirme Programı (ÖYP) süreci ve sonrası ve ilgili yönetmeliğin 50d maddesinde belirtilen kadroya ilişkin sistematik problemler², iş tanımı belirsizliği ve daha yapısal koşullarla ilgili pek çok sorunla da ilişkilendirilmektedir (Çolak, 2015, Vatansever ve Gezici-Yalçın, 2015; Uysal vd., 2015; Kurtoğlu, 2019). Bu nedenle ilgili tartışmaya bilgi-iktidar ilişkisi çerçevesinde belirlenen temalar üzerinden odaklanan güncel çalışmalara ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Söz konusu süreçte, yeni öğrenci-akademisyenler olarak araştırma görevlilerinin kendi deneyimlerinden hareketle söz konusu verimlilik konusuna yönelik gözlem ve değerlendirmelerinin neler olduğu, verimliliği destekleyen performans değerlendirme ve akademik teşvik gibi uygulamaların sonuçları hakkında ne düşündükleri gibi sorular, bu çalışmanın ilgi alanını oluşturmaktadır.

Çalışmada, bilgi-iktidar ilişkisinin kuruluşuna yönelik bir tartışmanın sunulduğu bir literatür bölümünün ardından alan araştırmasının bulgularına yer verilmektedir. Çalışma kapsamında Ankara ve Eskişehir illerindeki devlet ve vakıf üniversitelerinde, yaşları 25 ila 35 arasında değişen 12 araştırma görevlisinin çalışma koşulları ve deneyimlerinden yola çıkılarak, bilgi-iktidar ilişkisi bağlamında akademik kariyer ve akademik verimlilik konusundaki değerlendirmelerine yönelik niteliksel bir inceleme yapılmıştır. Bu bağlamda, çalışmada araştırma görevlilerinin kariyer ve verimlilik konusuna yönelik ne tür değerlendirmelerde bulunduğu, akademinin ve araştırma görevliliğinin sorunlarını nasıl yorumladıkları, performans ve atama kriterleri gibi birtakım yasal düzenlemelerin akademi ve akademisyene katkı sunabilme potansiyelinin olup olmadığı ile bu konudaki çözüm önerilerinin neler olabileceği gibi sorulara yanıt aranmıştır.

Araştırmada nitel yöntem ve yarı-yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır³. Bulgular, niteliksel içerik analizi yoluyla değerlendirilmiştir. Çalışma koşulları ve yapılan değerlendirmelere yönelik bir çeşitlilik oluşturabilmek için mümkün olduğu ölçüde farklı bölümler tercih edilmiştir. Devlet ve vakıf üniversitelerinin çalışma

² ÖYP, 50d ve 33a maddelerinde belirtilen kadrolar, burs sistemi ve görevlendirme sistematiğine ilişkin kural, kriterler ve ayrıntılı bilgi için Yükseköğretim Kurumu (YÖK) resmi web sayfasında ilgili mevzuatın yer aldığı <http://www.yok.gov.tr/web/guest/mevzuat> adresi incelenebilir.

³Çalışmada etik kaygılar gerekçesiyle katılımcıların isimlerine yer verilmemekte, her bir katılımcı demografik cinsiyet ve yaş kategorileri üzerinden kodlanarak (E1, 24 gibi) tanımlanmaktadır. Mülakat formu Ek-1'de sunulmuştur.

kapsamına dahil edilmesiyle amaçlanan da bu üniversiteler arasında farklılaşan çalışma koşulları ve deneyim farklılıklarının göz ardı edilmemesidir.

Bilgi ve İktidar İlişkisi Üzerine

İktidar kavramsallaştırması ve bilgi-iktidar ilişkisi, Foucault'nun çalışmalarında (1980; 2002; 2005; 2015) merkezi bir konuma yerleşmektedir. İktidar kavramı, beden-özne-bilgi bağlamıyla ilişkilidir ve Marksist devlet teorisinde “devlet iktidarı” olarak anlaşılan biçiminden daha farklı şekilde açıklanmaktadır. Foucault'ya (2002: 43) göre iktidar, birey veya grup hiyerarşisi üzerine kurulu tekil bir egemenlik formu değildir. İktidar, bilinmeyen “yersiz yurtsuz” olarak sabitlenemeyen; fakat aynı zamanda her yerde olan, bireyin kendisinin de hem kurucusu hem de aracısı haline geldiği bir oluşumdur. İktidar; “kendi örgütlenmelerini kendi oluşturan, güç ilişkilerini dönüştüren, güçlendiren ya da tersine çeviren bir süreç ve bu güç ilişkilerini etkili kılan stratejiler” olarak anlaşılmalıdır (Canpolat, 2003: 99). Dolayısıyla her bir kurum iktidar kurumudur; fakat diğer yandan iktidara tabidir.

Foucault iktidar kavramsallaştırmasını bilgi-iktidar ilişkisi üzerinde kurarak devam etmekte; Nietzsche'den hareketle, iktidar ile bilgi arasındaki ilişkiye dayalı yaygın görüşü tersine çevirmektedir. Bilginin, iktidarın izin verdiği ölçüde kullanıldığı varsayımını reddederek, bilginin başkaları üzerine baskıcı bir iktidarı kurduğunu ve böylece onları tanımlar hale geldiğine işaret etmektedir. Dolayısıyla Foucault'da bilgi, “özgürleşimin önünü keserek gözetlemeye, düzene sokmaya, disipline etmeye yönelik bir kip” halini almaktadır. Dolayısıyla iktidar ve bilgi kavramsallaştırmalarının çakışma noktası da burada ortaya çıkmaktadır. İktidar; baskılayıcı, sınırlandırıcı ve yasaklayıcı işlevinin yanı sıra; gerçekliğin üretimi, nesne alanlarının oluşturulması ve doğruluk ritüellerinin belirlenmesi gibi bilgiyle ilişkili alanları kurmakta ve yeniden üretmektedir. Bilgi meşru bir iktidar zeminini inşa etmektedir. Sonuç olarak, “bilgi olmadan iktidarın uygulanması, bilginin de iktidara yol açmadan var olması” olanaksızdır (Sarup, 2004: 101 ve 112).

Bilgi-iktidar ilişkisinin kurulmasında özne ve özne yoluyla kurulan deneyim, üçüncü bir aktör-pratik olarak belirginleşmektedir. Burada iktidar üzerinden kavranan ve toplumsal ilişkilerle bir form kazanan bir özne anlayışı gündeme gelmektedir. Foucault'nun (1980) *Power-Knowledge [İktidar-Bilgi]* ile *Özne ve İktidar* (2005) eserlerinde de vurguladığı tartışmaya göre özneler, iktidar tarafından biçimlendirilen

toplumsal ilişkiler içerisinde oluşturulmaktadır. Özne, yapıların ve söylemlerin hem hedefi hem de taşıyıcısı olarak var olmaktadır. Özne, denetim ve gözetim yoluyla bireyselleşmekte; bu bireyselleşmenin kendisi de ürettiği bilgi yoluyla iktidar alanını var etmektedir.

Modern dönemle işaretlenen ve içinde eğitimin de olduğu tüm toplumsal kurumlar ve bu kurumlarda söylemsel ve pratik olarak üretilen bilgi, özne ve özne deneyimi üzerinden değerlendirildiğinde, bir iktidar alanı olarak okunabilir (Urhan, 2000: 9). Bununla birlikte, Foucault'nun bilgi ve iktidar tartışmasının, öznenin pasif ve koşulların umutsuz olarak değerlendirilmesi biçiminde anlaşılması gerektiği (Touraine, 2002: 188); öznenin söz konusu baskı ve sınırlandırma durumunun görünmez biçimlerine karşı sorgulama ve açığa çıkarma mücadelesi içinde olmaya teşvik etme çabası biçiminde değerlendirildiği görülmektedir. Çünkü Foucault'ya göre iktidarın başarısı, bireylerin birbirlerini birtakım sınıflandırmalarla korkutması, savunulması gereken ve birbirlerine karşı farklılık içeren yığınlar olarak görmesi ve iktidardan baskılayıcı; fakat koruyucu bir nitelik talep etmesidir. Bu noktadan itibaren iktidar, meşruiyet zemininden hareketle, inşa ettiği sınıflandırmanın dışında kalan bireyleri damgalamakta; "anormal" birey ve davranış, ıslah ve normalleşme amacıyla kapatılmaktadır. Henüz kapatılmamış bireyler ise hem iktidar aracılığıyla oluşturulan kısmi bir güven duygusunu hem de anormal olma durumunun yaptırımlarına yönelik farkındalıkları nedeniyle, kendi davranışlarının normalliğinin kontrolüne yönelik bir endişeyi aynı anda duymaktadır. Foucault'nun iktidar, denetim, kontrol gibi kavramlarla ilişkilendirdiği önemli bir tespiti de "panopticon" kavramsallaştırması üzerinden yaptığı, "görünmeden gözetim" vurgusudur. 1785 yılında Jeremy Bentham tarafından otorite odaklı mimari bir yapı formu olarak tasarlanan ve "bütünü gözetlemek" anlamına gelen "panopticon"; insanların toplu halde gözetim altına alınabilmelerine ve bunun tüm kurumlarca uygulanabilecek standarttaki üretimine işaret etmektedir (Bentham, 2008). Burada Foucault'nun (2011; 2015) dikkatini çeken ve daha sonra ortaya koyduğu biyo-iktidar kavramına yön veren vurgu ise iktidar tarafından uygulanan "görünmeden gözetim" prensibidir. Çünkü bu durumda, gözetleyen orada olduğundan bağımsız olarak, gözetlenen otoriteye itaatkar bir otokontrol sağlamaktadır. Dolayısıyla panopticon, bireyin isyan ve direnişi karşısında yükselen iktidar metaforunun kendisi, bir diğer ifadeyle "iktidarın gözü" haline gelmiştir.

Foucault'nun özellikle *Bilginin Arkeolojisi* (2014) çalışması ve "Söylemin Düzeni" başlıklı açılış konuşmasında bilgi, iktidar ve özne kavramsallaştırmalarına ek olarak "söylem" üzerinde durduğu görülmektedir. Söylem kavramı bu bağlamda üzerine söz söylenen nesnelere belirli bir sıradüzenle biçimlendirme pratiği olarak tanımlanabilir. Foucault, (1993:9) "Bugün yapmak zorunda olduğum konuşmada ve burada belki de yıllar boyunca yapmak zorunda kalacağım konuşmalarda, hiç kimseye sezdirmeden eriyip gitmeyi dilerdim..." sözleriyle, bir anlamda söyleme (iktidara) karşın söylem tanımı ve eleştirisini sunmaktadır. Çünkü bir söylemin anlaşılır kılınması, sürekliliğinin sağlanması ve dolayısıyla üretimi, iktidar ve kurumları tarafından gerçekleştirilmektedir.⁴ Buradan hareketle, söylemi inşa eden sonsuz bir anlamlandırma pratiğinin bulunduğu, öznenin yaşamının anlamları sahiplenme mücadelesiyle kurulduğu ve öznelerin de faili oldukları bir biçimden beslenerek bağlamdan bağlama taşındığı çıkarımı yapılabilir. Söylem özneyi, özne de söylemi üretmektedir. Anlam içinde daima iktidarı tutmaktadır.

Sonuç olarak Foucault'nun bilgi-iktidar ilişkisinden hareketle yaptığı değerlendirmelerden oluşan bu kesit; bilimin, iktidarın önemli bir uzantısı olduğuna dair çözümlerinde de geniş yer bulmaktadır. Bu anlamda, aydınlanma düşünürlerinin bir özgürleştirme aracı olarak kavramsallaştırdığı bilim, Foucault'nun bakış açısı çerçevesinde bireye içkin ve onu kapatan iktidarın bir denetim mekanizması olarak işlev görmektedir. Dolayısıyla bu bakış açısını mercek altına alarak yapılabilecek bir okuma, Foucault'nun da işaret ettiği şekliyle, iktidarın aşağıdan yukarıya doğru çözümlenmesine ilişkindir. "Sonsuz-küçük mekanizmaların, giderek genelleşen mekanizmalar ve global egemenlik biçimleri tarafından nasıl sarmalandığını, kolonileştirildiğini, kullanıldığını, dönüştürüldüğünü, yayıldığını ya da bunların hâlâ nasıl yapılmakta olduğunu görmek gerekir" (Foucault, 2002:44).

Bu bağlamda akademideki bilgi-iktidar ilişkisi ve iktidarın her alanda "görünmeyen fakat gözetimci" olarak kuruluşunun değerlendirilmesi açısından Foucault'nun bakış açısıyla oluşturulan bu çerçeve ufuk açıcı görünmektedir. Foucault'nun yaklaşımıyla, akademide de araştırma görevlilerinin çalışma koşulları, akademinin temel sorunları olarak tanımlanan problemler, akademisyenlerin

⁴Foucault'nun (1993:9-10) "Söylemin Düzeni" başlıklı bölümde tanımladığı söylem: "... görevi onun gücünü ve tehlikelerini önlemek, belirsiz olagelişini dizginlemek, ağır korkulu maddiliğini savuşturmak olan birtakım yollarla hem denetlenmiş hem ayıklanmış hem de örgütlenmiş ve yeniden paylaştırılmıştır".

birbirleriyle olan etkileşimlerinin niteliği gibi “sonsuz küçük mekanizmalar”dan hareketle, genel anlamda hâkim olan iktidarın izini sürmek mümkün olabilmektedir. Buna ek olarak yine Foucault’nun üzerinde durduğu denetim mekanizmalarının kuruluşu da akademik bir ödül-ceza sistemi olarak, teşvik ve performans değerlendirme sistemleri üzerinden incelenebilir. Bu bağlamda, özellikle dışsal ve dayatmacı bu mekanizmaların, bireylerin kendi içsel denetim süreçlerine ulaşma biçimi önem kazanmaktadır. Çünkü “panopticon”, akademi üzerindeki “görünmez gözetim”ini sürdürmektedir.

Türkiye’de akademi ve bilgi-iktidar ilişkisini tartışmaya açan çalışmaları; “akademik özgürlük ve özerklik” (Özdemir-Taştan ve Ördek, 2019; Altıparmak, 2016; Kükner, 2016; Bingöl, 2012; 2015; Balyer, 2011), “küreselleşme ve neo-liberal dönüşüm” (Ergur, 2003; Alemdaroğlu, 2015; Erdem, 2012; Erdil vd., 2013; Kiper, 2010), “performans, kalite, akreditasyon süreçleri ve çalışma koşulları” (Gencel, 2001; Bülbül ve Tunç, 2011; Demir vd., 2017; Damar vd., 2020; Yılmaz ve Memişoğlu, 2019; Er vd., 2019; Halıcı vd., 2017) olmak üzere üç temel eksenle değerlendirmek mümkündür. Bu kapsamda yapısal koşullardan, mikro iktidar ilişkileri tartışmasına uzanan bir çerçevede; ranking sistemleri, mobbing, üniversite-sanayi işbirliği, etik, yayım süreçleri, ÖYP, atama-yükseltme, akademik teşvik ve performans kriterleri gibi birçok başlık akademisyenlerin görüşlerinden hareketle irdelenmektedir.

Bu çalışmanın vurguladığı “kariyer ve verimlilik söylemi” odağı ise, tüm bu tartışma başlıklarının bilgi-iktidar ilişkisi çerçevesine aynı anda görünür kılınacağı yapısal koşulları ve akademinin gündelik yaşam pratiklerini birlikte içermeye, değerlendirme ve sorgulama imkânını barındırmaktadır. Akademinin başlangıç aşamasında ve unvan hiyerarşisinin ilk basamağında bulunan araştırma görevlileri, ilgili tartışmalar açısından alanı tanıma, gözlemlene ve pratiklerini biçimlendirme sürecindedir. Bu açıdan literatürdeki çalışmalarda da daha sınırlı biçimde yer bulunduğu gözlemlenen araştırma görevlileri, akademinin mevcut durumu, güncel konu ve sorunları ve gelecek beklentileri açısından görünür kılınması gereken bir grubu temsil etmektedir. Yukarıdaki tartışma kapsamında çerçevesi çizilen bilgi-iktidar ilişkisi ve görünmeden gözetim başlıkları; araştırma görevlilerinin kariyer, verimlilik ve alanın sorunlarına ilişkin değerlendirmeleri; akademi “kariyer söylemi”, “sorunlara dair değerlendirmeler” ve “verimlilik söylemi” tartışması olmak üzere üç tematik bağlamda incelenmektedir.

Akademide Kariyer ve Verimlilik Söylemi

Görüşmeler, cinsiyet dağılımı da gözetilerek,⁵ yaşları 26 ila 35 arasında değişen 12 araştırma görevlisiyle gerçekleştirilmiştir.⁶ Bu katılımcıların yarısı bir devlet üniversitesinde; kalan yarısı da aynı şekilde bir vakıf üniversitesinde çalışmaktadır.⁷ Çalışma süreleri göz önünde bulundurulduğunda, ortalama çalışma süresi üç yıl olarak görülmektedir. En kısa süredir araştırma görevlisi olarak çalışan katılımcı en az beş aydır; en uzun süredir araştırma görevlisi olarak çalışan katılımcı ise sekiz yıldır bu unvanla çalıştığını ifade etmiştir. Özellikle uzun süredir araştırma görevlisi olarak çalışanlara bu durumun nedeni sorulduğunda; kadro problemleri, iş yükleri nedeniyle eğitimlerini devam ettirmede sıkıntılar yaşanması gibi yanıtlar alınmıştır.

Katılımcı araştırma görevlilerinin yer aldıkları bölümler ise; Gazetecilik, İletişim Tasarımı, Sosyal Hizmetler, İletişim, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Sağlık Kurumları İşletmeciliği ve Radyo Sinema Televizyon'dur. Katılımcıların sürdürmekte oldukları yüksek lisans ve doktora eğitimleri değerlendirildiğinde; çoğunluğunun doktora sürecindeki ders, yeterlilik, tez süreçlerinden birinde olduğu; buna karşın yüksek lisans tez aşamasında olan katılımcıların da bulunduğu görülmüştür.⁸ Aynı zamanda lisansüstü eğitimlerini sürdürdükleri alanlar; Medya ve Kültürel Çalışmalar, İletişim Bilimleri, İletişim Tasarımı ve Yönetimi, Gazetecilik, Radyo Sinema Televizyon ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım bölümleridir.

Araştırma görevlilerinin aylık ortalama gelirleri; şehir, kurum ve kuruluş statüsü gibi unsurlar açısından çeşitlilik göstermektedir. Ücret/maaş farklılığının temel gerekçesi, brüt ve net ücret politikaları üzerinden gerçekleştirilmeye çalışılan uygulamalara rağmen, devlet ve vakıf üniversitelerinin tamamını kapsayan bir ücret standardının yerleşik hale gelmemesi, bazı bölümlerin uygulamalı alanlarda ve üniversite-sanayi işbirliklerine uygun ek çalışma olanaklarına sahip olması ve sınav gözetmenlikleri ve diğer kuruma bağlı ek görevler alınması olarak özetlenebilir.

⁵ Görüşmeler altı kadın ve altı erkek araştırma görevlisiyle gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların dört tanesi kadın ve bir tanesi erkek olmak üzere beş tanesi evlidir.

⁶Üç katılımcı 26, üç katılımcı ise 29 yaşındadır. Diğer katılımcılar ise 25, 27, 28, 32, 34 ve 35 yaşlarındadır.

⁷Her iki üniversite grubunun dahil edilme nedeni, burada görev yapan akademisyenlerin gözlem ve deneyimlerini karşılaştırmalı bir biçimde değerlendirmektir.

⁸Araştırma görevlilerinin beş tanesinin yüksek lisans tez aşaması, dört tanesinin doktora ders aşaması, iki tanesinin doktora tez aşamasında olduğu, bir katılımcının da yakın zamanda doktor unvanı aldığı görülmüştür.

“Emek ve Sabır İşi”: (Akademide) Kariyer Kavramını Tanımlamak

Kariyer ifadesinin, kendileri için süreç veya nitelik gibi farklı açılardan çağrıştırdıklarını değerlendirirken araştırma görevlilerinin, görüşme sırasında verilen yanıtlar doğrultusunda, “yükselmek”, “eğitim ve iş yaşamı”, “rekabet”, “kendini geliştirme”, “verimli olma”, “hiyerarşik basamak”, “hedeflerin gerçekleştirilmesi”, “zorunluluk”, “uzun soluklu bir yol” gibi çeşitlilik gösteren ifadeler kullandıkları gözlemlenmiştir. Dolayısıyla, Foucault’nun bakış açısıyla bu kavramların her biri bir iktidar alanının kuruluşuna karşılık gelmektedir. Çünkü sıradan ve gündelik işleyişin bir parçası olarak deneyim alanına sızmakta; fakat aynı zamanda öznenin yaşam alanını kuşatan yapı-koşul ve pratikler olarak iktidar ilişkilerini oluşturmakta veya bu ilişkilere eklenmektedir. Bu nedenle her kavramı, bu tür bir art alan üzerinden okumak önem kazanmaktadır.

Kariyer kavramına ilişkin olarak homojen ve tekil bir tanımdan söz edebilmenin mümkün olmadığı; katılımcıların ağırlıklı olarak üzerinde durdukları bakış açılarından hareketle, birtakım farklılık gösteren tanımsal eğilimlerin mercek altına alınması gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Kariyer ifadesi, araştırma görevlilerinin büyük bir bölümü tarafından, eğitim süreciyle başlayan ve iş yaşamında da devam eden bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Akademinin bir hiyerarşi üzerine kurulu olduğu, çeşitli unvanların alınmasının gerektiği, araştırma görevliliğinin burada ilk basamak olduğu, bunu da yardımcı doçentlik, doçentlik ve profesörlük unvanlarının takip ettiği; sıklıkla alınan yanıtlardandır:

Kariyer kelimesinin tanımı kişiye göre değişebilir. Ben bu kavramı, kişilerin iş yaşamlarıyla ilgili aldıkları kararlar, yaptıkları planlar, geliştirmiş oldukları davranışlar bütünü olarak tanımlıyorum. Diğer bir ifadeyle kişilerin uzun süreli meslek hayatları olarak tanımlayabilirim. (1E, 32)

Kariyer kelimesi bir ömür boyu süren bir ifade gibi geliyor bana. Eğitim süreci başladığı andan itibaren, iş hayatı ve emekliliğe kadar düşünebiliriz yani. En yoğun zamanı da orta yaş işte, en yükselmelerin olduğu dönem. (2K, 29)

Kariyer kavramı, görüşme yapılan araştırma görevlilerinin bir bölümü tarafından ise eleştirel bir okumayla ele alınarak yorumlanmıştır. Katılımcıların bir bölümü okumasını, kariyeri; yaşamlarını idame ettirebilmek ve sevdikleri işi sürdürebilmek adına; akademi içinde kendilerinin de uymak zorunda oldukları bir sistematik çerçevesinde yorumlamaktadır. Birkaç araştırma görevlisi ise bu kavramın rekabeti,

hırsı teşvik eden niteliğine vurgu yaparak, kavramın olumsuz çağrışımlarının altını çizmişlerdir.

Kariyer benim için, ana akım düşün tarafından basamak olarak ifade edilen lakin rekabeti, yarışmayı, hırsı kapsayan; lakin insana dair olanı dışlayan bir kavram diyebilirim. (2E, 29)

Akademik kariyer bağlamındaki bir tanımlamaya ilişkin yanıtlarda ise araştırma görevlilerinin değerlendirmelerinde söz konusu kavramın iki kategori çerçevesinde gruplandırılarak yorumlandığı görülmüştür. Bunlardan ilki, akademisyenin kendi bilimsel ilgileri doğrultusunda araştırma ve yazma sürecine girmesi ve buradan elde edilen yayınlar; ikinci grup ise yine akademisyenin ilgi alanları kapsamında vermekte olduğu dersler ve bu derslerin içeriğinin anlatım biçiminin geliştirilmesidir. Bu iki pratik de akademik kariyer denildiğinde özellikle eleştirel bir okumayla, kavramı tümünden reddeden araştırma görevlilerinin dışındaki görüşmeler tarafından bu biçimiyle değerlendirilmektedir.

Kariyer ifadesinin özel sektöre ait bir kavram olduğunu belirten bir katılımcı; “akademik kariyer” ifadesiyle üniversitelerde ve kamusal alanda da kendisine yer bulduğuna yönelik bir değerlendirme yapmıştır. Ayrıca, akademiye profesörlük ile özel sektördeki genel müdürlüğü kariyer basamakları açısından bitişirmektedir. Dolayısıyla akademik kariyer bu noktada çeşitli mücadelelerin de verileceği “uzun ve basamaklı bir yol” olarak emek ve sabır gerektiren bir süreç olarak değerlendirilmektedir.

Kariyer daha çok özel sektör ile anılan bir kavram olsa da akademik kariyeri düşündüğümüzde, kamuyu da içine alan bir kavram aslında. Uzun oluşu, bir bakıma kişinin mesleki yaşantısının tümünü kapsayabilmesinden kaynaklanıyor. Basamaklı oluşu ise yolun sonuna, nihai hedefe varabilmek için (akademiye profesörlük, özel sektörde patronluk veya genel müdürlük gibi) pek çok farklı unvan elbisesini giyip çıkarmaktan ileri gelmesine dayanıyor. Kariyer konusunda önemli bir hususun “emek ve sabır” olduğunu düşünüyorum. Çünkü çıktığınız yol uzun bir yol ve mücadele gerektiren, yer yer engellerin/engellemelerin var olduğu bir yol. O nedenle bu yolda sabır, sizin en gerekli ve değerli ekipmanlarınızdan birisi. (6E, 26)

Katılımcıların ifadelerinde özellikle akademik kariyere ilişkin görüşlerini açıklarken akademik verimlilikle ilişkilendirerek verdikleri yanıtlar dikkat çekicidir. Çünkü bu durum, çalışma açısından da önemli bulunan akademik kariyer ve akademik verimlilik kavramlarının birbirlerini besleyen iki dinamik olduğu düşüncesinin, katılımcılar tarafından da belirli ölçüde kabul gördüğü sonucunu

vermektedir. Özellikle kariyer bu bağlamda, akademisyenin kendini geliştirebilmesi, verimli ve kalifiye olabilmenin olumlu karşılıkları olarak belirginleşmektedir. Görece öne çıkan amaç da “yükselme” olarak tanımlanmaktadır:

Bireyin mesleğinde kendisini geliştirmesi, daha verimli ve kalifiye hale gelmesi neticesinde kullanılan kavram geliyor aklıma. (3K, 28)

Kariyer benim için yükselme demek aslında. Bir de tabii ki işim tasarım olduğu için, yaptığım tasarımlarda kendimi nasıl geliştirdiğim demek. Yani bundan önceki, lisans dönemindeki portfolyoma bakıp, bir de şimdiki işlere bakıp, aradaki farkı görmek demek kariyer benim için. (4K, 29)

Kariyer ifadesine yönelik eleştiriler yöneltten katılımcılar tarafından da bir akademik kariyer ve akademik verimlilik ilişkisi kurulmaktadır. Fakat buradaki vurgu, söz konusu kariyerist tutumun ve beraberinde teşvik ettiği düzenlemelerin, akademik anlamda niceliksel olanın yükselişi; buna karşın nitelikli çalışmaların yitimi üzerinden yapılmaktadır. Buna ek olarak kariyer tanımlarında, birtakım rekabetçi arzuların, bireyi hem kendisine hem de yaptığı işe karşı yabancılaştırdığının altı çizilmektedir:

Genelde hiç sıcak şeyler uyandırmıyor bende. Yıldan yıla akademik anlamda da bu durum sirayet etti de gitgide insanlar niceliksel varlıklara dönüşüyor ve kendi karakterlerinden veya gerçekten değerli çalışmalardan ziyade, hep bu CV'lerde yer alan kişilere indirgeniyor... (5E, 34)

Akademik kariyer olarak baktığımızda, insanların benim değil ama bir an evvel profesör olma arzusu, işte en genç profesör ben olayım, en çok yayın benden çıksın işte, yani tam bir aslında homo-akademikus görebiliyoruz. İnsanların işte bir başarı figürü haline geldiği, daha doğrusu kendilerini bir proje olarak görüp, kariyeri de bu projenin en önemli parçası haline soktuklarını gözlemleyebiliyoruz [sic]. (1K, 26)

Katılımcılar genel olarak araştırma görevliliği unvanını birer kariyer basamağı olarak gördüklerini ifade etmişlerdir. Fakat burada göze çarpan vurgu, söz konusu unvanın akademi içerisindeki yetkinlik düzeylerini tanımlaması ve bu aşamaların kaydedilmemesi durumunda karşılaşılabilecek yaptırımlar gerekçesiyle böyle bir okuma yapmalarıdır. Dolayısıyla katılımcıların önemli bir bölümü; ders verme, tez yönetme gibi çalışmaların ancak belirli unvanlara sahip olma durumunda gerçekleştirilebildiğini, dolayısıyla da her bir unvanın bu bağlamda bir kariyer basamağı olarak ele alınabileceğini belirtmektedir. Bir katılımcı bu konuya ilişkin olarak, kariyer basamakları durumunu, usta-çırak ilişkisiyle ele alarak; araştırma görevliliğini “çıraklık”, unvanlardaki ilerleme durumunu da “ustalık aşaması” olarak değerlendirmiştir:

Ben bu araştırma görevliliği durumunu biraz daha usta çırak ilişkisi olarak görüyorum. Şu anda çırağız ve gelecekte istediğimiz gibi giderse her şey, belki bir gün usta olabileceğiz. (3E, 26)

Görüşmeler sırasında öne çıkan ve vurgulanması gereken önemli bir nokta; birer kariyer basamağı olarak görülen tüm bu unvanlar ve buradaki ilerlemenin yapılmaması durumunda karşılaşılabilecek yaptırımlara yöneliktir. Belirli zaman aralıklarında belirli akademik ve idari görevlerin yerine getirilmesi, puanların toplanması gibi birtakım ölçütler; bunların gerçekleştirilmemesi durumunda birer yaptırım biçimine dönüşmektedir. Bu da daha önce ifade edilen ders verme, tez yönetme gibi belirli akademik çalışmalarını yapma konusunda “yetkin” olarak değerlendirilmeme noktasına ulaşmaktadır. Dolayısıyla bu bağlamda da akademik kariyer, akademik verimlilikle ilişkilendirilmekte ve bu anlamdaki bir “verimsizlik” durumu, doğrudan akademik yetkinliğin sınırlandırılması biçiminde karşılık bulmaktadır:

Bence işin doğalında zaten bu bir basamak, bu mesleği yapacaksan, işte belli basamakları, işte hepimizin bildiği gibi araştırma görevlisi, yardımcı doçent, doçent, profesör diye gitmek gerekiyor. Yapacaksan, basamakları da çıkman gerekiyor. Çıkmazsan zaten bunun belli yaptırımları var. Yaptırım olmasının dışında, zaten işin doğalında sen bir şey yaptıkça, bu da geliştiği için unvanlar da arkasından geliyor. (4E, 35)

Akademik kariyer yapma yolunda olan bir kişi olarak sahip olduğum unvanı, kariyerimde bir basamak olarak gördüğümü söyleyebilirim. Mesleğimizde sırasıyla bazı unvanlara sahip olma durumu var. Akademik araştırmalar yapma konusunda sahip olduğumuz unvanın çok da belirleyici olduğunu düşünmüyorum, araştırma becerisine ve yeterliliğine sahip olmak bu noktada daha önemli; fakat ders açıp yönetmek, tez danışmanlığı yapmak, vb. konularda bazı unvanlara sahip olmamız gerekiyor. Dolayısıyla akademik kariyer konusunda sahip olunan her unvan bu yoldaki farklı bir basamak olarak kabul edilebilir. (1E, 32)

Bir katılımcı, araştırma görevliliği kadrosunun, bu akademik atmosferi solumaya başlamanın ve alanda farklı unvanlara sahip kişilerle etkileşimi mümkün hale getirmesi nedeniyle bir kariyer basamağı olarak görülebileceği değerlendirilmesinde bulunmaktadır. Bir diğer katılımcı ise iş başvurusu sırasında yalnızca araştırma görevliliği ilanlarındaki koşulların kendisine uygun olduğunu belirterek, bu unvanın kendisi için ilk kariyer basamağı olduğunu ifade etmektedir:

Akademik kariyerde; profesörlüğe uzanan yolda araştırma görevliliği ilk istasyon. Çünkü bir defa araştırma görevlisi kadrosuyla (ama cari, ama ÖYP) işe başladığınız anda akademik atmosferi teneffüs etmeye başlıyorsunuz. O ortamın bir parçası haline geliyorsunuz. Kariyer

merdivenin farklı basamaklarında bulunan kişilerle iletişim ve etkileşim imkânınız oluyor. Sizi hedefinize götürecektir olan yoldaki kilometre taşlarına olan aşinalığınız artıyor. Akademik havayı soludukça, sizin ufkunuzu açacak ya da sizi zehirleyebilecek bileşenlere karşı farkındalığınız artıyor. Zaten akademik kariyerin doğası gereği, –istisnai durumlar dışında– ilk adımı araştırma görevliliği ile atıyorsunuz. Kısacası, koşmaya başlayabilmek için önce emekleme safhasını geçmek gerekiyor. (6E, 26)

Evet çünkü akademik mecraya ilk adım atma basamağı gibi görüyorum. Hani, eğitim seviyem diğer akademik personele göre daha aşağıda, o bir basamak olarak görmemde daha etkili oluyor. Başvuru yaparken, bu alana girmeye çalışırkenki koşullara baktığımda da, hani en uygun pozisyon bu oluyor. Aslında tam bir kartopu şeklinde ilerledikçe kazanılan unvanlar var. Bu unvanların ilki olarak görüyorum aslında. (2K, 29)

Araştırma görevlilerinden birkaçı, bu unvanı birer kariyer basamağı olarak değerlendirmediklerini; çünkü içinde buldukları koşullarda bir “lüks” olarak sevdikleri ve istedikleri işi yapabiliyor olmalarının kendileri için önemli olduğunu, dolayısıyla bu unvanı da bu sürecin ilk adımı olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların kariyer tanımları ve kariyerizm tartışmasına ilişkin görüşleri, aynı zamanda üniversitelerde karşılaştıkları sorunların tanımlanması ve tartışılması açısından bir başlangıç noktasıdır. Akademik üretimden ücret hiyerarşisine, liyakat tartışmasından sosyal bilimlerde üniversite-sanayi işbirliğinin nasıl değerlendirildiğine yönelik görüşler bu kapsamda incelenebilir.

“Bence Akademinin Yüzlerce Problemi Var!”: Akademisyenlerin Akademideki Sorunları

Araştırma görevlilerinin tamamı, akademinin pek çok problemi olduğu görüşündedir. Söz konusu problemler arasında en çok “düşünce ve ifade esareti”, “akademik üretim ve özgünlük problemi”, “devlet ve vakıf üniversitelerindeki ücret dengesizliği”, “akademik unvana dayalı ego”, “kibir” ve “akademi ile özel sektör/şirket ortaklığı”na yer verilmiştir. Akademik üretim problemi, hâlihazırda üretilmiş olan çalışmalar üzerinden çeviri metinlere dayalı bir yeniden üretim yapma durumu olarak ifade edilmektedir. Genel eğilimin bu yönde olması, özgünlüğü bulunan daha nitelikli çalışmaların yerini, puan ve kriterlere uygun; fakat nitelik amacından yoksun ve sayısal değeri üzerinden karşılık bulan çalışmalara bırakmasına neden olmaktadır:

Akademinin yüzlerce problemi olduğunu düşünüyorum. Güncel olarak tabii ifade özgürlüğü, akademisyenlerin hedef gösterilmesi, tehdit edilmesi ve devletin ellerinin her zaman yakamızda, boğazımızda olması sayılabilir. Ancak bundan sonra, iş güvencesizliği ya da senet gibi bağlayıcılıklarla oluşturulan köleleştirme, emek ve ücret dengesizliği var... (5K, 27)

Temel sorun üretken olamamak veya üretken olanların niteliksiz çalışmalarıdır. Nitel çalışmalardan nicel çalışmalara yoğunlaşıyor. (6K, 25)

Bence en büyük problemi, niteliğe değil de niceliğe önem verilmesi. Akademisyenlerin kendi hayatlarında, işte yayınlanmamış olabilir; ama şu sempozyumdan bu sempozyuma, şu kongreden o kongreye koşturarak her yerde olma ve işte her yerde olduğunda, nicel olarak her yerde olduğunda sanki niteli de çıkartıyormuş gibi bir anlayışı da büyük bir sorun olarak görüyorum [sic]. (1K, 26)

Ücret dengesizliği konusunda katılımcılar, devlet ve vakıf üniversitelerinde alınan ücret/maaş konusunda bir standart bulunmadığını ve aynı unvana sahip olan kişiler arasındaki bu türden bir farklılığın motivasyonu olumsuz yönde etkilediği görüşündedir. Ayrıca kitap satın alma, uluslararası akademik toplantılara katılma gibi konularda da alınan maaş-ücret kısıtlarına yönelik problemlerin yaşanmakta olduğu ifade edilmiştir:

Bir sorun da bence vakıf üniversiteleri ile devlet üniversiteleri arasındaki fark. Yani Türkiye’de, devlet üniversitesinde akademisyen olmak zor; eğer ki oluyorsan, politik baskılara maruz kalıp kendini ketlemek zorunda kalabiliyorsun. Vakıf üniversitesinde çalışmaya başladığında, görece daha özgür olabiliyorsun; ancak kendini gerçekleştirmek için en basitinden istediğin kitapları almak için bile, hani maddi olarak bir sıkıntın olabiliyor. İşte sömürü meselesi zaten var... Hani o yüzden akademinin de aslında bir endüstri gibi akademinin içindeki bireyleri sömürdüğünü ve bunun aslında olmaması gerektiğini düşünüyorum (1K, 26)

Foucault’nun iktidar okumasıyla akademiye dışsal bir iktidar anlayışının yanı sıra; bizzat bu alanın içinde kurulan unvanlar, çıkar ilişkileri ve etkileşim temelindeki ilişkilerin de özneyi, söylemi ve iktidarı kuran birer dinamik olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla bu noktada akademik unvana dayalı hiyerarşi üreten bakış açısı, katılımcılar tarafından hem akademik alanda hem de akademi dışında kurulan ilişkilerde de sürdürülen bir durum olarak değerlendirilmektedir. Özellikle hoca-asistanlığı uygulamasına işaret eden katılımcılar, daha üst unvanlara sahip akademisyenler arasında çeşitli sebeplerle meydana gelen kutuplaşmaların, bu hocaların asistanlığını yaptıkları için kendilerini de doğrudan veya dolaylı şekilde etkilediğini vurgulamışlardır:

Türkiye açısından baktığımızda bence bir numarada kesinlikle kişisel ilişkilerin çok ön planda olması ve ego patlaması geliyor. Yani şöyle anlatayım. Öğrenci olarak bir hocanın dersine girdiğinizde veya bir hocanın verdiği ödevi yaptığınızda, hoşlanmadığı bir diğer hocanın asistanıysanız, size karşı çok farklı davranabiliyor. (3E, 26)

İkinci sorun da ego meselesi, yani insanlar maalesef bu akademik kariyer meselesini kendi benliklerini yeniden oluşturup ve o benliklerini diğerlerinden üstün görme alanı olarak da işte ben bunu yaptım, ben şunu yaptım, benim şu kitaplarım çıktı gibi algılıyorlar. İkinci sorun da bu. Bunun çok yanlış olduğunu düşünüyorum; çünkü akademi denilen şey aslında bir bilim ve bu tutkuyla yapılması gereken bir şey, başka motivasyonlarla yapılması gerekmemeli [sic]. (1K, 26)

Bu başlığa ilişkin dikkat çeken bir bulgu da akademisyenlerin ve akademik faaliyetlerin özel sektör faaliyetleriyle kurduğu girift yapısıdır. Üniversite-sanayi iş birliği olarak anılan projeler veya patent sürecinin işletilmesi de bu ilişkilerin bir parçası olarak ele alınmaktadır. Akademi-özel sektör/şirket ortaklığı problemine yönelik olarak genel problem, bir araştırma görevlisinin görüşme sırasında ifade ettiği biçimiyle, özellikle bazı alanlarda yapılan akademik çalışmaların, aynı zamanda bu birimde yer alan meslektaşlar tarafından bir şirket ölçeğine de taşınarak buradan ekonomik bir gelir kaynağının daha edinilmesi ve üretilen bilginin meşruiyetinin bu anlamda sorgulanır hale gelmesinin vurgulanmasıdır:

Akademisyenlerin özel sektörle olan ilişkileri gittikçe daha girift hale geliyor, arada insanların kendi çıkarlarına bazı işler yürüttüğü intibası oluşmaya başlıyor. Dolayısıyla da bilimsel verilerin güvenilirliğini sarsıyor açıkçası, yani siz bir yerde bir çalışma, bir makale okuduğunuzda biraz, özellikle sağlık ya da teknoloji alanında, bizzat o kişinin özgeçmişine biraz göz gezdirdiğinizde bazı firmalarla, bazı işletmelerle ortaklıklarını görüyorsunuz. Bu da bir soru işareti oluşturuyor insanların kafasında; acaba aralarında bir çıkar ilişkisi var mı, acaba bu bilimsel veriler ne kadar bilimsel? Ya da istenilen sonuçlar ne kadar doğru? Rakamlar, istatistikler istenildiği şekilde mi veriliyor, şeklinde bir durum var. (2K, 29)

Bu görüşmeler sırasında ifade edilen diğer problemler, akademideki çalışma koşulları başlığı altında toplanabilir: İş güvencesizliği, 50d sorunu ve ÖYP sistemi, yoğun idari iş yükü ve iş tanımının belirsizliği. Özellikle ciddi bir kadro problemi olarak 50d sorununun ciddi bir iş güvencesizliğini beraberinde getirdiği ve doktora sonrası dönemde akademinin dışında kalma tehdidinin, kişi üzerinde oldukça ağır bir baskı oluşturduğunu söylemek mümkündür. 2016 yılı itibarıyla işleyişi sonlandırılan ÖYP sisteminde ise kadro problemi kısmen aşılmıştır; fakat burada da ilgili süreçte aktif olarak çalışmasına rağmen, karşılaşılan yüksek tutarlı senet prosedürü ve öğrencilik sırasında lisansüstü eğitim kurumuna görevlendirme aşamasındaki zorluklar göze çarpmaktadır. ÖYP sisteminin yüksek lisans ve doktora eğitiminin belirlenen sürelerde tamamlanması durumu başta olmak üzere şart koştuğu kriterlerin tamamının yerine getirilmesi durumu da benzer bir baskıcı tutumun ürünüdür. Bir

diğer husus, akademisyenlerin unvanlarına yönelik, sınırları net bir iş tanımının bulunmamasıdır. Bu durum çoğunlukla akademik çalışanın kendi alanı ve görev tanımı kapsamında değerlendirilemeyecek yoğun bir idari iş yükü ile karşı karşıya kalmaları ve kendi çalışmalarının sekteye uğraması durumuyla sonuçlanmaktadır.

Görüşmelerde yer verilen diğer sorunlar, düşünce ve ifade özgürlüğü sorunu kapsamında değerlendirilebilecek olan, bilime ve bilim insanına yönelik müdahaleler, klientalist ilişkiler, gündemden ve toplumsal gerçekliklerden kopuş ve “anlaşılamama” ile bilim insanlarının “medyatikleşmesi” konularına ilişkindir:

Bilim insanlarının fazla medyatik olmalarını da rahatsız edici buluyorum. Onları her fırsatta ekrandan gördüğümde kendime şu soruyu soruyorum: 81 milyonluk ülkemizde fikrine danışılacak sadece iki doktor, bir tarihçi ve bir jeofizik mühendisi mi var? Onlar mı çok yetkin de diğerlerine pabuç bırakmıyor; yoksa birileri onların entelektüel birikimini ve gücünü sömürüyor da üzerlerinden prim mi yapıyor? Düşünmek lazım. (6E, 26)

Özellikle son dönemde akademik bildirimler üzerinden gündeme gelen hoşgörüsüz ve baskılayıcı birtakım “önlemlerin” alınması, görüşme yapılan akademisyenler tarafından da akademinin özgür ve özgün bir bilimsel üretim yapabilme meşruiyetine yönelik soru işaretlerini artırdığı yönünde değerlendirilmiştir. Bir diğer problem olan klientalist ilişkilerin hem akademi içinde ekonomik-politik çıkar odaklı belirli grupların oluşumuna neden olduğu ve bu ilişkiler ağında yer almamanın da dışarıda bırakılmayla sonuçlandığı ifade edilmiştir. Birkaç katılımcı, akademisyenlerin toplumsal sorunlara veya gerçeklere yönelik bir miyopluk içerisinde olduğu, kapalı kapılar ardında yapılan çalışmalardan ibaret bir akademik duyarlılık içinde kaldığını vurgulamaktadır. Bu tespit bir anlamda teori-pratik arasındaki etkileşimli bağın kopuşu olarak da okunmaktadır. Buna ek olarak özellikle akademik başarının; anlaşılma veya yoğun yabancı dildeki kelimeleri kullanmak olduğuna yönelik bir kabul olduğunun altı çizilmektedir:

Akademinin en büyük problemi, kendi dünyasına hapsolmuş bir şekilde toplumun gerçeklerinden ve gündeminden, kendi dışındaki dünyadan uzak olmasıdır. Bu durum, farkındalık sorunu, "her şeyin en iyisini ben bilirim" düşüncesini içeren kibir ve diğerlerini cahil olarak görme olarak karşımıza çıkmaktadır. (1E, 32)

Hiçbir alanda olmadığı gibi akademiye de mevcut konjonktürden bağımsız ele almak olanaksız. Acıdır ki ülkemizin güncel sosyo-politik işleyişine baktığımızda, bilime ve bilim insanına çok fazla müdahalenin olduğunu görüyoruz. Bunun bir örneğine zaten (Akademisyenler Bildirgesi) yakın zamanda şahit olduk. Bir kavram olarak yüzyıllar önce hür düşüncenin

olduğu bir ortamda doğan “akademi”nin, ortaya çıkışından asırlar sonra sözüm ona mağaraya hapsedilmiş olması, biraz da ironik geliyor bana... (6E, 26)

Araştırma görevlilerinin, özellikle kendi unvanlarına yönelik olarak karşılaştıkları akademik problemler konusunda ise akademinin genel problemlerinden de söz edilmekle birlikte; çoğunlukla bu alanda yeni çalışmaya başladıklarından dolayı, daha çok kendi işe alınma süreçleri, bunu mümkün kılan atama sistemleri ve bu sistemlerin problemleri ile kendi çalışma koşullarına yönelik problemlere yer verdikleri görülmektedir. ÖYP sistemiyle kadro alan araştırma görevlisi katılımcılar, bu sisteme ilişkin yasal düzenlemelerde sürekli yapılan değişiklikler nedeniyle belirsizliklerin oluştuğunu ve kendilerinin aslında sistemden kaynaklanan sorunların gerekçesi olarak gördüklerini belirtmektedirler. İş güvencesizliği kapsamında araştırma görevlileri özellikle 50d olarak tanımlanan doktora döneminin tamamlanmasına kadar istihdam edilen araştırma görevliliği kadrosuna işaret etmektedir. Burada üzerinde durulan nokta ise 50d kadrosunun doktora sonrasında araştırma görevlisinin yaşamına yönelik olumsuzluklara ek olarak akademiye bu biçimdeki bir kadrolaşmanın, belirsiz bir biçim alarak niteliksizleşmesi ve akademinin sonunu hazırlar hale gelmesi durumudur:

En büyük problemin ÖYP kadrosunda yer almak olduğunu düşünüyorum. Adeta bir "üvey evlat"; birçok yönden dışlanmış, sorunların kaynağı, bir yük olarak hissediyorum. En temel ihtiyaçların bile giderilmediğini, yardımcı olmak yerine zorluklar çıkarıldığını, görevlendirmeler konusunda adil olmayan uygulamaların olduğunu söyleyebilirim. Ayrıca verilen sözlerin ve sözleşme şartlarının sürekli değiştiğini, gelecek konusunda belirsizlikler olduğunu düşünüyorum. (1E, 32)

İş güvencesi konusunda, özellikle vakıf üniversitelerinde veya devlet kurumlarında çalışan arkadaşlarımızın 50d maddesi çerçevesinde birçok kez mağdur edildiğini biliyorum... Doktora bittiğinde kadro sorunu yaşamak büyük sıkıntı. (2E, 29)

50d kesinlikle bir meslek ya da size yol çizilmesini engeller bir hale geldi. Ya dediği, işte sen bunu yaptın; ama sen buraya girdin ama bu mesleği yapıyorsun değil; ben istediğim zaman seni gönderirim, sen benim için bir çalışansın yani gibi bir şey oldu. Aslında baya çalışan için çok zor oldu. (4E, 35)

Net bir iş tanımının bulunmamasının, araştırma görevlileri açısından özellikle bir dezavantajı söz konusudur. En alt basamaktaki akademik unvana sahip oldukları için araştırma görevlileri, iş tanımı konusundaki belirsizlik nedeniyle kendileri için yasal olmayan birtakım akademik görevleri üstlenmek (ders verme, sınav değerlendirme,

tez danışmanlığı yapma vb.) idari/sekreteryaya işlerini yürütmek ve bireysel “talepleri” yerine getirmek zorunda kalmaktadır:

Başka bir hocanın adına derse girmek ve o dersin bütün şeylerini, yükünü kendisi taşıyıp, o dersi verenin o hoca olmaması. Yani bu çok büyük bir adaletsizlik, tam bir sömürü aslında. Emek sömürüsü ve hiçbir karşılığı yok bunun. Onun dışında, asistanlığını yaptığın hocanın şeylerini duyuyorum, hani elektrik faturasını ödeyen asistanları duyuyorum, işte klasik zaten çanta taşıma olayı, hani, ya da işte çocuğunu, mesela bizim bir arkadaş, hoca şey diyor asistana: “Çocuğumu baleden alacaksın, piyano kursuna bırakacaksın.” İşte akşam beş trafiğinde arkadaş Kızılay’a gidiyor, o trafikte işte, hocanın çocuğunu alıyor, oradan baleye götürüyor, oradan eve götürüyor hani... Bu nedir yani? Bunun araştırma görevliliği statüsüyle ne gibi bir alakası var? (1K, 26)

Buna ek olarak, idari personelin görev tanımına uygun birtakım görevler de araştırma görevlileri tarafından yapılmaktadır. Bunun haricinde, özellikle “hoca asistanlığı” problemiyle birlikte değerlendirildiğinde akademik ve idari görevlerin tamamen dışında kalan ve unvanı nedeniyle bir asistanı bulunan hocanın kişisel işlerinin de çoğunlukla bir araştırma görevlisi tarafından yapılmakta olduğu belirtilmiştir. Yapılan görüşmelerde akademisyenlerin bu konuya ilişkin olarak kendilerinin veya çevrelerindeki diğer araştırma görevlilerinin deneyimledikleri örnekler de bulunmaktadır. Fakültedeki bilgisayar ve diğer teknolojik cihazların tamiri, çay servisi, düzenli olarak telefonlara bakılması, hocaların faturalarının ödenmesi veya çocuklarının kurslara bırakılması bu örneklerden bazılarıdır. Foucault’nun “kendi öznel deneyimlerimizin öznesi konumuna geçme durumu” olarak dikkat çektiği iktidar kavramı; bu noktada, akademisyenlerin bu dışsal kimliklerin tanımladığı öznel deneyim alanlarıyla kendilerini sınırlandırmaları biçimine dönüşmektedir. Dolayısıyla araştırma görevlilerinin söz konusu iş yükü nedeniyle, en fazla değer üretebileceği ve buna yönelik bir motivasyon sağlama ihtiyacında oldukları bu dönemi pek çok sıkıntılarla geçirdiklerini söylemek mümkündür:

Özellikle idari ve evrak işlerinin yapabilmek için bolca zamanının olduğunun düşünülmesi temel problem. Oysa en fazla okumaya ve araştırmaya zaman ayırması gerekenin olduğu unvanında açıkça belirtiliyor [sic]. (3K, 28)

Akademide araştırma görevlisi olarak karşılaştığımız temel problem, net bir iş tanımımızın olmaması ve bu nedenden kaynaklı, “ne iş olsa yaparız” statüsüne düşmemiz. Bir örnek vermem gerekirse; ben bir araştırma görevlisi olarak cebimde tornavida ve penseyle, projeksiyonların sıkılaştırılması veya tamir edilmesi ya da işte bilgisayarı bozulan memurların bilgisayarlarının tamirini yapıyorum... Yani söylediğim gibi “ne

iş olsa yaparız”cı hale düşüyoruz ve maalesef sistem elimizi kolumuzu öyle bir bağlamış durumda ki itiraz etme hakkımızı kullanamıyoruz. (3E, 26)

En büyük sorun, her işi yapar asistan anlayışının olması. Şahsen ben bölüm içinde, yeri geldiğinde çay servisi de yapıyorum, bir şey hatırlatmam gerekiyorsa telefonla hatırlatıyorum. Morali bozursa o kişinin halini hatırını sorup ekstradan düzeltmeye çalışıyorum. Yani böyle, aslında içimden gelmeyen ama o durumu, o koşulları ya da o kişiyle olan ilişkimin seviyesini iyi durumda tutmak için yapmak zorunda olduğum bazı davranışlarım oluyor. Eh, bu da tabii bende kendime dönük olarak bir sahtelik, bir maske takmak, bir oyuncu gibi o durumu ifade etmek için istemediğim bir hale bürünme hissiyatını yaratıyor. (2K, 29)

Görüşmelerde araştırma görevlilerinin bir bölümü yine kendi deneyimleri ve meslektaşlarının tecrübelerinden hareketle mobbing sorununa yer vermektedir. Araştırma görevlisinin özel hayatına ilişkin olarak bilgi edinilmeye çalışılması ve bu konuda sınırları belirsizleşen nükteli ifadelerin kullanılması, araştırma görevlilerinin halihazırda yürütmekte oldukları çalışma ve araştırma konularına yönelik kibirli eleştirilerin yöneltilmesi veya bunların taklit edilmesi, akademik başarıların takdir edilmemesi ve kadınlık durumuna dair birtakım klişelerle bu başarının alt edilmesi gibi pek çok konu bu kapsamda değerlendirilmiştir:

Ben ÖYP'liyim üniversitede ilk işe başladığımızda bütün ÖYP'lileri bir toplantıya aldılar ve orada açık açık bize dendi ki: “Hiç, işte biz doktora yapıyoruz, yüksek lisans yapıyoruz diye havalara girmeyin. Hocalarınız ne isterse; çanta mı taşıyacaksınız, çay mı götüreceksiniz?.. Yapmak zorundasınız!” Açık açık söylendi. İşte bu açık bir mobbing örneğiydi. Bunun dışında, özellikle araştırma görevlileri 50d'de de sözleşmenizi yenilemeyiz tehdidiyle insanlara çeşitli şekillerde mobbing yapılabiliyor. ÖYP'de de işte başka okuldan geldiğimiz için ve belirli bir sürede eğitimimizi tamamlamak zorunda olduğumuz için; aksi takdirde işimizi kaybedecek olduğumuz için, işte senedinizi yakarız, işte dersten geçirmeyiz, okulunuza şikâyet yazarız şeklinde istediklerini yaptırıyorlar. (3E, 26)

Bir araştırma yapmak istediğinizde, bir yere gitmek istediğinizde çalışmak istediğinizde eğer fiili olarak iş yerinde değilseniz sizin kaydardığınız, işi bıraktığınız, ilgilenmediğiniz, sorumluluklarınızı yerine getirmediğiniz düşüncesi oluyor. Bu aslında bir etiket olarak bütün olmadığınız zamanlarda üzerinize yapışan bir durum haline geliyor. (2K, 29)

Tüm bu açıklamalar irdelendiğinde Foucault'un da en tehlikeli tahakküm biçimi olarak işaret ettiği, insanın özneliği ve öznel deneyimleri üzerinde kurulan farklı tahakküm biçimleri görünür hale gelmektedir. Katılımcıların değerlendirmeleri, “akademinin sorunları” başlığını; özel sektör öncelikleri, mobbing, nitelikli üretim, bu

üretimin amacı ve düşünce-ifade özgürlüğü gibi oldukça çeşitli bir tartışma zeminine yerleştirmektedir. Bu açıdan, ilgili açıklamaların hem bir kurucu-dışsal iktidar; hem de akademisyenlerin etkileşimlerinde yer bulan; özneyi-söylemi kuran iktidar tartışmasıyla birlikte değerlendirilmesi gerekliliğini göstermektedir. Verimlilik kavramı tam da bu açıdan, özellikle akademik üretimin amacı ve niteliği bağlamında, akademisyenlerin karşı karşıya oldukları, aynı zamanda da deneyimleri yoluyla yeniden ürettikleri durum-koşul ve beklentileri ortaya koymaktadır.

“En Fazla Yazan En Birinci Olur!” Akademik Verimlilik Söylemi Üzerine

Akademide verimli olmanın ne anlama geldiği konusunda da araştırma görevlileri birbirinden farklı görüşlere sahiptir. Verilen yanıtlar doğrultusunda, araştırma görevlilerinin bakış açısından verimli olmak, “toplumsal fayda”, “nitelikli yayın yapmak”, “özgün ve yeni fikirler ortaya koymak”, “öğrencilere katkı sunmak”, “düşünsel açıklık” gibi akademik alanın içinde ve dışında değer yaratan bir süreç olarak değerlendirilmiştir. Yapılan görüşmeler sırasında verimlilik ifadesini niceliksel üretimle bitştiren bir hâkim fikir ikliminin bulunduğu; fakat bunun yerine, niteliksel olarak yaratılan değer çok daha görünür olması gerektiği konusunda bir fikir birliği bulunduğu anlaşılmıştır. Katılımcılar, verimlilik kavramının ancak niceliksel kriterler bağlamında anlam kazanabileceğine, bu yönüyle de performans, teşvik ve rekabet ilişkilerini çerçeveleyen neo-liberal piyasa beklentilerine uyum sağlama sürecini beraberinde getireceğine işaret etmektedir:

En fazla makale yazan en birinci olur!” Verimlilikten kişilerin anladığının bu olduğu açık. Ancak ciddi anlamda söylemek gerekirse, verimli olmak, mümkün olduğunca az tekrar ile daha fazla yeni fikir ile eserler ortaya koymaktır. Bir de mesleğin bir yanının öğretmek olduğunu dikkate alırsak, anladığını anlatabilme becerisi kazanmış kişinin de akademik anlamda “verimli” olarak nitelendirilebileceğini düşünüyorum. (3K, 28)

Verimli olmayı nasıl tanımladığımıza bağlı, galiba YÖK bunu çok makale yayımlamak olarak tanımlıyor. Çalışmaların niteliği önemli bence. (2E, 29)

Verimli olmak, akademide iki boyutta olabilir diye düşünüyorum. Bilime ve öğrencilere katkı sağlamak. Her iki anlamda da nitelik önemlidir. Yalnızca makale yazabilirsiniz tüm kariyeriniz boyunca; fakat çığır açabilir. Ya da yalnızca bir öğrencinin hayata bakışını değiştirebilirsiniz. Bir akademisyen olarak verimli olmak bence budur. (5K, 27)

Görüşmeler sırasında akademik verimlilikle ilgili olarak yapılan tanımlama ve değerlendirmelerinde farklı vurguların öne çıkmasına karşın araştırma görevlilerinin, özellikle verimlilik kavramı kadar onun ölçülebilirliği konusunun üzerinde durdukları

gözlemlenmiştir. Burada katılımcılar, son dönemde akademik verimliliğin artışı hedefleyen performans değerlendirme kriterleri, atama kriterleri ve akademik teşvik kriterleri gibi gerek Yükseköğretim Kurulu (YÖK) nezdinde gerekse üniversitelerin kendi ölçütleri doğrultusunda oluşturulan birtakım düzenlemeler üzerinden verimlilik konusunu ele almaktadır. Bu bağlamda söz konusu düzenlemelerin yarattığı problemlere dikkat çeken katılımcılar, verimlilik kavramının bu yönüyle, hâlihazırda nicelik üzerinden bir hiyerarşi ve rekabeti de tanımladığını; dolayısıyla “verimlilik” kavramı üzerinden bir “performans maksimizasyonu” sağlayacak tüm uygulamaların üniversite, akademisyen ve akademik bilgi üretim süreci açısından aynı problemi beraberinde getirdiğini ifade etmektedir. Buna ek olarak, özellikle performans değerlendirmeye yönelik çalışmalar; kamusal hizmet sunan kurumların ardından, akademinin de şirketleşmesi olarak tanımlanabilecek bir özelleştirme uygulaması biçiminde okunmaktadır:

Bu düzenlemeler birer karne sunuyor ve bu karneyi alan aynı unvana mensup kişiler arasında bir rekabet türüyor. Aynı soruna sahip olan kişiler bireyselleşiyor ve sorunlara yönelik çözümler üzerine birlikte düşünmek oldukça zorlaşıyor. (2K, 29)

Performans çalışmaları maalesef daha önce sağlık ve eğitim kurumlarında uygulanmaya başladı. Kamu kurumlarının özel şirketler gibi çalışmasını ve bir müddet sonra bu uygulamalarla kurumların da özelleştirilebileceğini amaçladıklarını düşünüyorum. Yani bir özelleştirme ve buna bağlı olarak da esnek çalışma ile toplumun hazırlanması olabilir. (2E, 29)

Valla, aslında bu şöyle bir şey, hani holdinglerde olur ya performans belirleme, işte tamamen tekil bireyin ne yapıp ne ettiğini her alanda kontrol edip, işte senin performansın böyleymiş, bunu artırmalısın gibi üzerinde bir psikolojik baskı, bu zaten gelişmiş kapitalist toplumlardaki, işte şirketlerin, tekellerin yaptığı bir şeydi. Artık YÖK de bunu yapıyor. Bu tabii ki de hiçbir şeyi ifade etmiyor nitel olarak, akademik başarı olarak, bilimsel bilgi olarak hiçbir şey ifade etmiyor... (1K, 26)

Üniversitelerde temel amaç olarak ortaya konan akademik üretimdeki “yetersizliğin” önüne geçilmesi; küresel ölçekte oluşturulan sıralama sistemleri, dergi endeksleri ve çeyrekleri, dolaşım ağları ve metrikler yoluyla, nicelik kriteri üzeri üzerinden yeniden üretilmektedir. Akademik üretim açısından verimlilik kriteri bu koşullar sağlandığında yerine getirilmiş olmaktadır. Üniversitelerde performans odaklı ücretlendirme ve akademik teşvik uygulamaları da bu sürecin maddi çıktıları olarak konumlandırılmaktadır. Bu sistem, araştırma görevlileri tarafından “üretimin amacı” ve “üretimin niteliği” açısından eleştirilmektedir. Ücret ve kadro teşviklerinin,

akademik üretimi artırma amacıyla bir pekiştireç olarak tanımlanması, niceliksel sıralamalarda tatmin edici; fakat niteliksel olarak birbirini tekrarlayan, yeni-özgün bir değerlendirmeden yoksun, maddi-statü olanaklarının temel amaç haline geldiği ve bu yönüyle ne kadar verimli olabildiği tartışılabilir bir akademik üretim pratiğini beraberinde getirme riski taşımaktadır. Verimlilik söylemi de bu nedenle, akademinin 50'd kadro problemiğine benzer şekilde, kendi dışındaki, sistemden kaynaklanan üretim kaygıları gerekçesiyle içinin boşaltılması biçiminde yorumlanmaktadır:

Yayın bağlamında verimlilik, özünde nitelikli çalışmalardan geçiyor; ancak yukarıda bahsettiğim akademik yükselme için "bonus toplama" zorunluluğu, nitelikten ziyade niceliksel bir verimlilik çabasını beraberinde getirebiliyor. (6E, 26)

Bu düzenlemelerin herhangi bir işe yarayacağını düşünmüyorum. Çünkü maalesef uygulamada çok büyük eksiklikler var. Uygulamada her şey torpide bakıyor akademide. Teşvik uygulamasının da bilimsel tembelliğe hiçbir olumlu etkisinin olacağını zannetmiyorum. Çünkü dediğim gibi niteliğe değil niceliğe bakılıyor ve pek çok kişinin ödevinden bozma makaleyle, sadece teşvik almak için çalışmalarının kalitesini halihazırdan daha da fazla düşürerek, daha fazla yayın yapmaya yöneleceklerini düşünüyorum. (3E, 26)

Akademiye ilişkin tartışılan tüm bu sorunların ardından, sunulabilecek çözüm önerileri ve alınabilecek önlemler konusunda araştırma görevlilerinin de pek çok sözü bulunmaktadır. Bunlardan ilki, performans değerlendirme kriterlerinin ücret karşılığının hesaplanması gibi örtük durumların net bilgi ve kaynaklarla açıklanmasıdır. Çünkü hâlihazırdaki performans değerlendirme ve akademik teşvik sistemlerinin hangi yeterliliği ne şekilde puanlandığı ve unvanlar arasındaki yetkinlik durumunun etkili bir biçimde gözetilerek buradaki değerlendirme kategorilerinin nasıl oluşturulduğu bağlamında bir belirsizlik durumu olduğu sıklıkla ifade edilmektedir. YÖK tarafından oluşturulan bu ölçütlerin yanı sıra, zaman zaman üniversiteler kendi teşvik ve performans kriterlerini de oluşturmakta ve değerlendirmelerini bu kriterler üzerinden gerçekleştirmektedir. Dolayısıyla tüm unvanlarla birlikte araştırma görevlileri de kendileri bir "değerlendirmeye tabi tutulurken" hangi yapının ölçütlerine göre desteklendiği veya yaptırımlarına maruz kalacağı konusunda da bir bilgilendirme alamamaktadır:

Bu düzenlemeler hangi araştırmalar sonucunda, kimler tarafından, hangi gerekçelerle yapılıyor; çok bilmiyorum. Örneğin fiyatlandırma sistemine nasıl karar veriliyor, bir makalenin o fiyata eşdeğer olması nasıl tespit ediliyor? (1E, 32)

Bütün üniversiteler YÖK'e tabi olmasına rağmen vakıf üniversitelerinde ayrıca bir performans değerlendirme sistemi var ve kriterleri de bambaşka. YÖK'le paralellikleri var; fakat fazlalıkları veya eksiklikleri de var. Dolayısıyla bu kafa karışıklıklarına sebep oluyor. Yani ben YÖK'e tabi olarak mı titrimi alacağım; yoksa üniversitenin performans kriterlerine göre mi? Dolayısıyla bir performans değerlendirmesine tabi tutulduğumda ben, benden ne bekleniyor, onu bilmiyorum. Mesela yeni oluşturulan performans sisteminde bir giriş yapıyoruz; fakat sonuçta çıkan çok yetersiz ya da yetersiz ifadesi ben, ne isteniyordu da benden onun yetersizliğini vermiş oldum, onun yetersizliğini bilemiyorum. O yüzden bu hem motivasyonu etkiliyor ve gelecekle ilgili endişeler duymama sebep oluyor. (2K, 29)

Dolayısıyla, özellikle performans değerlendirme kriterlerine yönelik olarak öne çıkan öneri, bu sistemin iş güvencesi ve çalışma koşulları açısından bir tehlike oluşturmadığına ilişkin açıklamaların netleştirilmesidir. Araştırma görevlileri hangi kurumun kriterlerine tabi olduklarını ve burada "yeterli" olma durumunun nasıl tanımlanacağına dair bir belirsizliğe dikkat çekmektedir. Temel akademik yetkinlikler konusundaki eksikliklerin (dil eğitimi, yurt dışı araştırma deneyimi vs.) tamamlanması ve üniversitelerin akademisyen adaylarını yetiştirmeye yönelik kaygı taşınması ise katılımcılar tarafından öncelikli ihtiyaçlar olarak değerlendirilmiştir. Buna ek olarak, performans kriterlerinin sonuçlarının maddi karşılıklarının yanı sıra, daha üst unvanlara mensup kişiler tarafından takdir edilme ve desteklenme, çalışma ortamının düzenlenmesi gibi motivasyon desteklerinin sunulması da oldukça önemli bulunmaktadır:

Açıkçası teşvik için sana 100 puan verdik ama oda arkadaşına 20 puan verdik, sen ondan daha başarılısın. Bu benim hayatımda ne değiştirecek? Ben bunu nasıl kullanabilirim mesela? Tabii ki insanlar somut bir şeyler görmek istiyor. Benim için bu ne olabilir? Mesela benim çalışma ortamımın fiziksel koşulları çok kötü. Gerçekten berbat bir yerde hani, berbat bir odada, havasız bir ortamda çalışıyorum. Ama teşvikse evet, daha üst kademedeki hocaların seni adam yerine koyması, seni mesela odasına çağırıp, konuşup, sana sorunlarını sorması; mesela bence bu bir teşvik yöntemi. (4K, 29)

Bana göre para dışında daha farklı motive edici unsurlar konusunda da çalışmalar yapılmalıdır. Örneğin bir akademisyen için takdir görme, araştırma yapma konusunda daha tetikleyici olabilir, iş ortamının iyileştirilmesi fark yaratabilir. Prosedürler konusunda esneklik sağlanması, kararların daha adil bir biçimde ve hızlı alınması da teşvik edici bir yöntem olabilir. (1E, 32)

Verimlilik kavramını, niteliksel değer üretiminin ön plana çıkarılması olarak değerlendiren katılımcılardan biri çözüm önerisi olarak, doçentlik tezinin yeniden bir

kriter olarak devreye girmesi gerektiği görüşündedir. Söz konusu atama kriterlerini birbirinden türetilen ve niceliksel yayın koşullarını yerine getirmekten ibaret olarak değerlendiren bir doçentlik süreci yerine, daha uzun soluklu ve derinlikli bir çalışmaya dayanan sürecin doçentlik kriteri olarak alana niteliksel bir katkı sunacağı görüşü paylaşılmıştır.

Bir diğer öneri, araştırma görevlisi olma sürecinde girilip başarılması gereken sınavların niteliğine ilişkindir. Özellikle Akademik Personel ve Lisansüstü Eğitimi Giriş Sınavı'nın (ALES) Türkçe ve matematik bilgisinin ölçüldüğü bir sınav olarak yetersizliği ve bunları başarmış bir kişinin akademiye geçişinin mümkün kılınması konusu üzerinde düşünülmelidir. Akademiye ilk kabul aşamasındaki puantaj ve sınav sistemleri, özgün akademik niteliklerin keşfedilmesinden çok; dersane ve test tekniğini geliştirme üzerinden sınavlara hazırlanan ve en fazla net yaparak en yüksek puanı toplama yoluyla çalışan bir süreci desteklemektedir. İşe alımlarda özellikle üzerinde durulan bir başka konu da daha adil ve şeffaf bir sınav değerlendirme sürecinin oluşturulabilmesi üzerinedir.

Son olarak, araştırma görevlilerinin araştırma ve üretim süreçlerinin desteklenmesi, yayın yapma aşamasında, genç akademisyenler olarak düşünsel ve pratik koşullarının iyileştirilmesine yönelik çalışmaların desteklenmesi, onların bakış açısıyla tanımlanan ve tartışılan "kariyer" ve "verimlilik" söyleminin ve işaret edilen problem alanlarının, gelecek dönemde üniversite-akademisyen ve akademik üretim sürecinin koşul ve sorunlarını ifade ettiğine yönelik bir farkındalığın sağlanması önem taşımaktadır.

Sonuç

Türkiye'de 1980 sonrasında etkili olan neo-liberal politikaların akademide meydana getirdiği ekonomik, politik ve sosyo-kültürel dönüşümün değerlendirilmesinde, tekil bir devlet iktidarı odağının yanı sıra akademi ve akademisyenin içselleştirilmesi beklenen denetim mekanizmalarını kuran bir iktidar okuması gerekmektedir. Bu bağlamda akademinin kendisi de total bir gözetimi çeşitli yaptırım mekanizmalarıyla devrede tutmakta, akademisyenleri performans kriterleri ve akademik teşvik uygulamaları gibi bir takım "stratejik düzenlemelerle" bireyselleştirerek bir panoptikon içine kapatmaktadır. Dolayısıyla bu gibi sonuçlar, akademi dahilinde de neo-liberal ilişkilerin doğallaştığı ve bir alternatif olarak eleştirel dönüşüm fikrinin "marjinal" olarak

değerlendirildiği bir biçimde yeniden üretildiğini göstermektedir. Bu nedenle piyasanın talepleriyle uzlaşan “verimlilik stratejileri”, “girişimcilik kültürü”, “kalite standartları”, “üniversite-sanayi işbirliği”, “performans kriterleri”, “devlet ve vakıf üniversiteleri ikilemi” gibi örneklerle akademinin “meşru” zemininde yeniden üretilmektedir. Nitekim bu nedenle kapitalist verimlilik mantığıyla birlikte örtük iktidar biçimlerinin de üniversitelerde yerleşik hale gelmesinin izlerini sürmek gerekmektedir. Akademi içinde de kariyer basamaklarını hızla tırmanmak, niceliksel yayın ve proje üretimi yoluyla toplanan puanlar üzerinden değer kazanan bir çalışma formuyla bitştirilmekte ve akademik verimlilik söylemi bu kriterler üzerinden inşa edilmektedir. Bu noktada Foucault’nun Özne ve İktidar (2005) eserinde vurguladığı sorunsal; devlet ve kurumlarına yönelik bir kurtuluş fikrinden ziyade, bu yapı ve kurumlar tarafından inşa edilen ve dayatılan bireysellik ve kimlikten kendimizi kurtarmak, yeni öznellikler geliştirmek veya öznesizleşmek yoluyla özgürleşmeyi vurgulamaktadır.

Araştırma görevlileri kendi unvanlarına ilişkin sorunları, akademinin genel sorunlarıyla kesiştirerek çalışma koşulları, ücret dengesizliği, düşünce ve ifade esareti, mobbing, iş güvensizliği, iş tanımının bulunmaması gibi pek çok sorunu kendi deneyimlerinden örneklerle ifade etmiştir. Genel anlamda sorunlar birbirinden farklı nitelik kazansa dahi araştırma görevlileri ve diğer tüm akademisyenlerin hissetmekte olduğu kısıtlanma ve denetim endişesi, tüm bu sorunlarda gözlemlenen ortak bir sonuç olarak belirginleşmektedir. Diğer yandan, işaret edilen sorunlarda “iktidarın gözü”nün akademiye öznelarası bir eylem ve bir sistem olarak dahil olduğu görülmektedir.

Elde edilen bulgular sonucunda, kariyer ve verimlilik söyleminin, öznedeki içkin akademik deneyimlerden, üniversitedeki çalışma pratiklerine ve neo-liberal yapısal koşullarla uzanan çoklu bir iktidar kavrayışıyla birlikte değerlendirilmesi gerektiği görülmüştür. Katılımcı akademisyenlerin bir bölümü, egemen ve dışsal bilgi alanları ve kendileri için yapılandırılmış öznelliğin dışına çıkmayan değerlendirmelerde bulunmaktadır. Diğer yandan akademisyen katılımcıların bir bölümünün ise; kendilerine kavramlar yoluyla dayatılan bireysellikleri ve kimlikleri reddederek, tarihsel bağlama ilişkin sorgulama yoluyla mevcut öznelliği reddetme ve yeni öznellikler geliştirme çabası vermekte olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bilgi-iktidar tartışması açısından; özne üzerinde kurulan yapısal ve öz denetim tartışmasını ihmal etmeyen bir üniversite, öğrenci-akademisyen ve bilgi üretim sürecine ilişkin bütüncül

bir bakış açısına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu da akademinin sorgulama, araştırma birikimi ve eleştirel potansiyele sahip değer üretim sürecinin devamı ve buradaki kritikabanın yeniden üretimi yoluyla sürdürülebilir.

Kaynakça

- Alemdaroğlu, Ayça (2015). “Yabancı Şirketler, Özel Üniversiteler ve Yükseköğretimin Dönüşümü: Laureate Education Inc. Örneği” içinde. *Yükseköğretimin Serbest Düşüşü: Özel Üniversiteler*. Serdar M. Değirmencioğlu ve Kemal İnal (der). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Althusser, Louis (1994). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Althusser, Louis (1995). *Kapital’i Okumak*. İstanbul: Belge Yayınları.
- Altıparmak, Kerem (2016). “Akademik Özgürlük ve Türkiye”. *Mülkiye Dergisi*, 40(3):189-196.
- Anderson, M. S., Ronning, E. A., De Vries, R., Martinson, B.C. (2010). “Extending the Mertonian Norms: Scientist’ Subscription to Norms of Research”. *The Journal of Higher Education*, 81(3): 386-393. DOI: 10.1353/jhe.0.0095.
- Bal, Sevil (2021). Modern Akademik Bilgi Üretim Sürecinin Dönüşümü ve Dönüştürdükleri: Türkiye’de Akademik Ethos’un Olanakları. (Doktora Tezi), Ulusal Tez Merkezi. No:671639.
- Balyer, Aydın (2011). “Türk Akademisyenlerin Akademik Özgürlük Algıları”. *Eğitim ve Bilim*, 36(162):138-148.
- Bentham, Jeremy (2008). *Panopticon: Gözün İktidarı*. İstanbul: Su Yayınları.
- Bingöl, Bilge (2012). “Üniversite Özerkliğinin Değişen Tanımı ve Üniversitelerin Yeniden Yapılandırılması”. *Hacettepe Hukuk Fakültesi Dergisi*. 2(2):39-75.
- Bülbül, Tuncer ve Binali Tunç (2011). “Yeni” Üniversite, Akademik Kimlik, Akademik Yükseltmeler, Çalışma Koşulları ve Ücretler. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Canpolat, Nesrin (2003). “Foucault.” İçinde. *Kadife Karanlık: 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar*. Nurdoğan Rigel, Gül Batuş, Güleda Yücedoğan ve Barış Çoban (der). İstanbul: Su Yayınları. 75-130.
- Clark, Burton R. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organisational Pathways of Transformation*. Oxford: Pergamon Press.
- Çiğdem, Ahmet (2003). “Üniversiteye Ne Oldu?”. *Toplum ve Bilim*. 97: 65-71.

- Çolak, Esra (2015). "Akademide Güvencesiz Çalışma: Araştırma Görevlileri Deneyimleri". *ViraVerita E-Journal*. (2):23-44.
- Damar, Muhammet, vd. (2020). "Bilimsel Üretkenlik Bağlamında Dünya Sıralama Sistemleri ve Türkiye'deki Üniversitelerin Mevcut Durumu". *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 3(3):107-123.
- Demir, Engin, vd. (2017). "Akademik Yükseltme ve Atama Sürecine Yönelik Öğretim Üyesi Görüşleri". *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*. 7(1):12-23.
- Er, Emre, vd. (2019). "Türk Yükseköğretiminde Öğretim Elemanı Yetiştirmeye Yönelik Bir Değerlendirme: Öğretim Üyesi Yetiştirme Programı (ÖYP) Örneği". *Baskent University Journal of Education*, 6(2):304-312.
- Erdem, Ali Rıza (2012). "Küreselleşme: Türk Yükseköğretimine Etkisi". *Yükseköğretim Dergisi*. 2(2): 109-117.
- Erdil, Erkan, vd. (2013). "Değişen Üniversite-Sanayi İşbirliğinde Üniversite Örgütlenmesi". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 68(2): 95-127.
- Ergur, Ali (2003). "Üniversitenin Pazarla Bütünleşmesi Sürecinde Akademik Dünyanın Dönüşümü". *Toplum ve Bilim*. Güz(97):183-216.
- Foucault, Michel (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings 1971-1977*. Der., Colin Gordon. Çev., Colin Gordon, Leo Marshall, John Mepham, Kate Soper. New York: Pantheon Books.
- Foucault, Michel (1993). *Michel Foucault Ders Özetleri: 1970-1982*. Çev., Selahattin Hilav. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Foucault, Michel (2002). *Toplumunu Savunmak Gerekir*. Çev., Şehsuvar Aktaş. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Foucault, Michel (2005). *Özne ve İktidar*. Çev., Işık Ergüden ve Osman Akınbay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, Michel (2011). *Büyük Kapatılma*. Çev., Işık Ergüden ve Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, Michel (2014). *Bilginin Arkeolojisi*. Çev., Veli Urhan. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Foucault, Michel (2015). *İktidarın Gözü*. Çev., Işık Ergüden. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gencel, Ufuk (2001). "Yükseköğretim Hizmetlerinde Toplam Kalite Yönetimi ve Akreditasyon". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 3(3): 164-218.
- Halıcı, Alperen, vd. (2017). "Öğretim Üyesi Yetiştirme Programı (ÖYP) ile Atanan Araştırma Görevlilerinin Statülerinin Değiştirilmesine Yönelik Akademisyen Görüşleri". *Journal of Human Sciences*. 14(3):2730-2747.
- Hill, Dave (2004). "Books, Banks and Bullets: Controlling Our Minds: The Global Project of Imperialistic and Militaristic Neo-liberalism and Its Effects on Education Policy." *Policy Futures in Education*. 2(3-4): 504-522.
- Khayati, Mustapha (2021). *Öğrenci Hayatının Sefaleti*. Çev., Metin Yetkin. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Kiper, Mahmut (2010). *Dünyada ve Türkiye'de Üniversite-Sanayi İşbirliği ve Bu Kapsamda Üniversite-Sanayi Ortak Araştırma Merkezleri Programı*. Ankara: TTGV. <https://www.ttgiv.org.tr/tur/images/publications/6005bd04eec7d.pdf> Erişim Tarihi: 11.10 2022.
- Kurtoğlu, Mete (der.) (2019). *Neoliberalizm Bilgi ve Üniversiteler: Eleştirel Yükseköğretim Araştırmalarına Giriş*. İstanbul: Notabene.
- Kükner, Bilgen (2016). "Bir Hak Olarak Akademik Özgürlük". *ViraVerita E-Dergi*, 2:65-88. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/viraverita/issue/22434/240073> Erişim Tarihi 15.12.2022.
- Marx, Karl ve Friedrich Engels (1992). *Alman İdeolojisi*. Ankara: Sol Yayınları.
- Marx, Karl (2010). *Kapital: Ekonomi Politiğin Eleştirisi*. 1. Cilt. Çev., Mehmet Selik ve Nail Satlığan. İstanbul: Yordam.
- Özdemir-Taştan, İnan ve Aydın Ördek (2019). *OHAL Döneminde Akademik Özgürlükler Araştırması Raporu*. İnsan Hakları Okulu. Ankara. https://insanhaklariokulu.org/wp-content/uploads/2019/12/O%CC%88zdemir-O%CC%88rdek_Rapor_2019.pdf Erişim Tarihi: 13.2.2023.

- Sayılan, Fevziye (2007). "Eğitimdeki Değişim." İçinde. *Küreselleşme ve Türkiye*. Ebru Oğuz ve Ayfer Yakar (der). Ankara: Dipnot Yayınevi. 59-82.
- Sarup, Madan (2004). *Post-yapısalcılık ve Post-modernizm*. Çev., Abdülbaki Güçlü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Touraine, Alain (2002). *Modernliğin Eleştirisi*. Çev., Hülya Tufan. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Urhan, Veli (2000). *Michel Foucault ve Arkeolojik Çözümleme*. İstanbul: Paradigma Yayınları.
- Uysal, İbrahim., Anıl, Duygu ve Ertuna, Levent (2015). "Türkiye'deki Araştırma Görevlilerinin Mesleki Sorunlarının İkili Karşılaştırma Yoluyla Ölçeklenmesi". *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*. 6(2):279-292.
- Vatansever, Aslı ve Meral Gezici Yalçın (2015). *Ne Ders Olsa Veririz: Akademisyenin Vasıfsız İşçiye Dönüşümü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Weber, Max (2004). Meslek Olarak Bilim. (içinde) *Sosyoloji Yazıları*. s. 200-236. Der., H.H. Gerth ve C.W. Mills. Çev., Taha Parla. İstanbul: Metis.
- Wissema, J. Gooitzen (2009). *Üçüncü Kuşak Üniversitelere Doğru*. İstanbul: Özyeğin Üniversitesi Yayınları.
- Yılmaz, Ömer ve Salih Paşa Memişoğlu (2019). "Yükseköğretim Kurumlarında Akademik Performans Değerlendirmeye İlişkin Akademisyen Görüşleri". *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*. 9(3):542-554.



Kültür ve İletişim

culture&communication

Yıl: 26 Sayı: 51 (Year: 26 Issue: 51)

Mart 2023-September 2023 (March 2023 - September 2023)

E-ISSN: 2149-9098

2023, 26(1): 74-107

DOI: 10.18691/kulturveiletisim.1183337

****Araştırma Makalesi****

Gazete Haberlerini Konu Alan Yüksek Lisans Tezlerinde “İdeoloji”*

Mehmet Pelivan**

Öz

Bu çalışmada Türkiye’de iletişim anabilim dalları altında yapılmış ve gazete haberlerini konu edinen yüksek lisans tezlerinin ideoloji yaklaşımları incelenmiştir. Bu inceleme için önce Ulusal Tez Merkezi üzerinden anahtar kelimeler ile taramalar yapılmış ve iletişim anabilim dalları altında gazete haberlerini konu alan 409 yüksek lisans tezi tespit edilmiştir. Bunların içinden inceleme için, amaca yönelik teknik ile 23 tez seçilerek örneklem oluşturulmuştur. Örneklemdeki tezler nitel yöntem ile gerçeklik-ideoloji ilişkisi çerçevesinde ve üç başlık altında tartışılmıştır. Birinci başlıkta, gerçekliğin haberler ile aktarıldığını savunan liberal yaklaşımla yazılmış tezler ele alınmıştır. İkinci başlıkta, gazeteler ile gerçekliğin siyasi otorite ya da sermayenin çıkarları için çarpıtıldığını savunan ekonomik belirlenimci ve araçsalci araştırmalar incelenmiştir. Üçüncü başlıkta ise ideoloji bağlamında gerçekliğin inşa edildiğini vurgulayan çalışmalara odaklanılmıştır. Bu üç başlık altında, tezlerde benimsenen kuramsal ve yöntemsel yaklaşımların ideoloji tartışmasına getirdiği sınırlılıklar ile çalışmalarda kuram ve yöntemin uygulanması esnasında ideoloji ekseninde ortaya çıkan sorunlar irdelenmiştir. Yapılan inceleme neticesinde, incelenen tezlerde ideoloji tartışmasındaki sorunlar üç başlıkta ele alınmıştır. Birincisi, benimsenen kuram ile yöntemin ideoloji kavramlaştırması ve çözümlemesi için yeterli olmaması sonucunda sınırlılıkların ortaya çıkmasıdır. İkincisi, tezlerdeki kuramsal yaklaşım doğrultusunda sorgulama yapılmamasıdır. Üçüncüsü ise tezlerde sorunsal olarak benimsenen ve yapılmak istenen ideoloji tartışması için yöntemin uygun olmaması ya da uygulan(a)mamasıdır.

Anahtar Sözcükler: İdeoloji, yüksek lisans tezleri, haber, gerçeklik, iletişim araştırmaları.

* Geliş tarihi: 2.10.2022 . Kabul tarihi: 25.2.2023

**Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü,
Orcid no: 0000-0002-3745-0780, plvnmhmt@gmail.com

****Research Article****

“Ideology” in the Master's Theses Dealing with News in Daily Papers*

Mehmet Pelivan**

Abstract

In this study, I examined the master's theses written in the departments of communication in Turkey according to their approach to ideology. Initially, I skimmed through theses at the National Theses Centre with keywords and determined 409 master theses 23 of which embraces the research sample. My investigation unfolds through three headings on the axis of reality- ideology relationship. Under the first heading, I discuss the theses written in a liberal fashion. Under the second heading, I examine studies that used an economic determinist method as well as an instrumentalist one. Under the third heading, I focus on the theses emphasizing that the reality is constructed via ideology. Under these three headings, I analyse the limitations of the discussion of ideology caused by the theoretical and methodological approaches adopted in the theses. I also look at the ideology-driven problems arising during the implementation of theory and method. As a result, the issues concerning the concept of ideology in the examined theses can be classified under three headings. The first is the emergence of limitations as a result of the fact that the theory and method adopted are not sufficient for the conceptualization and analysis of ideology. The second is that questioning cannot be made in line with the theoretical approach in the theses. Finally, the method is not suitable or cannot be applied for the targeted discussion of ideology.

Keywords: Ideology, master thesis, news, truth, communication research.

* Received: 2.10.2022 . Accepted: 25.2.2023

**Ankara University, Faculty of Communication, Department of Journalism,
Orcid no: 0000-0002-3745-0780, plvnmhmt@gmail.com

Gazete Haberlerini Konu Alan Yüksek Lisans Tezlerinde “İdeoloji”

Giriş¹

Fransız materyalist Destutt de Tracy tarafından 1796 yılında ortaya atılmasından² itibaren “ideoloji” kavramı farklı açılardan tartışılmış, benimsenmiş, kullanılmış, eleştirilmiş ya da reddedilmiştir. Tartışmalı bir literatüre sahip olmakla birlikte günümüze uzanan süreçte ideoloji üzerinde ortak bir tanıma ulaşılamamıştır. Tartışmalı doğası iletişim araştırmalarında da kendini gösteren ideoloji, iletişim çalışmalarında oldukça sık ele alınan konulardan biri olmuş³ ve hakkında, birbiriyle çelişen farklı bağlamlarda akademik yayınlar yapılmıştır.

Oya Tokgöz, 2015 yılında yayımladığı makalesinde; o tarihe kadar Türkiye'deki iletişim fakültelerindeki öğrenci sayısının her geçen gün arttığına, lisans ve lisansüstü seviyesinde ders verecek yeterli kadronun olmaması nedeniyle sorunların yaşandığına ve bu sorunları aşmak için atılan adımların yetersiz kaldığına dikkat çeker (2015: 31). Bu sorunlara bağlı olarak, lisansüstü öğrenciler çalışma yaparken akademik ve etik anlamda ciddi problemler yaşamaktadır (B. Yıldırım, 2015: 9-10). Ayrıca iletişim araştırmalarının birinci önceliğinin puan toplama ve yükselme olduğu, "Türkiye'de İletişim Araştırmaları Sempozyumu"nda ifade edilmiştir (Akt. Bek, 2006, 7). Tüm bunlara, 2014 yılında yürürlüğe giren akademik teşvik düzenlemesini⁴ de eklememiz gerekir. Puan toplama, yükselme, akademik teşvik gibi amaçlar ile yapılan çalışmalar, aşılması gereken bir engel ya da kazanç kapısı olarak görülmektedir. Bu şartlar altında yapılan araştırmaların kuşkusuz ki sorgulanması gerekir. Ancak Çiler Dursun, Türkiye'deki iletişim çalışmalarının eleştiriden uzak ve sessiz bir uzlaşma içinde olduğunu belirtir (2004: 90). Bek de çalışmaların daha sağlıklı bir şekilde yapılması,

¹ Bu makale Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda tamamlamış olduğum “Türkiye'de Gazete Haberlerini Konu Alan Yüksek Lisans Tezleri: Yöntem Sorunsalı, Eğilimler ve İdeoloji Kavramlaştırmaları” başlıklı yüksek lisans tezimin bir bölümünün tekrar düzenlenmiş halidir. Bu tezde bana danışmanlıklarıyla yol gösteren Doç. Dr. Çağla Kubilay ve Dr. Öğr. Üyesi Gül Karagöz Kızılca'ya teşekkür etmek isterim.

² Ayrıntı için bkz. Atılğan, 2015; McLellan, 2009.

³ Çiler Dursun, 2004 yılında yaptığı çalışmasında, iletişim alanındaki lisansüstü tezlerinin yüzde 60,5'inin ideoloji bağlamında yapıldığını belirtir (2004: 101).

⁴ Yükseköğretim Personel Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (6564 sayılı) 14 Kasım 2014 tarihli ve 29175 sayılı *Resmî Gazete*.

kapsayıcı ve temelleri sağlam bir paradigmaya oturtulması için yapılmış araştırmaları eleştirel bir bakış açısıyla tartışmak gerektiğini söyler (2006: 5-6).

İdeoloji kavramının tartışmalı doğası ve bunun iletişim araştırmalarına da yansımaları ile Türkiye'deki iletişim alanında, yaşanan akademik sorunlar bir araya geldiğinde, yapılan iletişim araştırmalarının sorgulanma ihtiyaı ortaya çıkmaktadır. Söz konusu ihtiyaçtan hareketle bu çalışmada, Türkiye'de iletişim anabilim dalları altında yapılmış ve gazete haberlerini konu edinmiş yüksek lisans tezlerindeki ideoloji yaklaşımları sorunsallaştırılmıştır. İdeoloji kavramlaştırmalarının ve çözümlerinin tezlerde nasıl yapıldığına odaklanılmış ve şu sorulara cevap aranmıştır:

- İncelenen tezlerin kuramsal yaklaşımlarına göre ideoloji kavramlaştırmaları nasıldır, çalışmalarda ideoloji hangi kavramlar ile açıklanmıştır?

- rneklemdaki araştırmaların kuramsal bakış açıları ile ideoloji tartışmaları arasındaki çelişkiler ve sınırlılıklar nelerdir?

- Araştırmalarda medya içerikleri üzerinden gerçeklik-ideoloji ilişkisi nasıl kurulmuştur?

- Tezlerde kullanılan yöntemler, çalışmaların kuramsal yaklaşımları, iktidar ve okuyucu kavramlaştırmaları ile ideoloji arasında nasıl bir ilişki ortaya konulmuştur?

Sorulara cevap bulmak için örneklemdaki yüksek lisans tezleri nitel yöntem kullanılarak, gerçeklik-ideoloji ilişkisi bağlamında üç başlıkta incelenmiştir.⁵ Bu çalışmanın konu edindiği ve sorunsallaştırdığı noktalardan, iletişim alanında Türkiye'de yapılmış araştırmalar arasında, konuyu ideoloji odaklı olarak tartışan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Sadece şerife am, *Medya alışmalarında İdeoloji Yaklaşımlarına İlişkin Epistemolojik ve Yöntemsel Sorunlar* (2008) başlıklı araştırmasında, dünyada yapılan (Türkiye dışında) iletişim çalışmalarındaki ideoloji zmlerindeki epistemolojik ve metodolojik yaklaşımları incelemiştir. Çalışmada Frankfurt Okulu'nu, araçsalcı anlayışa sahip Kuzey Amerika ve Avrupa kökenli ekonomi politiği, kültürel çalışmaları, yeni solu, psikanalizi, post-yapısalcılığı ve neo-Marksist perspektifi, yapısalcı ve gstergibilimsel yaklaşımı benimsemiş medya çalışmaları, ideoloji ekseninde değerlendirilmiştir.

⁵ çalışmanın yöntemi ve çalışmada yapılan gerçeklik-ideoloji ilişkisi ayrımları ileride açıklanmıştır.

Ayrıca her ne kadar ideoloji odaklı olmasa da Türkiye’de, iletişim alanında yazılmış lisansüstü tezlerinin içinde, konuyu farklı bağlamlarda ele alan çalışmaların da bulunduğunu söylemek gerekir. Söz konusu araştırmaların ilk grubunda, iletişim alanındaki lisansüstü tezlerinin; konu, alan, yöntem, yıl, üniversite, atıf, kaynak vb. başlıkları altında nasıl dağılım gösterdiği nicel yöntemler ile incelenmiştir.⁶ Söz konusu çalışmalarda niteliksel anlamda değerlendirmelerin yapılmaması, araştırmalara önemli bir sınırlılık getirmiştir. Bu araştırma bağlamında, literatürde yer alan ikinci grup çalışmada haber ve habercilik (Dursun, 2004), hâkim iletişim kavramsallaştırması (Yüksel, 2016), neo-iktisat paradigması (Aydoğan, 2006), iletişim eğitimi (Tokgöz, 2015 gibi noktalar merkeze alınarak lisansüstü tezler nitel biçimde değerlendirilmiştir. İki grup karşılaştırıldığında ise nicel yöntemin daha fazla çalışmada benimsendiği anlaşılmıştır.

İlgili literatürden anlaşıldığı kadarıyla Türkiye’deki çalışmaları, doğrudan ideolojiyi ve gazete haberlerini merkezine alarak irdeleyen bir araştırma bulunmamaktadır. Bu nedenle iletişim anabilim dalları altında yapılmış ve gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezlerini nitel yöntemle, ideoloji ekseninde sorgulamak, Türkiye’deki iletişim araştırmalarının yüksek lisans tezleri bağlamında nasıl bir literatür oluşturduğunu ortaya koymak için yararlı olacaktır.

Çalışmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini saptamak için Ulusal Tez Merkezi’nden (UTM) yararlanılmış, gelişmiş tarama seçeneğinden⁷ ilgili kelime (haber-gazete, ideoloji-medya, ideoloji-haber, ideoloji-gazete vb.) gruplarıyla aramalar yapılmış ve 1985-2017 yılları arasında, iletişim ana bilim dalları altında yapılmış, gazete haberleri ve ideolojiyi konu alan 409 yüksek lisans tezi tespit edilmiştir. Evrene dâhil edilecek tezler belirlenirken bir başlangıç tarihi seçilmemiş, bitiş tarihi olarak 2017 yılı seçilmiştir. Bu tarih aralığının seçilme nedeni, yüksek lisans tezlerindeki ideoloji yaklaşımlarını geniş bir tarihsel izlekte görerek bütünlüklü bir çıkarım yapmaktır.

⁶ Bahsedilen her çalışmada sıralanan başlıkların hepsi inceleme konusu edilmemiştir. Farklı araştırmalarda farklı başlık gruplarıyla lisansüstü tezleri incelenmiştir. Ayrıntı için bkz. Aydoğan, 2006; Çetin, Yaşın ve Sönmez, 2016; Çilingir, 2017; Okay ve Okay, 2008; Pelivan, 2019; Sarier, 2014; Tokgöz, 2006.

⁷(<https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tarama.jsp>)

Çalışmada, değerlendirme için evren olarak belirlenen 409 tezden EK 1’de belirtilen 23 araştırma, amaca yönelik teknik ile örnekleme dâhil edilmiştir. Amaca yönelik örneklem, araştırmanın amacına bağlı olarak daha zengin verilerin elde edilmesi ve sağlıklı bir incelemenin yapılabilmesi için kullanılır. Belli özellikleri, belirgin şekilde ön plana çıkan çalışmalar seçilerek örnekleme dâhil edilir. Özel durumlar üzerinde çalışılmak istendiğinde bu örneklem biçimi tercih edilir ve araştırmacıların yargıları örneklemin seçilmesinde etkilidir. Bunlara ek olarak, amaca yönelik örneklem, incelenen öge üzerinde derinlemesine açıklama ve tartışma imkânı sunmaktadır (Büyüköztürk vd., 2013: 90; Neuman, 2016: 322-324; Patton, 1987). Son olarak ise örneklem büyüklüğünün nasıl belirlendiğine değinmek gerekir. Amaca yönelik yöntem ile evrene alınan çalışmalarda elde edilen bulgular kendini tekrar etmeye başlayana kadar örnekleme tez dâhil edilmiştir. Yapılan incelemelerde arka arkaya aynı bulgulara ulaşılmaya başlandığında, örneklemin kapsayıcı bütünlüğe ulaştığı sonucuna varılmış ve örneklem daha fazla genişletilmemiştir.

Çalışmanın Yöntemi

Bulguların nitel olarak sunulduğu bölümde durum çalışması yapılmıştır. Durum çalışmalarında araştırmacı belli bir zaman dilimi içindeki kaynaklardan bilgi toplar ve betimleme yapar. Nitel durum çalışmalarında seçilen konuya ilişkin ayrıntılı bir bakış açısı ortaya konur (Creswell, 2016: 97-101). Bu tezde belirlenen nokta “ideoloji” olmuş ve gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezlerindeki ideoloji kavramlaştırması nitel biçimde betimlenmiştir. Bu tür betimsel analizlerde veriler, belirlenen sınıflandırmalar altına dağıtılır ve tartışılır. Verilerin altına dağıtıldığı sınıflandırmalar ise araştırma soruları doğrultusunda belirlenir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256) ve araştırmacının amacı çerçevesinde hareket etmesini sağlar. Bu nedenle nitel kısımda, örneklemdaki tezler kuramsal yaklaşımlarına ve ideoloji kavramlaştırmalarına göre üç ana başlık altında tartışılmıştır.

İletişim Araştırmalarında Gerçeklik-İdeoloji İlişkisi

Bu çalışmada, iletişim araştırmalarındaki ideoloji tartışmaları gerçeklik üzerinden üç kısımda ele alınmıştır. Başlıklar arası sınırları net bir şekilde koymak mümkün olmamakla birlikte, ideoloji-gerçeklik ilişkisinin daha iyi anlaşılması için böyle bir

sınıflandırma çabasına girilmiştir. Birinci başlıkta ele alınan tezlerde, medyanın ürettiği içerikler aracılığıyla gerçek olanı aktardığı kabul edilir.⁸ Medyanın gerçeği aktardığı anlayışının yeşerdiği teorik alan liberalizmdir. Liberal doktrine göre gerçeklik insandan bağımsız bir şekilde var olur. Medya, var olan bu gerçekliği çarpıtmadan ve bozmadan aktarmakla görevlidir. Bunu yapması için tarafsızlık ilkesi, etik değer olarak kabul edilmiştir. Medyanın gerçeği tarafsız bir şekilde aktardığı anlayışının arkasında “dördüncü güç”⁹ görevi yatmaktadır. Dördüncü gücün görevi; kamuoyunun sesinin duyulmasını sağlamak, yasama, yürütme ve yargıyı denetlemekle ilişkilidir (İrvan, 1995: 76-77).

Tartışma yürütülen ve ikinci başlık altındaki tezlerde, medyanın toplumsal gerçekliği çarpıttığı ya da bozduğu anlayışı hâkimdir. Medya çalışmalarında gerçekliğin çarpıtılması, ekonomik belirlenim ve araçsalcı yaklaşım olmak üzere iki başlık altında şekillenmektedir. Belirlenim vurgusu olan çalışmalarda; “İdeolojik içerik nasıl belirleniyor?”, İdeolojik içerik niye oluşuyor?”, İdeoloji neden var?”, “İdeoloji niçin ortaya çıkıyor?” soruları sorulurken, araçsalcı yaklaşımlarda; “İdeolojik içeriği belirleyen kim?”, “İdeolojik içerik kimin çıkarlarına uygun olarak belirleniyor?” sorularına yanıt aranmaktadır. Belirlenim tartışmalarında, ideolojik içeriği belirleyen kişi ve kurumlar değil; ekonomik ve politik bağlam sorgulanmaktadır (Çam, 2008: 97). Bu çerçevede iki bakış açısı arasında önemli benzerlikler olmakla birlikte, aralarındaki ayrımın temel nedeni Marksizmdir. Ekonomik vurgu üzerinden yapılan tartışmalar, Marksist temeller üzerine inşa edilirken araçsalcı yaklaşımın Marksizm ile bağı oldukça zayıftır. Bu ayrımın temel dayanağı ise araçsalcı yaklaşımda, medyanın doğrusal ve indirgemeci bir biçimde ekonomik ya da siyasi iktidar gruplarının çıkarları için kullanıldığının kabul edilmesidir. Marx’ın metinlerinde bu şekilde bir basitliğe

⁸ Kuramsal açıdan bakıldığında, eleştirel ve anaakım paradigmalarda iletişim alanında yapılan çalışmalarda, ideolojinin farklı yaklaşımlarla ele alındığı görülmektedir. Eleştirel yaklaşımlarda ideoloji sorunsal olarak belirlenip irdelenirken, anaakım çalışmalarda ideoloji sorunsal olarak ele alınmamaktadır (Çam, 2008: 7-11). Ancak ideolojiyi merkeze alarak yola çıkan bu çalışmada anaakım tezleri dışarıda bırakma amacı güdülmemiştir. Bunun nedeni ise kuramsal olarak anaakım çalışmalarda ideolojinin tartışma konusu edilemeyeceği anlayışının incelenen tezlerde kabul görmemiş olmasıdır. Bu durum, anaakım çerçeve içinde yapılan ve ideoloji tartışması yürüten yüksek lisans tezlerinin, sorunlu doğaları nedeniyle irdelenmesini kaçınılmaz kılmaktadır.

⁹ Yasama, yürütme ve yargının ardından gelen dördüncü güç olarak basın ilk defa 18. yüzyılın sonlarına doğru demokrasideki yeni oyuncu bağlamında Edmund Burke tarafından İngiltere Parlamentosu’nda ortaya atılmış, “sosyal” ve “politik” güç konumuna yükselmiştir (Ward, 2004: 170-171).

rastlamak mümkün değildir. İşlevselci çalışmaların bu duruşu, medya içeriklerinin “ideoloji kavramına indirgenmesine” ve onun içine hapsedilmesine neden olmaktadır (Çam, 2008: 126, 132-134). Belirlenimci ve araçsalci yaklaşımların ortaklaştığı nokta ise gerçekliğin dışsal biçimde var olduğudur.

Üçüncü başlık altında sınıflandırılan tezlerde ise medyanın, ortaya koydukları ile toplumsal gerçekliği inşa ettiği savunulur. İnşacı yaklaşımlarda, özellikle kültür ve ideolojinin incelenmesi nedeniyle odaklanılan nokta, üstyapı olmuştur (Erdoğan ve Alemdar, 2002: 305). 1970’lerden itibaren iletişim araştırmalarında, dil ve öznellik bağlamında başlayan ideoloji tartışmaları yanlış bilinçten kopmuş ve özellikle İngiliz Kültürel Çalışmaları içinde ırk, cinsiyet, kimlik gibi bağlamlarda, inşacı yaklaşım ile yapılmaya başlamıştır. Yanlış bilinç olarak ideolojinin terk edilmesiyle tartışmalar ekonomi ve bilinç bağlamından ayrılmış, ideoloji irdemeleri; “gösterge, anlam, temsil, dil, özne, bilinçaltı, eklemleme ve söylem gibi kavramlar” ile medya çalışmalarına dâhil olmuştur (Dursun, 2013: 40-49).

Tartışmalı Bir Kavram: “İdeoloji”

Çalışmanın bu kısmında yer alan üç ana başlığın her birinde, öncelikle incelenen tezler hakkında genel bir çerçeve çizilmiş ve ideoloji yaklaşımları tartışılmıştır. Örneklemdaki çalışmaların bazıları, kuramsal açıdan farklı yaklaşımları barındırmaları nedeniyle birden çok başlık altına girme özelliği taşımaktadır.¹⁰ Bu nedenle tezlerde hangi kuramsal yaklaşımın ön plana çıktığına bakılmış, ağırlık durumuna göre sınıflandırma yapılmıştır.

Aşağıdaki her başlıkta, tezlerde benimsenen kuramsal yaklaşım ve yöntem, ideoloji ile ilişkilendirilerek incelenmiş; tezlerin iktidar ve okuyucu yaklaşımları bunlarla bağlantılı olarak sorgulanmıştır. Kuramsal ve yöntemsel yaklaşımların ideoloji tartışmalarına getirdiği sınırlılık ile bunların örneklemdaki çalışmalarda uygulanması esnasında ortaya çıkan sorunlar tartışılmıştır.

Dördüncü Güç ve Tarafsızlık Tartışmalarında “İdeoloji”

İncelenen ve liberal paradigmanın baskın olduğu tezlerde, medyanın gerçekliği ayna gibi yansıtma işlevinin tarafsız bir şekilde yerine getirilmesine engel olan yapılar ya

¹⁰ Örneğin, Atatunç, 2006; A. K. Uçar, 2013; Ünsal, 2015.

da unsurlar ile bu engelleri ortadan kaldırmak, sıkça tartışma konusu edilmiştir. Gerçeği yansıtmaya görevini yerine getirmelerinin önündeki en önemli etkenlerden biri, gazetelerin ideolojik duruşlarıdır.¹¹ Liberal yaklaşımda, ideolojinin sorunsal olarak benimsenmemesine rağmen bu bakış açısıyla yapılan tezlerde araştırmacılar, ideolojiye dolaylı ya da doğrudan değinmişlerdir. Ancak bu değinmelerde, ideoloji konusunda bir kavram karmaşası ve çelişkisi yaşandığını söylemek gerekir. Bunun nedenleri ise araştırmacıların derinlikli ideoloji tartışmasından kaçınması, gazete ve gazetecileri sadece tarafsız davranıp davranmama bağlamında ele almasıdır. İdeoloji tartışmasını derinleştirmemek ve ideolojinin kavramsal olarak hangi bağlamda ele alınacağına temellerini sağlamca atmamak, ideolojinin kullanımında pragmatik bir yol açmakta, ideolojiye istenen yerde olumlu, istenen yerde olumsuz anlamların yüklenmesini sağlamaktadır. Örneğin gazetelerin bakış açılarını tanımlamak için Cumhuriyetçi, İslamcı, milliyetçi, muhafazakâr gibi ideoloji adları, olumsuz anlam yüklenmeden, sık sık kullanılmışken; yine aynı tezlerin sonuç bölümlerinde, gazetelerin ideolojik duruşları olumsuz bir çıktı olarak kabul görmüştür.¹² Farklı ideolojilere sahip olması nedeniyle örneklem olarak seçilen gazetelerin, taraflı davrandığı çıkarımı, araştırmaları bir döngü içinde bırakmıştır. Ayrıca gazetelerin ideolojiler üzerinden tanımlanması, gazetelerin ideolojisiz var olamayacağına da kabul edilmesi ve sonuçta yine gazetelerin taraflı, ideolojik bir yayın politikası izlediğinin çıkarımının yapılması; “ideoloji” kavramıyla ilgili olarak yaşanan karışıklığın ve çelişkilerin göstergesidir.

Bu başlık altında yer alan tezlerin çoğunun ortaklaştığı sonuç, basının tarafsız davranma ve denetleme görevlerini hiçbir zaman yerine getiremediğidir. Eleştirel medya çalışmaları perspektifinden haberin tarafsız olması imkânsızdır. Ancak tarafsız olamayacağı anlayışı, haberin hakikate uygun olmasına engel değildir. Anaakım kuramlar içerisinde ise tarafsızlık ve hakikate uygun olma ilkeleri birbirinin yerini alabilmektedir. Haberin tarafsız olamayacağı yaklaşımı, incelenen ve liberal paradigmayı benimsemiş çalışmalarda kabul görmüş bir durumdur.¹³ *Basın Ahlâkı Açısından Haberde Nesnellik Olgusu* başlıklı çalışmada, haberin tarafsız

¹¹ Örneğin, Udeoğlu, 2015, 84; Ünsal, 2015: 1, 120.

¹² Örneğin, Udeoğlu, 2015, 4, 81.

¹³ Örneğin, Ceylan, 2016; Udeoğlu, 2015; Ünsal, 2015.

olamayacağı şöyle açıklamıştır:¹⁴ “Hiçbir iletişim tamamen yansız olamaz. Haberciler kendi arka plan ve inançlarını, ideolojilerini kullanarak yazarlar. (...) Bunun içindir ki gazeteci tarafsız olamaz” (Uçar, 2011: 21-22, 56). Böyle bir varsayım ile yola çıkılmasına rağmen, aynı tezde basın “olayları ve gelişmeleri kamuoyuyla paylaşması ve onları bilgilendirmesi doğru ve güvenilir bir şekilde olmamıştı. Türk basını tarafsızlık ilkesinin dışında hareket etmiştir” (Uçar, 2011: 160) şeklinde bir sonuca varılması, haberin ideolojik duruşu ve tarafsız olması gerektiği ile ilgili çelişkili bir yaklaşımı bize göstermektedir.

Liberal kuramı benimsemiş çalışmalarda, haberin taraf olmak anlamına geldiği ve ideolojik bir duruş sergilediği; ancak bunun düzeltilmesi gerektiği savunulur. Çözüm olarak ise basının etik ilkeleri çerçevesinde davranması ve denetim görevini yerine getirmesi sunulur. İncelenen çalışmalarda, bunların yapılamamasının nedeni olarak ise basının 1980 sonrasındaki neo-liberal politikalar ile değişen sahiplik yapısı gösterilir.¹⁵ Kavramsal olarak ifade edilmese de liberal paradigma içinden ekonomi politik bir eleştiri geliştirilmiştir. 1980 sonrasında ortaya konan neo-liberal paradigmalarda kuşkusuz ki basının işleyişinde etkili olmuştur. Ancak liberal bir bakış açısıyla, tarafsızlık ya da denetim gibi görevlerin basına yüklenmesi bağlamında problem ortaya çıkmaktadır. Liberal işleyişin getirdiği ekonomi politikalarının sonucu olan yapısal durum, yine liberal paradigmanın basına koyduğu ilkelerin önünde engel teşkil ettiği için eleştiri konusu edilmiştir. Bu durum kuramsal olarak soru işaretlerini barındırmaktadır. Sermaye sahiplerinin basın kuruluşlarını, liberal işleyişin sonucunda ele geçirmesi; basının tarafsızlık, denetim, bilgilendirme gibi görevleri, yani liberalizmin kendi ilkelerini yok etmekte, dolayısıyla liberal işleyiş çürütmektedir. İncelenen diğer bir çalışmada, siyasi ve ekonomik iktidarın basına etkisi şöyle vurgulanır:¹⁶ “Basın, en temel işlevi olan haber verme ve yorum sunma görevini, birtakım çıkar ağları içerisinde ya siyasi iktidarlara ya bir güç odağına ya da patronların rant savaşlarına kurban etmektedir” (Kopan, 2010: 203). Ancak söz konusu çalışmada basına etki eden sermaye sahiplerinin nasıl ortaya çıktığı, bunların

¹⁴ Yapılan alıntıların özgün hali korunmuştur.

¹⁵ Örneğin, Uçar, 2011.

¹⁶ Bu yaklaşım her ne kadar bir sonraki bölümde inceleyeceğimiz araçsal bakış açısına yakın dursa da incelenen tezde liberal kuram ağırlıktadır.

arkasındaki nedensellik ve yapı sorgulanmamış; basına verilen görevlerin, baskı uygulayan iktidar yapılarına nasıl bir meşruluk sağladığı incelenmemiştir.

Okuyucu bağlamında ele alındığında, liberal iletişim çalışmalarında, insanların toplumsal birer varlık olduğu, kültürel olarak şekillendiği ve bunların haberleri okuma ile yorumlama sürecine etki ettiği kabul edilmez. Söz konusu yaklaşım ise “(...) medyanın büyük bir güce ulaşmasını sağlayarak, ‘insan beynine hükmetmesini’ sağlamıştır ve bu şekilde de artık insanlar üzerindeki değişim, düşüncelerin şekillendirilmesi, yön verilmesi bu kanaldan yapılmaya başlanmıştır,” şeklinde belirtilmektedir (Ünsal, 2015: 1). Liberal paradigmaya dayanan tezlerde, okuyucunun gazete haberlerini nasıl alımladığı sorgulanmamıştır. Yukarıda bahsettiğimiz ön kabuller nedeniyle tezlerin sonuç kısımlarında okuyucular hakkında varsayıma dayalı kanaatler ortaya konmuştur.¹⁷ Aynı sorun, gündem belirleme yaklaşımının sorgulandığı tezlerde de ortaya çıkar. Bu çalışmalarda, okuyucu gündeminin, kitle iletişim araçları tarafından kolayca belirlendiği, varsayım ya da sonuçtur.¹⁸ Ancak böyle sonuçlara ya da çıkarımlara okuyucu odaklı bir yöntem kullanmadan metin çözümlemesi ile ulaşılmıştır. Bu da gazetenin ideolojik duruşuna göre belirlenen gündemin, okuyucu penceresinden nasıl şekillendiğini açıklamada yetersiz kalmaktadır. Temelde ise iki ayrı analiz düzlemi olarak metin ve okuyucu birbirine karıştırılmıştır.

Liberal paradigmayla yapılan çalışmalarda içerik analizi, nitel içerik analizi, eleştirel söylem çözümlemesi; başlıca kullanılan yöntemler ya da tekniklerdir. Çalışmaları metodolojik olarak ele aldığımızda, liberal yaklaşımın, ideoloji tartışması ile iç içe geçtiğini söylemek gerekir. Liberal paradigmayla yapılan çalışmalarda temel sorun, kuramsal çerçevenin anaakım iletişim araştırmaları doğrultusunda çizilmesiyle birlikte tezlerin amaç, bulgular, tartışma ya da sonuç kısımlarında ideolojiyi merkeze alan tartışmalara girilmesidir. Liberal paradigma içinden gazetelerin tarafsızlığını test etmek amacıyla eleştirel kuramda ağırlıklı kullanılan van Dijk’in söylem çözümlemesinin yöntem olarak tercih edilmesi, söz konusu duruma örnek

¹⁷ Örneğin, Canözkan, 2004: 338, 342.

¹⁸ Örneğin, Kopan, 2010; Udeoğlu, 2015: 84.

gösterilebilir.¹⁹ van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesi; medya içeriklerinin ideolojik yapısını, toplumsal işleyişteki iktidar yapılarını üreten, meşrulaştıran ve onlara karşı olan söylem yapılarına odaklanmaya yönelikken (Özer, 2011; Özer, 2015: 202) gazetelerin tarafsızlığının sorgulanması, van Dijk'in ulaşmaya çalıştığı bir nokta değildir. Nitekim van Dijk, medyanın ideolojik bir duruşu olduğunu ve bu duruştan sıyrılmanın mümkün olmadığını kabul eder. Bu doğrultuda van Dijk'in yöntemi, ideolojik duruşun hangi amaçlar ve nedensellik içinde yapıldığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. van Dijk'e göre "[s]öylem, ideolojilerin yeniden üretiminde ve günlük ifadelerinde vazgeçilmez bir rol oynar." İdeolojilerin olumlu ya da olumsuz, egemen ya da egemen olmayan şekilde var olabileceğini belirtir. İdeolojiler iktidar karşısında muhalefet etmeyi ve direnç göstermeyi olanaklı kılan yapılar olarak da adlandırılabilir. "İrkçilik karşıtlığı" ya da "feminizm" van Dijk'in ayrımına göre olumsuz olarak nitelenemeyecek ideolojilerdir (van Dijk, 2015: 15-19). van Dijk, haberlerin ideolojik yapısını ve işleyişini sorgularken onların ideolojik olup olmadığını saptamayı amaçlamaz. Nitekim haberlerin ideolojik olduğu, van Dijk'in temel kabullerinden biridir.

İletişim araştırmaları penceresinden ele alındığında, liberal paradigmayı benimsemiş çalışmaların basın ya da medya konusuyla ilgili sorunlarının olduğu kabul edilir. Hatta bu sorunlar liberal yaklaşımın ortaya koyduğu kavramlar ve yöntemler ile açıklanamamaktadır. Bu nedenle van Dijk'in yönteminin kullanıldığı örnekte de görüldüğü gibi araştırmacılar, bilerek veya bilmeyerek, eleştirel paradigma içinden kavramları ya da yöntemleri ödünç almakta ve sonuçta eklektik bir durum ortaya çıkmaktadır. Söz konusu durum, aslında anaakım iletişim çalışmalarının, yüksek lisans tezleri ölçeğinde ideoloji ile girdiği etkileşimde, çıkmaza düştüğünün bir göstergesidir.

Örneklemdaki liberal çalışmalarda, metodolojik bir sorun olarak tekrar eden ve ideoloji tartışmasında yer eden başka bir nokta da benimsenen yöntemlerin uygulanmasıdır. Örneğin, *07 Haziran 2015 Genel Seçimleri Sürecinde Cumhuriyet, Hürriyet, Sözcü Gazetelerinde HDP Algısı* (Ceylan, 2016) başlıklı çalışmanın eleştirel söylem çözümlemesi tartışılabilir. Tezin yönteminin, söylem ve eleştirel söylem

¹⁹ Örneğin, Gürtaş, 1994.

analizi başlıkları altına girdiği vurgulansa da van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesine göre bir inceleme yapılmamış, haberlerin arka arkaya dizilmesi ve yorumlanması tercih edilmiştir. Bunun gibi diğer örneklerde de iktidar ya da ideoloji sorun edilmezken liberal bir çizgide, sadece gazetelerin tarafsızlığı değerlendirilmiş; yöntem olarak söylem çözümlemesi ya da eleştirel söylem çözümlemesi kullanılmıştır. Ancak uygulamada yine haberler yorumlanmıştır.²⁰ Dursun, bu tür araştırmaların kompozisyon biçiminde yazılması ve kuramsal yaklaşımının güçlü olmaması nedeniyle temelsiz yorumlar bütünü olduğunu belirtir (2004: 134).

Gerçekliğin Çarpıtılmasında Kullanılan Araçlar: “Basın” ve “İdeoloji”

Gerçekliğin dışsal olarak var olduğunu ve ona ulaşılabilirliğini; ancak siyasi iktidar ya da sermaye sahibi gibi grupların çıkarları için basın aracılığıyla gerçeğin çarpıtıldığını savunan tezler bu kısımda incelenmiştir. Söz konusu çalışmalarda, medyayı kendi çıkarları için kullananların kimler olduğu, bu kişilerin medyayı nasıl kullandıkları ve gerçekliği nasıl çarpıttıkları sorularına cevap aranmıştır.²¹ Daha önce de belirttiğimiz gibi iletişim araştırmalarında, gerçekliğin çarpıtılması meselesi, ekonomik belirlenim ve araçsalcı olmak üzere iki perspektiften ele alınmaktadır. Örneklemdeki çalışmalarda ise ağırlıklı araçsalcı bakış açısını benimsenmiştir.

İncelenen tezlerde, 1980'li yıllar önemli bir yer teşkil etmektedir. Bu dönemden itibaren gazeteci patronların yerini sermaye sahiplerinin aldığı, sermayedarların medya kuruluşlarından yüksek kârlar elde etmese de diğer sektörlerdeki işlerine çıkar sağlamak için medyayı kullandığı, çalışmalarda güçlü bir biçimde vurgulanmıştır. Bu doğrultuda getirilen eleştirilerde, liberal bakış açısının aksine, medya işlediği sistem ve örgütsel yapıdan ayrı düşünülmemiştir. Nitekim medyanın, çıkarların korunmasında, meşrulaştırılmasında ve işlerlik kazanmasında yaptığı yayınlar ile sermaye ve destekçilerine çıkar sağlamak için kullanıldığı sık sık tekrarlanmış ve bunun nasıl yapıldığı sorgulanmıştır.²² Ancak medyanın sermaye çıkarlarına hizmet eden bir araç olarak kullanılması, ideoloji tartışmasını oldukça indirgemeci bir hale büründürmektedir. Üretilen haberlerin kültür endüstrisi ya da tüketim kültürü bağlamında, ideolojik yapılar şeklinde okunması ve bu yapılardan kurtulması için

²⁰ Örneğin, Ceylan, 2016; Gürtaş, 1994; Uçar, 2011.

²¹ Örneğin, Altındağ, 2016: 1.

²² Örneğin, Algül, 2003: 3-5; Çalışkan, 2013; Erol, 2004: 124; N. P. Özer, 2011.

ideolojik işleyişinin terk edilmesi gerekliliği, tartışmalı bir noktayı ortaya çıkarmaktadır. İletişim araştırmalarında, medya içeriklerinin ideolojik olup olmamasıyla ilgili bir netlik bulunmamaktadır. Çam, medya içeriklerinin liberal yaklaşımda olduğu gibi salt bilgi verici olmasını ya da ekonomik belirlemci araştırmalardaki gibi ideolojik yapılar şeklinde okunmasını sorunlu bulur. Yapılacak bu tür genellemelerde, ideolojinin kapsamı sonsuz bir genişlik almakta ve medya ürünlerinin hepsinin “ideolojik” olarak nitelenmesi kolaylığı belirlemektedir (Çam, 2008: 112). Bu noktada ideolojik olan ve olmayan haber ayırımını yapmak yerine –ki bunu yapmak haberin, dilin ya da söylemin doğası gereği mümkün değildir– haberdeki anlam üzerinde bir tartışma yürütmek daha sağlıklı bir ideoloji çözümlemesinin önünü açacaktır.

Araçsalcı yaklaşımlarda, sermayedarların dışında tartışma konusu edilen yapılardan biri de basını kendi çıkarları için kullanan siyasi kişi ya da kurumlardır.²³ Siyasi organizma içindeki unsurların çıkarları için basının ideolojik bir biçimde manipülasyon ve propaganda yaptığı, tezlerde belirtilmiştir.²⁴ Bu tezlerin bazılarında medya-propaganda ilişkisi Noam Chomsky'nin modeli üzerinden kurulmuştur.²⁵ Araçsalcı yaklaşımı, Marksist gelenekten ayıran nokta da burada ortaya çıkar. Araçsalcı bakış açısıyla yapılan çalışmalarda, iktidar sahipleri tarafından kullanılan medyanın ideolojik etki ve sonuçlarına bakılırken toplumsal ve ekonomik bütünlük içerisinde medyanın işlediği sistem sorgulanmamaktadır (Çam, 2008: 134,144). Bu durumda, yapılan tezlerde salt etki bağlamında iletişim araçlarına odaklanılmış, toplumsal ve tarihsel olarak bütünlüklü bir ideoloji tartışması yürütmekten uzak kalınmıştır.²⁶

Araçsalcı yaklaşımı benimsemiş çalışmalarda farklı kuramsal yaklaşımların birlikte kullanılması; eklektik yapıları, kavramlar özelinde de ortaya çıkarmıştır. Örneğin, Ömer Turan'ın *22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri'nin Gazetelere Yansımaları* (2009) başlıklı tezinin giriş kısmında, medyanın kullanımı, Noam Chomsky ve Edward Herman'ın propaganda modeliyle açıklanmıştır. Arkasından haberler, rızanın üretildiği ve hegemonyanın sağlandığı metinler şeklinde, Gramsci

²³ Örneğin, Kozok, 2007: 94-97.

²⁴ Örneğin, N. P. Özer, 2011.

²⁵ Örneğin, İldız, 2015: 99; N. P. Özer, 2011: 5.

²⁶ Örneğin, Özdemir, 2006.

perspektifinden betimlenmiştir. Devamında ise Althusser'den hareketle, gazeteler, devletin ideolojik aygıtı sınıfına yerleştirilmiştir. Sonrasında ekonomi politik ve kültürel yaklaşımın bir sentezi olduğuna dikkat çekilen eleştirel ekonomi politik ile araştırmanın kuramsal çerçevesinin şekillendiği belirtilmiş, içerik analizi tekniği kullanılmıştır (Turan, 2009: 1-3). Bu şekilde birbirinden farklı olan eleştirel ekonomi politik ile Chomsky ve Herman'ın yaklaşımını birleştirmek, ikisinin çelişen yönlerini görmezden gelme zorunluluğunu ortaya çıkarır. Örneğin, Chomsky ve Herman bir sınıf vurgusu ortaya koymazken, eleştirel ekonomi politığın temel unsurlarından biri olan sınıf, söz konusu eklemlemede nasıl konumlandırılacaktır? Bu noktada ideoloji çözümlemelerinin bütünlüklü bir biçimde yapılma ihtiyacı belirlemekle beraber, bütünlük içinde yapılan tartışmalarda her kuramsal yaklaşımın kendi tanımları ve kavram setlerinin kullanılması gerekir. Örneğin ekonomi politik bir çözümlemeyi, kültürel çalışmalar disiplininin alınan kavramlar ile yapmak, kaçınılmaz bir biçimde ideoloji tartışmasını farklı bir düzleme taşıyacaktır.

Araçsalıcı tezlerdeki ideoloji sorgulamalarında, incelenen haberlerin, tezde çizilen kuramsal çerçevede çözümlenmemesi, çalışmanın iki ayrı ideoloji yaklaşımı üzerine kurulması ve çelişkilerin ortaya çıkması, ideoloji tartışmasına sınırlılıklar getirmiştir. Örneğin Muhammed Ali İldız'ın çalışmasında, Noam Chomsky ve Edward S. Herman'ın propaganda²⁷ modeli, araştırmanın bakış açısı olarak belirlenmiştir (2015: 99). Ancak İldız, Soma'da yaşanan maden faciası ile ilgili, "ERDOĞAN'ın halkın tepkisiyle karşılaştığı Soma'da, Müşaviri Yusuf Yerker de vardı. O da, 'patronu' gibi halka öfkeleni. Yere düşen protestocu bir gence, hiç acımadan tekmeler savurdu. Bir de üstüne açıklama yapıp, sanki yaptığı iyi bir şeymiş gibi 'Vuran bendim,' 'dedi," ifadelerini içeren haber metnini şöyle çözümlenmiştir: "(...) diye başlayan tümcede kullanılan iddia başlı başına propagandayı çağrıştıracak ve halkın Başbakan'a karşı nefret duygusunu uyandıracak şekilde hazırlanmış tümcedir. Haber metninde imalar doğrudan Başbakan'a, müşavirine ve mevcut hükümete yönelik üstü açık eleştirilerle doludur" (2015: 126-127).

²⁷ Herman ve Chomsky modellerinde medyanın ekonomik ya da siyasi olarak iktidarı elinde bulunduranlar tarafından çıkarları için işlevsel bir biçimde kullanıldığını savunur. İkili haberin bu çıkarlar doğrultusunda oluşturulabilmesi için beş süzgeçten geçmesi gerektiğine dikkat çeker (Herman ve Chomsky, 2012).

Yukarıda da değindiğimiz gibi haberlerin tezde çizilen kuramsal çerçeveye göre çözümlenmemesi, iktidar sorgulamasının bir kenara bırakılmasına ve iktidar faaliyetlerinin meşrulaştırılmasına neden olmuştur. İldız'ın araçsalcı bir eleştiri getirmek amacıyla başladığı tezin çözümlene kısmındaki diğer tartışma da şu şekilde yapılmıştır:

Başbakan'ın korumasının Soma ilçesinde Başbakan'ı korumak adına halktan birini tekmelemesi, polisin vatandaşa tepkisi ve Başbakan'ın yumruk attığı iddiası ve son olarak da medyanın gerçekliği kanıtlanmayıp şüphe uyandıran haber başlıkları haberin gerçeklik değerinin yitirilmesine ve olayın tamamen ideolojik boyutta manipüle edilmesine sebep olmuştur (İldız, 2015: 96).

Alıntılanan bu çözümlenmede, Başbakanlık Müşaviri'nin attığı tekmeler, "Başbakan'ı korumak adına" atılmış olarak yorumlanmıştır; Başbakan'ın attığı tokat ise gazetelerin bir "iddiası"dır ve basın manipülasyon yaparak gerçekliği çarpıttığı şeklinde savunulmuştur. Bu da siyasi iktidarın ideolojisinin sorgulanmadığını; tersine, onun ideolojisinin tekrar üretildiğini göstermektedir. Ayrıca propaganda modeli, medyanın ekonomik, politik ve askeri seçkinlerin çıkarları doğrultusunda hareket ettiğini ve bu seçkinlerin propagandasını yaptığını savunur. İncelenen tezde, "medya başbakan aleyhine propaganda yapıyor" yaklaşımının ön plana çıkması ise politik elitlerin medyayı kullanımlarını eleştiren ve ilgili çalışmada benimsenen propaganda modeliyle ters düşmektedir.

Liberal çalışmalarda olduğu gibi ekonomik belirlenimci²⁸ ve araçsalcı tezlerde de okuyucu, haberler karşısında pasif kabul edilmiştir. Okuyucunun zihnini basının şekillendirdiği, bunu da iktidar yapılarının ideolojilerine hizmet etmek için yaptığı vurgulanmıştır. Gerçekliğin çarpıtıldığını savunan tezlerde, okuyucu, medyanın kolayca nüfuz edebildiği, ürettiği içerikler ile kolayca yönlendirebildiği ve kapitalist yapının tekrarını kolayca sağlayabildiği, tüketici ve edilgen unsurlar olarak kabul

²⁸ Araçsalcı yaklaşımlarda olmasa da ekonomik yapıya odaklanılması gerektiği savunulan, yani ekonomik belirlenim vurgusu olan iletişim araştırmalarında, izleyicilerin içerikleri alımlamalarında çeşitlilik olabileceği reddedilmez. Ancak bu çeşitlilikten bir özgürlük mücadelesi ya da direniş noktası çıkarılmasına mesafeli yaklaşılır ve izleyici araştırmalarının liberal yaklaşım ve etki araştırmaları çizgisine kayma ihtimalinden duyulan kaygılar dile getirilir. Alımlama teorisi ile etki araştırmaları arasındaki ayrımın bulanıklaştığı noktaların olduğuna dikkat çekilir (Çam, 2008: 118). Kuramsal olarak böyle bir yaklaşım olmakla birlikte, incelenen ekonomik belirlenimci tezlerde, kuramın uygulamasında yaşanan sorunlar nedeniyle okuyucuya ağırlıklı olarak pasiflik atfedilmiştir.

görür.²⁹ Kendi ya da iktidardaki kişi ve grupların çıkarları için manipülasyon yapıldığını savunan tezlerde ise okuyucu, toplumsal ve tarihsel bağlamından koparılarak değerlendirilmiştir.³⁰

Gerçeğin çarpıtıldığıının vurgulandığı tezlerde, içerik ve eleştirel söylem çözümlemeleri ağırlığını korumaktadır. Liberal tezlerde görülen yöntem ve kuramsal yaklaşım uyumsuzluğunu bu başlık altında değerlendirilen çalışmalarda da görmek mümkündür. Örneğin “üretim, metin ve alımlama” noktalarına dikkat çekilen bir tezde (Turan, 2009: 56-57) gazetelerin künyeleri başlığı altında, gazeteler hakkında kısa bilgiler verilmiş ardından da sadece içerik çözümlemesi yapılmıştır. Üretimin, alımlamanın ya da toplumsal koşulların irdelenmesi gerekliliğinin vurgulanmasına rağmen, tezin uygulama kısmındaki bu yaklaşım, ideoloji tartışmasını da genel geçer bir sonuca vardırıştır.³¹

İncelenen tezler arasında amaç-yöntem uyumsuzluğunun olduğu çalışmalar da görülmüştür. Bu noktada şüphesiz medyanın toplumsal rızayı ürettiği varsayımı kabul edilip, haber incelemesi üzerinden ideoloji tartışması yürütülebilir. Ancak amacın, “Toplumsal rıza üretimi bağlamında 2010 Anayasa Referandumu ve bu süreçte Türk yazılı basınının etkisini bir içerik analizi uygulaması ile tespit etmek” (Çalışkan, 2013: 55) şeklinde belirtilmesi; okuyucuya dokunmadan, sadece haberler üzerinden bir incelemenin yapılması, yöntemin amaca uygun olmadığını göstermiştir. Bu da çözümlenmek istenen ideolojik işleyişin, toplumsal olarak nasıl bir karşılık bulduğunun anlaşılmasını zorlaştırmakta ve tezde önemli bir sınırlılığa neden olmaktadır.

Gerçekliğin bozulması, çarpıtılması, manipüle edilmesi bağlamında yapılan tezlerde genel anlamda haber metinleri üzerinden gerçekliğin nasıl ve kimin çıkarları için eğilip büküldüğü betimlenmiş; bununla birlikte, çözüm konusunda karamsar kalınmıştır. Araştırmalarda, iktidarların gücü doğrudan ya da dolaylı olarak kutsanmaktadır. İktidarı elinde bulunduranların bu denli güçlü kabul edilmesi, araştırmacıların zihinlerine, dolayısıyla topluma, ekonomik ve siyasi olarak medyayı

²⁹ Örneğin, Algül, 2003: 276; N. P. Özer, 2011: 226-227.

³⁰ Örneğin, N. P. Özer, 2011: 231.

³¹ Ayrıntı için bkz. Turan, 2009: 59.

ele geçirmiş kişilerin gücünün ortadan kaldırılamayacağı anlayışını yerleştirmektedir. Ancak tarihe baktığımızda, iktidarların hiçbir zaman gücünü katlayarak çizgisel bir şekilde ilerlemediği de görülebilir.

Gerçekliğin İnşasında “Basın” ve “İdeoloji”

İnşacı çalışmalarda, gerçekliğin aktarılmasından ya da çarpıtılmasından ziyade kurulması temel kabuldür. İncelenen tezlerin birinde amaç, “Türkiye’de kitle iletişim araçlarının uluslararası futbol olaylarının sunumunda milli kimlik, milliyetçilik kavramlarını ve fanatizm olgusunu nasıl inşa ettiğine bakmak” (Budak, 2004: 4, 118) şeklinde belirtilmiş, haberlerde kullanılan dil ve söylem çözümlenmiştir. Örneklemdeki tezlerde, inşanın nasıl yapıldığı sorgulanmış, analizler yapılmış ve inşa süreci tartışılmıştır.³² Ayrıca, anlam mücadelesinin nasıl olduğu, yeğlenen anlamın söylemsel olarak nasıl baskın konuma geldiği sorunsallaştırılmıştır.³³ Bunlara ek olarak, inşacı yaklaşımı benimseyen çalışmalarda, indirgemecilikten uzak durma çabası, ekonomi ya da kültür gibi unsurların dikkate alınması gerekliliğini ortaya çıkarmış, sadece haber üzerinden yapılan çözümlerlerin yetersiz kalacağı belirtilmiştir.³⁴

Basının ürettiği haber içeriklerinin dil aracılığıyla gerçekliği kurduğu varsayımı, çalışmalarda yapılan haber çözümlerinin temelini oluşturmuştur.³⁵ Medya, güçlü bir biçimde “(...) egemen ideolojiyi halka öğreten ve benimseten ya da daha doğru bir deyişle günlük yaşam pratikleri haline dönüştüren en önemli kurumlardan biri”³⁶ olarak tanımlanmıştır (Baştürk, 1999: 65). Günümüzde işlerliğini sürdüren haber değeri anlayışının ve ilkelerinin, iktidara meşruluk zemini sağlamak için kullanıldığı, inşacı çalışmalarda medyaya getirilen bir eleştiridir.³⁷

Sınırlılıklar bağlamında baktığımızda, önceki iki başlık altında incelenen tezlerde olduğu gibi tarafsızlık kavramını, inşacı bakış açısının benimsendiği çalışmalarda da görmek mümkündür. Bu tür çalışmalarda basına haber verme görevi

³² Örneğin, Budak, 2004: 142.

³³ Örneğin, Palacı, 1998: 1.

³⁴ Örneğin, Palacı, 1998: 5.

³⁵ Örneğin, Yılmaz, 2008.

³⁶ İnşacı tezlerde okuyucuya atfedilen pasiflik bu alıntıda da ortaya çıkmaktadır. Okuyucunun konumu ileride ayrıntılı bir biçimde ele alınacağı için burada ayrıntılandırılmamıştır.

³⁷ Örneğin, Baştürk, 1999: 158; Palacı, 1998: 57.

verilmiş, basında yaşanan sorunları aşmak için tarafsızlık önerisi sunulmuştur.³⁸ Eleştirel çizgide olan tezlere liberal değerlerin bu şekilde sızması ise toplumsal yapı içinde bu anlayışın içselleştirildiğinin en net göstergesi olarak karşımıza çıkar.

İncelenen tezler arasında, iletişim araştırmalarının “ideoloji” kavramına saplanıp kaldığını ve bundan kurtulması gerektiğini savunan çalışmalar da vardır. Recep Yılmaz, *Toplumsal Gerçekliğin Kurulumunda Gazetelerin Edimsözel Etkileri* (2008) başlıklı tezinde bu durumu şöyle açıklar:

Vurgulanması gereken başka bir nokta ise, kitle iletişim araştırmalarının saplanıp kaldığı etki araştırmalarında ideoloji konusunun belirleyici etkisidir. Yapılan çalışmaların çok büyük bir bölümü referans çerçevesini ideoloji konusu üzerine kurup, görgül araştırmayı –çoğunlukla– ideolojinin toplumsal yansılarını soruşturan bir kılğın yoklamaya dönüştürmektedirler. Bunun iki nedeni vardır: Kuramsal açıdan Marxçı Öğretinin önü alınamaz nüfuzu ve –toplumsal etki bağlamında– medya etkileri konusunun başka bağlamların kurulmasına çok da olanaklı olmayışı (2008: 7).

Alıntıda vurgulanan “etki araştırmalarında ideoloji konusu”, yanlış tanımlanmış bir çıkarımdır. Nitekim etki araştırmaları, anaakım paradigma içerisinde yer almakta; daha önce de belirttiğimiz gibi liberal yaklaşımdan yapılan çalışmalarda ideoloji sorunsallaştırılmamaktadır. Aksine, ideoloji tartışması yürüten araştırmaların odaklandığı önemli noktalardan biri, iletişimin etki-tepki modeline indirgenemeyecek yapıya sahip olmasıdır. Söz konusu çalışmada, Marksizmin iletişim araştırmalarına getirdiği ideoloji kavramlaştırmasından kurtulması gerekliliği şu şekilde belirtilir: “Burada yapılan çalışmada gerçekleştirilmek istenen amaç; Marxçılığı iletişim araştırmalarından eleminize etmek değil, iletişim araştırmalarını gittikçe boyutsuzlaştıran ve böylelikle işlevsizleştiren bir bataklığın içerisinden çıkarmanın yolunu aramayı denemektir.” (Yılmaz, 2008: 7).

Hiç kuşkusuz ki Marksist kuramın sınırlılıkları ve iletişim araştırmalarında çıkmaza girdiği noktalar vardır ve her çalışmanın Marksist bir bakış açıdan yapılmaması zorunluluğu bulunmamaktadır. Nitekim eleştirel çalışmalara alternatif bir yaklaşım oluşturma gayreti ile hazırlanan bu tezde, kitle iletişim araçları yine eleştirel bakış açısı ve onun kavramlarıyla şöyle açıklanmıştır (Yılmaz, 2008: 5): “(...) bir etkileyim yapısına bürünen kitle iletişim araçları, üzerindeki katı yeni ideolojik yapılanmayı

³⁸ Örneğin, Budak, 2004: 96, 124. 144.

yumuşak görünümün altında gizlemektedir.” Yılmaz’ın çalışması, inşacı tezlerde yaşanan eklektik soruna da örnek gösterilebilir. Bu çalışmada, iletişim araştırmalarında var olan kuramsal yaklaşımların yetersiz bulunduğunu ve yeni bir alan açma gayretine girildiği yukarıda belirtmiştir.³⁹ Yılmaz bu gayret içinde olmasına rağmen tezde, liberal ilkeler ile eleştirel bakış açısı ve kavramlar iç içe geçerek eklektik bir yapı oluşmuştur.⁴⁰ Adı geçen çalışmada liberal bakış açısıyla çizilen basının temel işlevleri kabul görmüş, sermaye vurgusuyla eleştirel perspektife kayılmıştır. Yeni bir alan açma amacıyla yola çıkılan tezde, yöntemsel olarak ise eleştirel çalışmalarda sıklıkla kullanılan ve ideolojiyi merkezine alan van Dijk’in eleştirel söylem çözümlemesi kullanılmıştır.

Gerçekliğin çarpıtıldığını vurgulayan çalışmalarda olduğu gibi bu başlık altındaki tezlerde de basına araçsalcı görevlerin atfedildiğini söylemek mümkündür. Örneğin Müjdat Budak, gerçekliğin inşasını savunduğu çalışmasında, medyanın devlet erki tarafından inşa sürecinde araçsalcı⁴¹ bir biçimde kullanıldığını vurgulamıştır. Ayrıca Althusserci bir yaklaşım ile devlet politikaları için eğitim ve kitle iletişim araçlarının ideolojik aygıt olarak kullanıldığını ifade etmiştir (Budak, 2004: 147-150). Burada iki çelişki ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, Althusser’in ideoloji bağlamında yaptığı, son kertede ekonomik vurgunun görmezden gelinmesi; ikincisi ise medyaya araçsalcı ve indirgemeci bir biçimde gerçekliği inşa etme görevinin verilmesidir. Bu da ideolojik anlam mücadeleleri içinde farklı direnç noktalarının oluşabileceği anlayışını ortadan kaldırmıştır.

Mesele, Batı’da yapılan iletişim araştırmaları üzerinden ele alındığında, gerçekliğin inşasının savunulduğu çalışmalarda, kuramsal olarak alımlama konusu önemli bir yer teşkil etmektedir. Ancak yine de bu başlık altında değerlendirilmiş tezlerde alımlamaya çok az yer verilmiştir. Örneklemdaki araştırmalarda okuyucunun tartışma konusu edilmemesi ise az sayıdaki çalışmada sınırlılık olarak vurgulanmıştır.⁴² Bu tür çalışmalara bir örnek, Emel Şerife Baştürk’ün *Ulusal*

³⁹ Ayrıntı için bkz. Yılmaz, 2008: 1-10.

⁴⁰ Ayrıntı için bkz. Yılmaz, 2008: 4-5.

⁴¹ Araçsalcı yaklaşımın ideoloji tartışmasına nasıl bir sınırlılık getirdiğini önceki bölümde tartıştığımız için tekrar değinmeye gerek yoktur. Burada sadece inşacı yaklaşım penceresinden araçsalcılığın nasıl ele alındığı ile tezlerde bu bağlamda beliren sınırlılıklar ve çelişkiler ortaya konulmuştur.

⁴² Örneğin, Palacı, 1998: 29.

Söylemin İnşasında Yazılı Basın ve Kardak Krizi Örnek Olayı (1999) başlıklı tezidir. Baştürk, çalışmasında basının mutlak gücünün tartışılabilmesine dikkat çekmiş, izleyici araştırmalarının çalışmasının kapsamı dışında olduğunu belirtmiştir (1999: 63). Bu tür bakış açıları, ideoloji tartışmasında sınırlılığın bulunabileceğini görmek açısından önemlidir. Ancak inşacı yaklaşımların okuyucuya/izleyiciye/dinleyiciye atfettiği önem dikkate alındığında, alımlama analizlerinin ideoloji tartışmalarına katkı sağlayacağı söylenebilir.

İnşacı tezlerin önemli bir çoğunluğunda, okuyucunun durumuna ilişkin bir vurgu söz konusu değildir. Alımlama konusuna değinilmeden gazete haberlerinin mutlak gücü kabul edilmiş, basının siyasi ya da ekonomik yapılar tarafından kullanıldığı ve gerçekliği inşa ettiği savunulmuştur. Okuyucunun pasifliği, “medya editörleri toplumun ne hakkında konuşması gerektiğini belirleyen makamdır” denerek vurgulanmıştır (Budak, 2004: 94). Burada meydana gelen ideoloji tartışmasındaki sınırlılık daha da önemlidir. Liberal ve gerçekliğin çarpıtıldığını savunan tezlerde, kuramsal yaklaşımların okuyucu hakkındaki ön kabulleri pasif bir yapıdadır. İnşacı yaklaşımı savunan araştırmalarda okuyucunun pasifliği doğrudan kabul edilmez. Nitekim medya mesajlarına maruz kalan kişilerin alımlamaları bu tür iletişim araştırmalarında incelenir. Bu durum inşacı tezlerde kuramsal olarak bazı noktaların gözden kaçtığını göstermektedir.

İnşacı yaklaşımı benimsemiş tezlerdeki metodolojik uygulamalar, diğer iki başlık altında incelenen çalışmalarda kadar olmasa da ideoloji çözümlemesine ve kavramlaştırmasına bazı sınırlılıklar getirmiştir. Bunlardan biri, çalışmaların eklektik olma durumudur. Örneğin *Toplumsal Gerçekliğin Kurulumunda Gazetelerin Edimsözel Etkileri* başlıklı çalışmasında Yılmaz, van Dijk’in yaklaşımını kullanmış ve gündem belirleme yaklaşımının, çalışmasının kuramsal yapısıyla uyduğunu savunmuştur (2008: 45). Burada gazetelerin gerçekliği inşa mı ettiği, yoksa gündemi mi belirlediği sorusu akla gelmektedir. Gündem belirlemede, basının bazı konulara ağırlık vererek toplumun ne düşüneceğini belirlediği savunulur. Bu durumda, söz konusu çalışmada yöntemsel ve kuramsal uyumun olmadığını söylemek doğru olacaktır. İdeoloji tartışmasını yapmayan gündem belirleme modelinin, çalışmanın kuramsal bakış açısı için uygun kabul edilmesine ek olarak, ideoloji çözümlemesi yapmayı amaç edinen bir yöntemin seçilmesi, yapılan ideoloji tartışmasında önemli çelişkiler ortaya çıkarmıştır. Yılmaz’ın değinilen çalışmasında ideoloji tartışmasına

sınırlılık getiren diğerk bir nokta da yöntemin uygulanmasıdır. Tezde eleştirel söylem çözümlemesi yönteminin kullanıldığı belirtilmiş, van Dijk'in makro ve mikro yapılar şeklinde yaptığı ayırım yöntem bölümünde açıklanmıştır. Ancak uygulama kısmında haber metinleri arka arkaya sıralanıp yorumlanmıştır.

Gerçekliğin inşa edildiğini savunan tezler arasında kuram ve yöntem çelişmesine diğerk bir örnek, *Cumhuriyet Mitinglerinin Türk Basınında Sunumunun İdeolojik Analizi* (Kabakçı, 2010) başlıklı çalışmadır. Söz konusu araştırmada “Kemalizm” ve “siyasal İslam” arasında yaşanan hegemonya mücadelesi, Cumhuriyet Mitingleri üzerinden okunmuştur. Yöntem olarak Norman Fairclough'un eleştirel çözümlemesi kullanılmış, elde edilen bulgular ise Ernesto Laclau ve Chantal Mouffe'un söylem kuramlarına göre tartışılmıştır (Kabakçı, 2010: 113). Bu durum da ideoloji tartışmasında üç çelişki ortaya çıkarır. Birincisi, yapısalcı yanı ağır basan Fairclough⁴³ ile post-Marksist çizgiye yerleşen Laclau ve Mouffe'un bir araya getirilmesidir. Çünkü yapısalcı yaklaşımlarda anlamın değişmezliği vurgulanıp yan anlam gibi noktalara odaklanılır, Laclau ve Mouffe'ta ise anlamın inşa edildiği ve bunun sürekli yapıldığı vurgusu baskındır. İkincisi, eleştirel söylem çözümlemelerinde söylemsel olan ve olmayan⁴⁴ gibi bir ayırım söz konusu iken Laclau ve Mouffe'un böyle bir ayrımı reddetmesidir.⁴⁵ Bu iki çelişki, yazar tarafından da kabul edilmiş, bunun ideoloji tartışmasına bir sınırlılık getirdiği belirtilmiştir. Son çelişki ise ideoloji kelimesi üzerinden ortaya çıkmaktadır. Eleştirel söylem çözümlemelerinde ideolojinin temel sorunsal olduğunu daha önce vurgulamıştık. Ancak post-Marksist yaklaşımlarda söylem, ideoloji kavramını yerinden etmiştir.⁴⁶ Bu durumda ideolojiyi amaç edinen bir yöntem ile ideoloji yerinden eden bir söylem yaklaşımının birlikteliği, kaçınılmaz biçimde, ideoloji tartışmasında çelişkiyi ortaya çıkarmaktadır.

Sonuç

İletişim anabilim dalları altında yapılmış ve gazete haberlerini konu alan yüksek lisans tezlerinin ele alındığı bu çalışmada tartışma, gerçeklik-ideoloji ilişkisi bağlamında, üç ana başlık altında yürütülmüştür. İlk olarak, liberal yaklaşım

⁴³ Ayrıntı için bkz. Fairclough, 2003.

⁴⁴ Söylemsel olan ve olmayan ayrımı için bkz. Durna ve Kubilay, 2010.

⁴⁵ Ayrıntı için bkz. Laclau ve Mouffe 1992.

⁴⁶ Ayrıntı için bkz. Purvis ve Hunt 2014, Laclau ve Mouffe 1992.

doğrultusunda yapılandırılmış tezlerde, ideoloji tartışmasının dolaylı ya da doğrudan yapıldığı görülmüştür. Çalışmalarda her ne kadar liberal ilkelerden yola çıkılsa da liberal bakış açısının hem basını hem toplumu açıklamadaki sınırlılığı ve çelişkileri, araştırmacıları, eleştirel paradigmaya kaymaya ve bu paradigmanın kavramlarını kullanmaya zorlamıştır. Ek olarak, liberal araştırmalarda ideolojik duruşun sebebi ağırlıklı siyasi otoritedir. İkinci sırada ise ekonomik yapılar iktidar konumuna yerleştirilmiştir. Ancak iktidar tartışmalarında, özellikle sermayenin iktidarının sorgulanması nedensellik içerisinde yapılmamış, sermayenin bir iktidar şeklinde ortaya çıkmasını sağlayan yapısal işleyiş incelenmemiştir.

İkinci başlık altında, gerçekliğin dışsal biçimde var olduğunu ve ona ulaşılabilirliğini kabul eden; ancak gerçeğin basın tarafından ideolojik bir biçimde çarpıtıldığını savunan tezler incelenmiştir. Araçsalcı tezlerin temelinde, medyanın gerçekleri çarpıtarak topluma şekil verdiği anlayışı, karmaşık işleyişe sahip basının ve toplumun çözümlenmesini indirgemeci bir biçimde ele alma çabasına işaret etmektedir. Basın kuşkusuz ki insanların beğenilerine, zevklerine hitap etme amacıyla kültür endüstrisi üretme ya da onların siyasi fikirlerini etkileme amacıyla kullanılmaktadır. Ancak sadece haberlerin metinsel çözümlemelerini yaparak bunların gerçekleştiği sonucuna varmak, yöntemsel bir sorun olmakla birlikte, okuyucunun da yok sayılması anlamına gelmektedir. Buna ek olarak, araçsalcı tezlerde ortaya konan bakış açılarının topyekûn geçersiz olduğunu söylemek kuşkusuz ki yanlış bir çıkarım olacaktır. Ancak toplumsal işleyiş; tarihe, siyasi ve ekonomik yapıya göre değişiklik gösterebilmektedir. Siyasal, ekonomik vb. iktidar yapıları ile medya arasında araçsalcı yaklaşımın kurduğu gibi tek düze bir tahakküm yapısı ve araç anlayışı yerine karşılıklı, duruma göre şekillenen ve dönemsel bir ilişkinin olduğunu kabul etmek daha doğru analizlere imkân tanıyacaktır.

Tartışmanın yapıldığı son başlıkta, inşacı tezlerde anlamların haberler aracılığıyla nasıl inşa edildiğine odaklanılmış, kurulan anlamların rıza sağlama ve hegemonya oluşturmada nasıl işlediğine bakılmıştır. Liberal ve araçsalcı çalışmalar kadar olmasa da inşacı çalışmalarda da özellikle yürütülen ideoloji tartışmasında kuramı ve yöntemi uygulama esnasında sorunlu noktalar tespit edilmiştir.

Bütünlüklü bir tartışmaya imkân tanıyan inşacı çalışmalarda da kültür ve alt başlıkları üzerine yoğunlaşma yaşanırken, gazetelerin kurumsal işleyişleri ve ekonomik yapı ile basın ve içerikleri arasındaki ilişkinin sorgulanması eksik kalmıştır.

Bu aslında, ekonomik belirlenimden kaçma çabasının tezlere yansımalarıdır. İktidar bağlamında ise sermaye ya da ekonomik yapı arka planda kalırken; siyasi yapı, iktidarın başat ögesi olarak kabul edilmiştir. Bu durumda kültür ve kimlik konularına odaklanmakla birlikte, küreselleşmenin ve sermayenin bunlara olan etkisi gözden kaçırılmıştır. Haberin söylem ya da içerik analiziyle incelenmesi, karmaşık bir yapıda olan basın ve toplumu, indirgemeci bir biçimde anlama gayretinden öteye geçememiştir. Bu durum, ideoloji tartışmalarında da bütünlüklü bir değerlendirmenin yapılmasını engellemiştir.

Genel olarak, incelenen tezlerde, ideolojinin kavranışıyla ilgili sorunlar üç başlıkta toplanabilir. Bunların birincisi, benimsenen kuram ile yöntemin ideoloji kavramlaştırması ve çözümlemesi için yeterli olmaması sonucunda sınırlılıkların ortaya çıkmasıdır. İkincisi, tezlerdeki kuramsal yaklaşım doğrultusunda sorgulama yapı(a)mamasıdır. Sonuncusu ise tezlerde sorunsal olarak benimsenen ve yapılmak istenen ideoloji tartışması için yöntemin uygun olmaması ya da uygulan(a)mamasıdır. Kısacası, üç başlık altında ele alınan çalışmalarda yaygın biçimde, kuram-amaç-yöntem-sonuç uyumsuzluğu bulunmaktadır.

Sonuç olarak, ideoloji tartışmasında toplumun ve basının işleyişi tarihsel bir çerçevede bütün unsurlarıyla (ekonomi, kültür, politika gibi) birlikte ele alınmasının, araştırmaları güçlendireceği söylenebilir. Bu kesinlikle eklektik bir yaklaşım değildir. Yalnızca toplumsal işleyişi ve basının durumunu; sınıf, ekonomi ya da kültür gibi "belli" bir noktadan tartışmaya karşı çıkma çabasıdır. Bu bağlamda, iletişimin diğer disiplinler ile etkileşimi önemlidir ve yapılacak çözümlemelerin de bu ilişkiyi göz önünde bulundurma zorunluluğu vardır. Buna ek olarak, araştırmacıların, ideolojinin pejoratif anlamından kurtulması ve ideolojiyi bir mücadele alanı olarak görmesi, ortaya çıkan uyumsuzlukların ortadan kalkmasına katkı yapacaktır. Ayrıca yukarıda da belirtildiği gibi siyasal, toplumsal, ekonomik ve kültürel çerçevede ideoloji sorgulamalarının yapılması ve bunlar yapılırken alımlamanın gözden kaçırılmaması, iletişim araştırmalarında sağlıklı ideoloji tartışmalarının ortaya çıkmasını sağlayacaktır. İdeolojinin bir hegemonya kurma mücadelesi olduğu ve karşılıklı ideolojilerin bunu anlam inşası yoluyla yaptığını göz önünde bulundurmak, uyumsuzlukların giderilmesi için yukarıda belirtilen kuramsal çerçevenin eklektisizminden kurtulmasına, bütünlüklü sorgulamanın ve alımlama incelemelerinin daha doğru yapılmasına katkı yapacaktır. Örneğin, okuyucunun durumunu tartışmak

için ekonomi politik kavramlaştırmadan ziyade kültürel bir kavramlaştırma seti tercih etmek, ideoloji tartışmasını kuramsal olarak daha bütünlüklü yapmaya imkân tanıyacaktır. Farklı kuramsal yaklaşımların kavramlarını birbirine eklemek, çatışma ve çelişkileri ortaya çıkarmaktadır. Bir başka deyişle, bütünlüklü bir araştırma için bir çalışmanın içinde hem ekonomi politik hem de kültürel çalışmalar penceresinden bir tartışma yürütülebilir. Ancak bu iki yaklaşımın bazı kısımlarını alıp birbirine eklemek yerine, ayrı değerlendirmeden sonra ikisinin ortaya koyduğunu tartışmak, haber ve ideoloji ilişkisinin kapsamlı bir analizini yapma imkânı sunacaktır.

Kaynakça

- Algül, Hasan (2003). *Popüler Basın: Star Gazetesi Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 126362 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Altındağ, Kudret (2016). *Türkiye Medyasında Yahudi Temsili: Struma Gemisi Olayı Örneği*. İstanbul: Lap Lambert Academic Publishing.
- Atatunç, Ceylan (2006). *Ahlak ve Etik Değerlerin Çağdaş Basına Yansımaları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 204465 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Atılğan, Gökhan (2015). "İdeoloji." *Siyaset Bilimi*. Gökhan Atılğan ve E. Atilla Aytekin (der) içinde. İstanbul: Yordam Kitap. 285-298.
- Aydoğan, Aylin (2006). "Yeni İletişim Teknolojileri Tezlerinde Neo-Klasik İktisat Paradigmasının Hegemonyası." *Kültür ve İletişim Dergisi*, 9(1): 89-112.
- Baştürk, Emel Ş. (1999). *Ulusal Söylemin İnşasında Yazılı Basın ve Kardak Krizi Örnek Olayı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 81549 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Bek, Mine G. (2006). "Editör Yazısı." *Kültür ve İletişim Dergisi*, 9(1): 5-8.
- Budak, Müjdat (2004). *Türkiye`de Spor Olgusunun Kitle İletişim Araçlarında Sunumu: Futbol, Fanatizm ve Milliyetçilik* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 146209 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Büyüköztürk, Şener, vd. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Canözkan, Dilara (2004). *İkiz Kuleler Örneğinde Yazılı Basının Terör Olaylarına Bakışı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 146248 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).

- Ceylan, Ümit G. (2016). *07 Haziran 2015 Genel Seçimleri Sürecinde Cumhuriyet, Hürriyet, Yeni Şafak Gazetelerinde HDP Algısı* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 432402 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Chomsky, Noam (2003). "Propaganda ve Kamusal Aklın Kontrolü." *Kapitalizm ve Enformasyon Çağı: Küresel İletişim Devriminin Politik Ekonomisi*. Robert W. McChesney (der) içinde. Ankara: Epos Yayınları. 209-222.
- Creswell, John W. (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çalışkan, Osman (2013). *Toplumsal Rıza Üretimi Bağlamında 2010 Anayasa Referandum ve Yazılı Basının Bu Süreçteki Rolü Bir İçerik Analizi Uygulaması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 336154 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Çam, Şerife (2008). *Medya Çalışmalarında İdeoloji Yaklaşımlarına İlişkin Epistemolojik ve Yöntemsel Sorunlar*. Ankara: De Ki Basım Yayım.
- Çetin, Muharrem, Cem Yaşın ve Büşra Sönmez (2016). "Türkiye'de Halkla İlişkiler Alanındaki Doktora Tezleri Üzerinden Alanda Yapılan Çalışmaların Değerlendirilmesi." *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 43: 242-264.
- Çilingir, Ayşegül (2017). "İletişim Alanında İçerik Analizi Yöntemi Kullanılarak Yapılan Yüksek Lisans ve Doktora Tezleri Üzerine Bir İnceleme." *Akademia*, 5(1): 148-160.
- Durna, Tezcan ve Çağla Kubilay (2010). "Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlemeleri." *Medyadan Söylemler*. Tezcan Durna (der) içinde. İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık. 47-81.
- Dursun, Çiler (2004). "Türkiye'de Haber ve Habercilik Çalışmalarının Genel Bir Değerlendirmesi: 1980-2003." *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi*. Çiler Dursun (der) içinde. Ankara: Elips Kitap. 89-147.
- Dursun, Çiler (2013). *İletişim Kuram Kritik*. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (2002). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.

- Erol, Devrim D. (2004). *Tekelleşen Türk Medyasında Yazılı Basın Ekleriyle Sunulan Yaşam Tarzları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 143958 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Fairclough, Norman (2003). "Dil ve İdeoloji." *Söylem ve İdeoloji: Mitoloji, Din, İdeoloji*. Barış Çoban ve Zeynep Arslan (der) içinde. İstanbul: Su Yayınları. 155-171.
- Gürtaş, Aytül (1994). *Haber Metinlerinin Söylemsel Analizi Üzerine Bir Çalışma: Haberin Tarafsızlığı Açısından Türk Basınında Temizlik İşçileri Grevi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 37095 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Herman, Edward S. ve Noam Chomsky (2012). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*. İstanbul: Bgst Yayınları.
- İldız, Muhammed A. (2015). *Haber Metinlerindeki Gerçekliğin Sunumunda Propagandanın İşleyişi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 408610 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- İrvan, Süleyman (1995). Demokratik Sistemde Medyanın Rolü. *Birikim*, 68-69: 76-83.
- Kabakçı, Gökçe Z. (2010). *Cumhuriyet Mitinglerinin Türk Basınında Sunumunun İdeolojik Analizi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 265335 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Kopan, Koray (2010). *Basının Gündem Belirleme İşlevi Üzerine Ampirik Bir Çalışma: Yazılı Basının 2009 Yerel Seçimlerine Bakışının Değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 277054 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Kozok, Fırat (2007). *1938-1946 Yılları Arasında Cumhuriyet Gazetesi'nin Genel Yayın Politikası* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 207255 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Laclau, Ernesto ve Chantal Mouffe 1992. *Hegemonya ve Sosyalist Strateji*. İstanbul: Birikim Yayınları.

- McLellan, David (2009). *İdeoloji*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Mutlu, Erol (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Neuman, W. Lawrance (2016). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri (Nitel ve Nicel Yaklaşımlar)*. Ankara: Yayınodası Yayıncılık.
- Okay, Aydemir ve Ayla Okay (2008). "Türkiye'de Lisans ve Lisansüstü Halkla İlişkiler Eğitimi: Tezlerin Halkla İlişkiler Alanına Katkısının Kantitatif Bir Çalışması (1984-2007)." *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5(2): 5-14.
- Özdemir, Seval (2006). *Politik Pazarlamada İmaj Türk Siyasal Yaşamında Kalitatif Bir Araştırma Melih Gökçek Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 186117 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Özer, Nuri P. (2011). *Gazete Haberlerinde Manipülasyon: 28 Şubat Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 294510 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Özer, Ömer (2011). *Haber Söylem İdeoloji*. İstanbul: Literatürk Academia.
- Özer, Ömer (2015). "Teun Adrian van Dijk Örneğinde Eleştirel Söylem Çözümlemesi." *İletişim Araştırmalarında Yöntemler*. Besim Yıldırım (der) içinde. Konya: Literatürk Academia. 197-286.
- Palacı, Havva (1998). *Yazılı Basında Memur Eylemleri Egemen Söylemin Yeniden İnşası Üzerine Bir Örnek Olay Çalışması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 72298 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Patton, Michael Q. (1987). *How to Use Qualitative Methods in Evaluation*. Newbury Park: CA: Sage.
- Pelivan, Mehmet (2019). "Gazete Haberlerini Konu Alan Yüksek Lisans Tezlerine Dair Bibliyometrik Bir Analiz." *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (4): 119-148. DOI: 10.18037/ausbd.668631.
- Purvis, Trevor ve Alan Hunt 2014. "Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji..." *MomentDergi* 1 (1):9-36.

- Sarıer, Osman (2014). *Halkla İlişkiler Alanında Tamamlanmış Lisansüstü Tez Çalışmalarının İncelenmesi* (2003-2012) (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 358638 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Tokgöz, Oya (2006). "Türkiye'de İletişim Araştırmalarında İletişim Eğitiminin Rolü ve Önemi." *Küresel İletişim Dergisi*, Bahar (1): 1-12.
- Tokgöz, Oya (2015). "Başlangıçtan Günümüze Türkiye'de İletişim Araştırmaları: Eleştirel Bir Değerlendirme." *İletişim Araştırmalarında Yöntemler*. Besim Yıldırım (der) içinde. Konya: Literatürk Academia. 15-46.
- Turan, Ömer (2009). *22 Temmuz 2007 Genel Seçimlerinin Gazetelere Yansıması* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 240768 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Uçar, Anıl K. (2013). *Gazetecilikte Bir Değer ve Pratik Olarak Objektiflik: Siyasi Partilere İlişkin Haberlerin İçerik Çözümlemesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 348909 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Uçar, Yasemin (2011). *Basın Ahlâkı Açısından Haberde Nesnellik Olgusu* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 294691 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Udeoğlu, Başak (2015). *Basının Kamuoyu Oluşturma Görevi: 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Kampanyası Dönemi, Yeni Şafak ve Sözcü Gazetesi Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 423706 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).
- Ünsal, Asude (2015). *2014 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçiminin Medyada Temsili* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 431208 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).

van Dijk, Teun A. (2015). "Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım." *Söylem ve İdeoloji*. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (der) içinde İstanbul: Su Yayınevi. 15-100.

Ward Stephen J. A. (2004). *The Invention of Journalism Ethics: The Path to Objectivity and Beyond*. Montreal-Kingston: McGill-Queen's University Press-MQUP.

Yıldırım, Ali ve Hasan Şimşek (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, Besim (2015). "Giriş." *İletişim Araştırmalarında Yöntemler*. Besim Yıldırım (der) içinde. Konya: Literatürk Academia. 9-14.

Yılmaz, Recep (2008). *Toplumsal Gerçekliğin Kurulumunda Gazetelerin Edimsözel Etkileri* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. <https://tez.yok.gov.tr> Tez No: 229523 (Erişim Tarihi: 26 Eylül 2022).

Yüksel, Hakan (2016). "Türkiye'deki Hâkim İletişim Kavramsallaştırmasının Gelişimi ve Sınırlılıkları." *Kültür ve İletişim Dergisi*, 38: 10-41.

EK 1: Örnekleme Alınan Tezlerin Listesi⁴⁷

1. Gerçekliğin Aktarıldığını Savunan Tezler

Atatunç, Ceylan, (2006). Ahlak ve Etik Değerlerin Çağdaş Basına Yansımaları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli, (204465).

Canözkan, Dilara, (2004). İkiz Kuleler Örneğinde Yazılı Basının Terör Olaylarına Bakışı. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, İzmir, (146248).

Ceylan, Ümit G., (2016). 07 Haziran 2015 Genel Seçimleri Sürecinde *Cumhuriyet*, *Hürriyet*, *Yeni Şafak* Gazetelerinde HDP Algısı. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim Sistemleri Anabilim Dalı, İstanbul, (432402).

⁴⁷ Örnekleme listelenen tezler ayrıca kaynakçada da verilmiştir.

- Gürtaş, Aytül, (1994). Haber Metinlerinin Söylemsel Analizi Üzerine Bir Çalışma: Haberin Tarafsızlığı Açısından Türk Basınında Temizlik İşçileri Grevi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara, (37095).
- Kopan, Koray, (2010). Basının Gündem Belirleme İşlevi Üzerine Ampirik Bir Çalışma; Yazılı Basının 2009 Yerel Seçimlerine Bakışının Değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara, (277054).
- Uçar, Anıl K., (2013). Gazetecilikte Bir Değer ve Pratik Olarak Objektiflik: Siyasi Partilere İlişkin Haberlerin İçerik Çözümlemesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Kayseri, (348909).
- Uçar, Yasemin, (2011). Basın Ahlâkı Açısından Haberde Nesnellik Olgusu. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Konya, (294691).
- Udeoğlu, Başak, (2015). Basının Kamuoyu Oluşturma Görevi: 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Kampanyası Dönemi, *Yeni Şafak* ve *Sözcü* Gazetesi Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara, (423706).
- Ünsal, Asude, (2015). 2014 Türkiye Cumhurbaşkanlığı Seçiminin Medyada Temsili. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Antalya, (431208).

2. Gerçekliğin Çarpıtıldığını Savunan Tezler

- Algül, Hasan, (2003). Popüler Basın: *Star* Gazetesi Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, (126362).
- Altındağ, Kudret, (2016). Türkiye Medyasında Yahudi Temsili: Struma Gemisi Olayı Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, (425022).
- Çalışkan, Osman, (2013). Toplumsal Rıza Üretimi Bağlamında 2010 Anayasa Referandum ve Yazılı Basının Bu Süreçteki Rolü Bir İçerik Analizi Uygulaması.

(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, (336154).

Erol, Devrim D., (2004). Tekelleşen Türk Medyasında Yazılı Basın Ekleriyle Sunulan Yaşam Tarzları. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir, (143958).

Ildız, Muhammed A., (2015). Heber Metinlerindeki Gerçekliğin Sunumunda Propagandanın İşleyişi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Yeni Yüzyıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, (408610).

Kozok, Fırat, (2007). 1938 - 1946 Yılları Arasında *Cumhuriyet* Gazetesi'nin Genel Yayın Politikası. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, (207255).

Özdemir, Seval, (2006). Politik Pazarlamada İmaj Türk Siyasal Yaşamında Kalitatif Bir Araştırma "Melih Gökçek Örneği". (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, (186117).

Özer, Nuri P., (2011). Gazete Haberlerinde Manipülasyon: 28 Şubat Örneği. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, (294510).

Turan, Ömer, (2009). 22 Temmuz 2007 Genel Seçimlerinin Gazetelere Yansıması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erciyes, (240768).

3. Gerçekliğin İnşa Edildiğini Savunan Tezler

Baştürk, Emel Ş., (1999). Ulusal Söylemin İnşasında Yazılı Basın ve Kardak Krizi Örnek Olayı. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara, (81549).

Budak, Müjdat, (2004). Türkiye`de Spor Olgusunun Kitle İletişim Araçlarında Sunumu: Futbol, Fanatizm ve Milliyetçilik. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Anabilim Dalı Anabilim Dalı, İzmir, (146209).

Kabakçı, Gökçe Z., (2010). Cumhuriyet Mitinglerinin Türk Basınında Sunumunun İdeolojik Analizi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler İletişim Bilimleri Enstitüsü Anabilim Dalı, Ankara, (265335).

Palacı, Havva, (1998). Yazılı Basında Memur Eylemleri Egemen Söylemin Yeniden İnşası Üzerine Bir Örnek Olay Çalışması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Ankara, (72298).

Yılmaz, Recep, (2008). Toplumsal Gerçekliğin Kurulumunda Gazetelerin Edimsözel Etkileri. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı, Kocaeli, (229523).



Kültür ve İletişim

culture&communication

Yıl: 26 Sayı: 51 (Year: 26 Issue: 51)

Mart 2023-September 2023 (March 2023-September 2023)

E-ISSN: 2149-9098



2023, 26(1): 108-141

DOI: 10.18691/kulturveiletisim.1243922

****Araştırma Makalesi****

Türkiye Müzik Endüstrisinde Platformlar ve Algoritmik Kürasyonun Yeni Kültürel Aracılık Rolü-Que Vadis?*

Mutlu Binark & Erman M. Demir & Serra Sezgin & Gökçe Özsu**

Öz

Kültürel araçlar kültürel üretim ve tüketim pratikleri arasında eşik bekçiliği yaparken, kendilerini kültürel otorite olarak konumlandırarak, sembolik sermayelerini izlerkitleye meşru beğeni olarak aktarırlar. Pierre Bourdieu'nun tarif ettiği bu kavram müzik endüstrisi özelinde yapımcıları ve menajerleri işaret eder. Müzik endüstrinin platform ekonomisiyle birlikte geçirdiği dönüşümle birlikte, platform sahiplerinin atadığı kürasyon gücüyle insan olmayan maddi aktörler (algoritmalar) yeni aracı rolünü üstlenmektedir. Bu çalışmada müzik endüstrisinde platformlaşmaya koşut olarak kültürel aracılık olgusunun nasıl değiştiği, Türkiye'de müzik endüstrisinin farklı aktörlerinin bu değişime karşı yaklaşımları üç tema ekseninde tartışılmaktadır: Üretim ilişkilerindeki dönüşüm, eserlerin türsel/biçimsel dönüşümü, bağımsız sanatçıların var olma stratejileri. Bu kapsamda Kasım 2021 ve Haziran 2022 arasında nitel araştırma tekniklerine dayalı bir saha araştırması yürütülmüş, endüstrisinin farklı aktörlerinin katılımıyla 4 odak grup ve 31 derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bulguları, Türkiye'de müzik endüstrisinin farklı aktörlerinin platform ekonomisinin gücünü oluşturan yeni kültürel araçlar olarak algoritmik kürasyonun işleme mantığının farkında olduğunu, platform ekonomisinin yine büyük müzik şirketleri ve repertuarları güçlü sanatçılar lehine işlediğini, algoritmaların kara kutular olarak işleminin bağımsız ve alternatif sanatçılar aleyhine şekillendiğini, bağımsız sanatçıların algoritmik beğeninini şekillenmesi sürecinde dijital iş modellerine uyumlanmaya, dijital beceriler kazanmaya çalıştıklarını göstermiştir. Ancak, araştırmanın katılımcıları platform kapitalizminin eşitsizlik üreten bu yapısını veya teknoloji şirketlerinin varlığını sorunsallaştırmamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Kültürel araçlar, müzik endüstrisi, platformlaşma, algoritmalar, algoritmik kürasyon, dijital iş modeli.

* Geliş Tarihi: 28/01/2023. Kabul Tarihi: 16/03/2023.

** Mutlu Binark: Hacettepe Üniversitesi, Radyo, Sinema ve Televizyon Bölümü Öğretim Üyesi
Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-7458-5203>. E-Mail: binark@hacettepe.edu.tr
Erman M. Demir: Başkent Üniversitesi, Film Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi
Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-7123-5742>. E-Mail: medemir@baskent.edu.tr
Serra Sezgin: Ankara Bilim Üniversitesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü Öğretim Üyesi
Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-8737-515X>. E-Mail: serra.sezgin@ankarabilim.edu.tr
Gökçe Özsu: Hacettepe Üniversitesi, İletişim Bilimleri Bölümü, Doktor Adayı
Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-8732-1397>. E-Mail: gozsu@hacettepe.edu.tr

****Research Article****

Platforms in the Turkish Music Industry and The New Cultural Intermediation Role of Algorithmic Curation-Que Vadis?*

Mutlu Binark & Erman M. Demir & Serra Sezgin & Gökçe Özsu**

Abstract

While cultural intermediaries act as gatekeepers between cultural production and consumption practices, they position themselves as cultural authorities and transfer their symbolic capital to the public as legitimate taste. This concept, as described by Pierre Bourdieu, refers to producers and managers in the music industry. With the transformation of the music industry with the platform economy, non-human material actors (algorithms) are taking on the role of new mediators with the curation power assigned by the platform owners. In this study, how the phenomenon of cultural intermediation has changed in parallel with the platforming in the music industry, and the approaches of different actors of the music industry in Turkey towards this change are discussed in three themes: The transformation in production relations, the genre/formal transformation of works, the strategies of existence of independent artists. In this context, a field research based on qualitative research techniques was conducted between November 2021 and June 2022, and 4 focus groups and 31 in-depth interviews were held with the participation of different actors of the industry. The findings of the research show that the different actors of the music industry in Turkey are aware of the logic of algorithmic curation as new cultural intermediaries that constitute the power of the platform economy, that the platform economy works in favor of big music companies and artists with strong repertoires, that algorithms operate as black boxes against independent and alternative artists, showed that independent artists are trying to adapt to digital business models and gain digital skills in the process of shaping algorithmic taste. However, the participants of the research problematizes this inequality-producing structure of platform capitalism or the existence of technology companies.

Keywords: Cultural intermediaries, music industry, platformization, algorithms, algorithmic curation, digital business model.

* Received: 28/01/2023. Accepted: 16/03/2023.

** Mutlu Binark: Faculty Member, Hacettepe University, Department of Radio, Television and Cinema.

Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-7458-5203>. E-Mail: binark@hacettepe.edu.tr

Erman M. Demir: Faculty Member, Başkent University, Department of Film Design.

Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-7123-5742>. E-Mail: medemir@baskent.edu.tr

Serra Sezgin: Faculty Member, Ankara Science University, Department of New Media and Communication.

Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-8737-515X>. E-Mail: serra.sezgin@ankarabilim.edu.tr

Gökçe Özsu: PhD Candidate, Hacettepe University, Department of Communication Sciences.

Orcid no: <https://orcid.org/0000-0002-8732-1397>. E-Mail: gozsu@hacettepe.edu.tr

Türkiye Müzik Endüstrisinde Platformlar ve Algoritmik Kürasyonun Yeni Kültürel Aracılık Rolü-Que Vadis?'

Giriş

Pierre Bourdieu (2021: 392) kültürel üretim ve tüketim pratikleri arasında eşik bekçiliği rolünü üstlenen, kendilerini kültür alanında otorite olarak konumlandıran, biriktirdikleri sosyal, kültürel sermayelerine dayanarak o zamana dek geliştirdikleri beğenilerini izlerkitleye meşru beğeni veya popüler beğeni olarak tanımlayan faileri kültürel aracılar (*cultural intermediaries*) olarak tanımlar. Bourdieu'nun kültürel aracılar olarak tanımladığı kişiler/aktörler arasında moda editörlerini, galeri sahiplerini, yapımcılar ve menajerleri sayabiliriz.

Bastian Lange (2016: 245) *The Evolution of Music Tastemakers in the Digital Age* çalışmasında, platform ekonomisinin yaygınlaşmasıyla birlikte müzik endüstrisindeki geleneksel kültürel aracılık pratiklerinin değişime uğradığını ve algoritmaların müziğin değerlendirilmesinde öne çıkmaya başladığını ifade eder. Dijital teknolojilerin ve platform sahiplerinin kürasyon mantığını yönettiği algoritmaların, kültürel aracı rolünü üstlendiği ilgili literatürde tartışılmaktadır (Hracs, 2015; Morris, 2015; Morris ve Powers, 2015; Aioldi, vd., 2016; Bonini ve Gandini, 2019; Prey, vd., 2022). Kürasyon, sergi, müze ve festival etkinliklerinde eser ve nesnelerin belli bir mantık için bir araya getirilmesi ve elenmesi olarak tanımlanabilir. Algoritmik kürasyon ise, platformların temellendiği yazılımların en iyiler, en beğenilenler başta olmak üzere belli çalma listelerinin hazırlanması, dinleyicilerin alışkanlıklarına göre uygulama içerisinde çeşitli kişiselleştirmelerin yapılmasıdır. Uluslararası Fonogram Endüstrisi Federasyonu (International Federation of the Phonographic Industry, IFPI) tarafından hazırlanan 2021 yılı verilerinin değerlendirildiği *Küresel Müzik Endüstrisi Raporu*'nda (2022) platformlaşma olgusuyla birlikte müzik endüstrisinde sanatçı ve dinleyici arasında kültürel aracı rolüne sahip plak şirketleri (yapımcı ve yayıncı), menajerler ve müzik meslek örgütlerinin ötesinde, algoritmaların yeni kültürel aracılar olarak ortaya çıkışına dikkat çekilmektedir.

¹ Bu çalışmasının saha araştırması Kültür ve Turizm Bakanlığı, Telif Hakları Genel Müdürlüğü desteğiyle 2021-2022 yılları arasında gerçekleştirilmiştir. Bu projenin bulgularının paylaşıldığı rapor için bkz.: Binark, Mutlu, Demir, Erman, Sezgin, Serra ve Özsu, Gökçe (2022). *Türkiye'deki Müzik Endüstrisinde Dijital Dönüşüm: Kültürel Üreticiler ve Platformlaşma Araştırma Raporu*. Ankara: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.

Platform ekonomisinin temelini oluşturan algoritmalar tarafsız bir teknolojik bileşen olmaktan çok, ticari haklarına sahip olan şirketlerin ya da teknik ekibin amaç ve hedeflerinin taşıyıcılarıdır (Kitchin, 2017). Bu bağlamda platformların sahip olduğu ve belirlediği algoritmik kürasyonun işleme mantığı, müzik endüstrisinde yapımcı ve sanatçı arasında, yeni bir aktörün faillik biçimini ortaya çıkartmaktadır. Müzik endüstrisinde bu failliğin görünümü, üretim sürecini yönlendiren algoritmik kürasyon ve onun bir bileşeni olan ve tüketim pratiklerini etkileyen algoritmik beğeni üzerinden izlenebilmektedir. Küresel çevrimiçi müzik akışım platformlarının Türkiye’de ücretli veya ücretsiz kullanımı artarken, müzik endüstrisinin üretim süreçleri üzerinde algoritmik kürasyonun etkileri de belirginleşmeye başlamıştır. Türkiye’de küresel ölçek ile karşılaştırıldığında müzik endüstrisi görece küçük ve iç pazara odaklı bir yapıya sahiptir. Platform kapitalizminin iktidar ve eşitsizlik ilişkilerini gizleyen bir pratik olarak algoritmik kürasyonun yeni kültürel aracı rolünü üstlenmesi karşısında Türkiye müzik endüstrisinin nasıl bir varoluş gösterdiğini incelemek, bu çalışmanın yapılmasının ardındaki temel motivasyondur. Bu çerçevede bu çalışmanın sorunsalını, Türkiye’deki müzik endüstrisinin farklı aktörlerinin, platform kapitalizminin işleyiş mantığını görünür kılan ve yapımcı-sanatçı arasında yeni kültürel aracı rolünü üstlenen algoritmik kürasyon karşısındaki konumlarını ilişkisellikleriyle tartışmak oluşturmaktadır. Rob Kitchin’i (2017: 14) izleyerek, “sosyal ve ekonomik yaşamı şekillendirmedeki artan önemleri nedeniyle algoritmaların yaptıkları işlere yönelik eleştirel ve ampirik dikkatimizi yoğunlaştırmamıza acilen ihtiyaç” olduğunu belirtebiliriz. Buradan hareketle, insan olmayan maddi aktörler olarak algoritmaların ve algoritmik kürasyonun özellikle sanatçılar tarafından ne şekilde kavrandığı sorusu karşımıza çıkmaktadır. Sanatçılar, yapımcılar ve menajerler, müzik endüstrisinin farklı aktörlerini temsil eden birlikler bu yeni aracı rolünü üstlenen maddi yapılar karşısında nasıl konumlanmaktadır? Yeni kültürel aracılar olarak platform kapitalizminin görünür yüzü olan algoritmik kürasyon, müzik endüstrisi özelinde hangi iktidar ve eşitsizlik ilişkilerini üretmektedir? soruları bu çalışma boyunca yanıtlanmaya çalışılacaktır. Ayrıca platform kapitalizminin temellendiği algoritmik kürasyonunun kültürel ifadelerin çeşitliliği ve müzik türleri üzerindeki etkileri de bu yanıtlar üzerinden tartışılacaktır. Dolayısıyla burada, Türkiye’deki müzik endüstrisinin farklı aktörlerin müziğin üretim ve tüketiminde yeni kültürel aracılardan rollerini nasıl kavradıkları ve mevcut yapının küresel akışım platformları karşısındaki konumu ele alınacaktır.

Çalışmanın sorunsalı temelinde, müzik endüstrisinin farklı aktörleriyle, yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak derinlemesine görüşmelerden oluşan nitel bir araştırma gerçekleştirilmiştir. 1 Kasım 2021 ve 30 Haziran 2022 tarihleri arasında toplam 4 odak grup görüşmesi ile 31 derinlemesine görüşme gerçekleştirilmiştir.² Odak grup görüşmeleri ile beraber toplam 60 kişi ile görüşülmüştür. Her iki nitel araştırma tekniği, platformlaşma olgusunun nasıl deneyimlendiğine ilişkin durumu ve müzik endüstrisinin farklı aktörlerinin bakışı ile ortaya konmasına zemin hazırlarken, farklı perspektiflerin tartışma noktalarını gözden kaçırmadan ilişkiyel bir bakış açısı geliştirebilmek amaçlanmıştır. Müzik endüstrisinin mevcut aktörlerinin, platformlaşma olgusunu kavrama ve deneyimle şekillerinin nitel araştırma teknikleriyle serimlenmesi aktörler arasındaki ilişkileri, çatışmaları ve uzlaşımaların görünür kılınmasını sağlamıştır. Araştırmanın katılımcıları arasında müzisyenler, eser sahipleri, yorumcular, yapımcılar, dijital hizmet sağlayıcılar, menajerler, meslek birliklerinden, müzik platformlarından ve kamu kurum ve kuruluşlarından temsilciler ile akademisyenler yer almaktadır³. Odak grup görüşmeleri özellikle konuya ilişkin farklı bakış açıları veya uzlaşımalarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmada farklı katılımcıların konuya ilişkin konumlanış stratejilerinin tespiti amaçlandığından, katılımcıların niteliğine göre soru formundaki sorular çeşitlendirilmiştir.

Türkiye’de müzik çalışmaları alanında, müzik endüstrisinin ekonomi politikasını odağa alan az sayıda çalışmanın olduğu (Tellan, 2000; Çakmur, 2001; Lena, 2018), bu çalışmalar içinde de müzik endüstrisinin farklı aktörlerinin (örneğin, yapımcıları, menajerleri, sanatçıları, telif haklarını düzenleyen kurumları kapsayacak şekilde) müzik endüstride yaşanan dijital dönüşüm karşısında konumlarını irdeleyen nitel alan araştırmalarının sayısının sınırlı kaldığı (Çakmur, 2001; Lena 2018) söylenebilir. Bu çalışma ise, kültürel ve maddi yapılar olan algoritmik kürasyonu ve platform ekonomisi olgusunu, Türkiye’deki müzik endüstrisi özelinde Bourdieu’cu sosyolojiye özgü bir kavram olan kültürel aracılığa başvurarak ve aktörlere odaklanarak ilişkiyel bir şekilde nitel bir araştırma tasarımının bulgularıyla birlikte tartışmayı amaçlamaktadır.

Müzik endüstrisindeki dijital dönüşüm hiç kuşkusuz platformlaşma olgusuyla birlikte ortaya çıkmamıştır. Kayıtlama, aktarma ve iletim teknolojilerinin gelişmesi müzik endüstrisinde üretim ve tüketim süreçlerini dönüştürürken, gelir modelini büyük şirketler ve

² Araştırmanın etik kurul onayı 7.10.2021 tarihinde Başkent Üniversitesi’nden alınmıştır.

³ Araştırmanın katılımcıları kişisel verilerin korunması amacıyla anonimleştirilmiştir.

yapımcılar lehine güçlendirmiştir (Attali, 2017). Ancak, platform ekonomisinin temellendiği algoritmik mantığın, müziği üreten sanatçının konumu üzerindeki etkisi daha belirgindir. Dijital akışım platformlarının gelirlere ve daha önemlisi gelirlere ilişkin veri (dinleme sayısı, abone bilgileri vb.) üzerindeki hakimiyeti gelir paylaşımında “değer boşluğu” yaratmaktadır (Uluslararası Fonografi Endüstrisi Federasyonu, 2016: 22). Değer boşluğu, platformlar aracılığıyla izlerkitleye ulaşan eser sayısının ve dinleme sıklığındaki artışa karşılık müzik hak sahiplerinin gelirlerinin benzer bir oranda artmaması olarak tanımlanabilir. Bu çalışma platform ekonomisinde yeni kültürel araçlar rolünü üstlenen algoritmik kürasyonun sanatçılar tarafından nasıl deneyimlendiğini tartışmaya açarken, sanatçı emeğinin platform kapitalizmdeki kırılma konumunu da görünür kılmayı amaçlamaktadır.

Müzik Endüstrisinde Kayıtlama ve İletim Teknolojileriyle Birlikte Yaşanan Dönüşüm

Thomas Edison'un 19. yüzyılın sonlarında fonografi icat etmesiyle birlikte kayıt ve aktarma teknolojilerinin gelişmesi müziğin dinlenmesi edimini zaman ve uzamda ayırıştırırken, kayıt teknolojileri üzerinden yeni bir endüstrisinin gelişmesine yol açmıştır (Byrne, 2021). Müziğin kaydedildiği fiziksel mecralar yıllar içinde değişmesine ve çeşitlenmesine rağmen 1950'lerden 1990'ların sonlarına kadar müzik endüstrisinde üretim, dağıtım ve tüketime ilişkin iş modeli görece istikrarlı biçimde devam edegelmiştir (Graham vd., 2004; Moyon ve Lecocq, 2014). 1998⁴ yılı öncesine değin, geleneksel olarak kayıtlı müziğin satışına temellenen iş modelinde (Moyon ve Lecocq, 2014: 88) değer önerisinin⁵ gelir kaynağını yalnızca fiziksel müzik kayıtları oluşturmaktaydı. Fiziksel kayıtlar müziğin dinleyiciye iletildiği temel mecralardı. Biçimleri değişse de ticari işlemlerin merkezinde müzik eserinin fiziksel kopyalarının mülkiyeti üzerinden ilerleyen bir ticari değiş tokuş bulunur. Geleneksel iş modelinde belirli bir satış rakamı öngörülerek, üretim ve dağıtım maliyetleri gözetilerek sınırlı sayıda fiziksel kayıt piyasaya sürülmekteydi. Bundan ötürü, dijital paylaşım imkânlarını arttıran internetin yaygınlaşmasına kadar geçen sürede, müzik endüstrisinin iş modeli görece istikrarlı bir şekilde kalmıştır.

Müzik endüstrisinin geleneksel üretim yapısında kayıt şirketleri, yapımcılar, menajerler, araçlar, kayıt stüdyoları, ses mühendisleri veya ses teknisyenleri sanatçılara

⁴ Eşitler arası veri paylaşımı (*Peer to peer*, P2P) hizmetlerinin ilk kez kullanıldığı 1998 yılı, dijital müziğin korsan paylaşımını yaygınlaştırmış ve müzik endüstrisinin fiziksel satış temelli gelirlerinde dramatik düşüşe neden olmuştur (Moyon ve Lecocq, 2014).

⁵ Değer önerisi, bir şirketin müşterilerine sunduğu faydaların toplamı veya birleşimidir (Osterwalder ve Pigneur, 2010: 23).

yaratıcı üretim sürecinde eşlik etmektedir (Leyshon, 2001: 60-61). Tüketime kadar geçen sürede, yayın, satış ve dağıtım rollerini üstlenen araçlar devreye girmektedir. Görüldüğü üzere, bir müzik eserinin müzik endüstrisi tarafından dinleyiciye ulaştırılması süreci birbiri ile ilişkili ağlar ve aktörlerden oluşan karmaşık bir organizasyonu gerektirmekte, yukarıda belirtilen değer önerisinin gerçekleştirilmesi için ihtiyaç duyulan çeşitli kaynaklar bir araya getirilmektedir. Jacques Attali (2017) müzik endüstrisindeki bu karmaşık yapıyı müzik formlarının kompozisyonu, temsili ve tekrarına dayalı ağlar olarak tanımlamıştır. Müzik endüstrisinin temel üretim biçimini belirleyen bu ağ farklı sosyal ve ekonomik ilişkilerin kurucusudur. Böylece, geçmişten gelen patronaj ilişkilerinin yerini sanatçının yapımcılar ve menajerler eşliğinde piyasaya açık ürünler ürettiği ve performanslar sunduğu piyasa eylemleri almaya başlamıştır. Attali plakların *juke box*'ların, radyo yayını ile müziğin kayıtlanması ve iletiminin müzik endüstrisine tekrar ekonomisini kazandırdığını belirtir (2017: 125). Ses kayıtlama ve sıkıştırma teknolojilerinin gelişmesi, özellikle *Napster* adı verilen program aracılığıyla kayıtlı müziğe ücretsiz erişimin ve indirmenin mümkün hale gelmesiyle birlikte müzik endüstrisi dijital dünyaya karşı en önemli mücadeleyi verir (160). Stepher Richard Witt (2020) müzik endüstrisinin *Napster*'dan, *Pirate Bay*'e, *4chan*'e bedava dijital müzik erişimine karşı verdiği mücadelenin, *iTunes*, *Google Play*, *Spotify*, *Deezer* gibi müzik akışım hizmetlerinin birbiri ardına kullanımının yaygınlaşması ile farklı bir yön aldığı belirtir.

Görüldüğü üzere internetin ortaya çıkışına ve eşlik eden çeşitli teknolojik gelişmelere (yazılımlar ve kolay erişilebilir donanımlar) koşut olarak, müzik endüstrisinde üretim, dağıtım ve perakende sürecinde rol oynayan aktörlerin yeri dijital mecralarda ortaya çıkan yeni aktörler tarafından üstlenilmeye başlanmıştır. Sanatçının eserini dinleyiciye ulaştırdığı süreçte yukarıda kısaca açıklanan geleneksel iş modelinin yanında, doğrudan yeni hizmet sağlayıcılar ortaya çıkmıştır (Graham vd., 2004: 1093). Platform ekonomisinde bu yeni rolü dijital akışım platformları (*streaming platforms*) ve dijital hizmet sağlayıcılar (*aggregators*) üstlenmektedir. Endüstrinin mevcut bileşenleri ise geçmişten gelen kataloglar, sözleşmeler veya üretim alışkanlıklarından kaynaklanan avantajlarını kullanarak platformlaşma olgusuyla beraber değişen iş modeline bir şekilde eklenmektedir (Krueger, 2020). Müzik endüstrisinde başarılı olan teknikler bir süre sonra endüstride sorgulanmayan üretim alışkanlıklarına dönüşmektedir. Örneğin, David Byrne'a göre (2021: 20), müzik bir anlamda "eseri meydana getiren mekandır, platformdur ve yazılımdır." Kendisi de profesyonel müzisyen olan yazar, teknolojiden, üretim ve tüketim ortamının özelliklerinden

yalıtılmış müzik üretiminin söz konusu olamayacağını vurgulamıştır. Bryne'in iddiası, müzisyenlerin artık sonuca odaklanarak müzik ürettiklerine yöneliktir. Bryne'a göre "istediğimiz her şeyi yapmamıza yardım eden yansız araçlar olarak pazarlansa da belli bir biçimde çalışmayı diğerine göre kolaylaştıran" (2021: 138) yazılımlar, müzik endüstrisinde üretim sürecini kökten bir şekilde değiştirmektedir. Bryne bu yazılımların belli yapısal eğilimlere sahip olduğunu da belirtir. Günümüzde bu eğilimler, platformların sahip olduğu yazılım altyapısının eserin üretim sürecinde çeşitli estetik müdahaleleri ve kürasyonu şeklinde ortaya çıkar. Robert Prey de (2020) müzik endüstrisinde geleneksel albüm formatında üretimin artık geçmişte kaldığını belirtirken, sanatçıların ve plak şirketlerinin "kürasyon gücünün", akışım platformlarına ve platform ekonomisinin temellendiği algoritmalara kaydığını belirtir. Prey'in iddiasını somutlaştırarak açıklarsak, sanatçıların Spotify'da "Today's Top Hits" listesinde yer alması 20 milyona yakın ek akışım ile 116,397-162,956 ABD doları arasında ödeme temin eder (Aguiar ve Waldfogel, 2018: 14). Dolayısıyla çalma listelerinde yer almak bir sanatçı için yaşamsal öneme sahiptir. Platform ekonomisinde algoritmik kürasyon sanatçının müzik endüstrisindeki yerini, diğer bir deyişle gelirini belirlemektedir. Bu bağlamda algoritmik kürasyonun Türkiye'de müzik endüstrisinin farklı aktörleri tarafından nasıl kavrandığını ele almak, platform kapitalizmine karşı kolektif hakları merkeze alan eleştirel bir bakışın geliştirebilmesi için önemlidir. Aşağıda, ilk olarak platform kapitalizminde algoritmik kürasyonun yeni kültürel aracı rolününü nasıl üstlendiği kavramsal olarak açıklanacak, ardından araştırmanın bulgularının tartışmasına geçilecektir.

Platform Kapitalizminde Algoritmik Kürasyonun Yeni Kültürel Aracılık Rolünü Üstlenmesi

Kültürel araçlar, kültürel ürünlerin diğerleri tarafından nasıl algılanacağını belirleyen eşik bekçileridir. Bu failer, belli ürünler nezdinde kültürel olarak meşru kılacak çerçevelemeleri yaparlar ve böylece bu ürüne sembolik değer katarlar. Bourdieu (2021: 392), popüler beğenin kim tarafından nasıl inşa edildiğini tartıştığı *Ayırım*'da kültürel araçları şu şekilde tanımlar:

Orta sınıflar uzamının birbirinden çok uzak noktalarına yerleştirilmiş olsalar da, ortalama kültürün üreticilerinin ve tüketicilerinin ortak noktası meşru kültürle ve onun taşıyıcılarıyla adeta önceden kurulmuş bir uyum varmışçasına birbirleriyle uzlaşım içindelermiş gibi aynı temel ilişkiye sahip olmalarıdır. Üreticiler (auctores) ve meşru yeniden üreticiler (lectores) arasındaki çifte rekabete karşı karşıya kalan ve onlara karşı, üzerlerinde büyük dağıtım araçlarının

hakimiyetinin sağladığı özgün iktidara sahip olmasalar herhangi bir şansa sahip olmayacak olan yeni kültür araçları, (ki bunların en tipik olanları, radyo ve televizyon kültür programları sorumluları, “kaliteli” gazete ve dergi eleştirmenleri ve tüm gazeteci-yazarlar veya yazar-gazetecilerdir) meşru kültür ve büyük kitlelere yönelik prodüksiyonlar arasında bir dizi ara tür (“kısa bildiri”, “deneme”, “tanıklık” vs.) icat etmişlerdir.

Bourdieu üretimin yanı sıra, yaşam tarzını belirleyen tüketimin de zihni kavrayışın temsilcileri tarafından belirlendiğine işaret eder. Bu temsilciler, turizm, medya, gazetecilik, sinema, moda, reklam, dekorasyon, emlak alım satımı şirketlerinin yöneticileri ve patronları gibi mal ve simgesel hizmetlerin tüccarlarıdır (2021: 376). Bourdieu'nun çalışmalarından beslenen yeni ekonomi sosyolojisi özellikle yeni mesleklere, kültürel alanlarda ve tedarik zincirlerinde araçlar dolayısıyla işleyen bağlantılara odaklanır (Maguire ve Matthews 2014). Müzik endüstrisi ise yukarıda açıklanan endüstriyel süreç nedeniyle açık bir şekilde üretimden dağıtımına tüm aşamalarında aracılık ve ortaklıklara sahne olmaktadır. Bu noktada araçların nasıl bir faillik içinde oldukları ve müzik “alanı”nın yapılaşmasına nasıl etkide buldukları soruları akla gelmektedir. Müzik endüstrisinin Bourdieu'cu bir analizini ele alan başka bir çalışmada ele alınabilecek bu sorular müzik endüstrisinde platform ekonomisinin nasıl bir aracılık mekanizmasıyla işlediği ve deneyimlendiğini ele alan bu çalışmanın sınırları dışında kalmaktadır. Randal Johnson (2023:17) Bourdieu'cu bir analizde alanın içsel yapısının, failerin alanda işgal ettiği konumlar arasındaki ilişkilerle belirlendiğine dikkat çeker. Bu çalışmada müzik endüstrisinde dijitalleşme ile birlikte farklı aktörlerin konumlanışlarını ve ilişkilerini etkileyen; aktörler tarafından işleyişine oldukça büyük güç atfedilen teknik bir mekanizmanın aracılık rolünün incelenmesi bu nedenle gereklidir.

Müzik endüstrisinde dijitalleşme bir yandan bağımsız ve coğrafi olarak yayılmış kültürel üretimi mümkün kılmakta, öte yandan bağımsız menajerler ve müzisyenlere hizmet veren diğer profesyoneller (modacılar, fotoğrafçılar, web tasarımcılar vb.) ile birlikte çalışma pratikleri nedeniyle mekân temelli yoğunlaşmayı da beraberinde getirmektedir. Bağımsız menajerler, bu bağlamda ortaya çıkan organizasyonel biçimler ve işbirliklerinde katalizör rolü üstlenmeleri nedeniyle merkezi araçlar haline gelmektedir (Hracs, 2015). Plak şirketlerinin başı çektiği yapımcılarsa, müzik üretiminde ve müzik piyasasının şekillenmesinde halen başat aktörler olarak aracılık rollerini sürdürmektedir⁶. Keith Negus'un (2002) çalışmasında müzik endüstrisinde menajerlerin kültürel aracı rolünü nasıl

⁶ Bu konuda büyük ölçünün akışım platformlarındaki gelirlerdeki yüksek payının sürmesi dikkat çekici bir örnektir. Bkz. <https://loudandclear.byspotify.com/> (22.01.2023).

icra ettikleri açıklanmaktadır. Müzik endüstrisindeki kültürel araçlar yeni sanatçılardan ve yeni eserlerden meta değerinin nasıl elde edileceğine karar vermektedir. Kültürel araçların müzik endüstrisindeki rolünün kavranması önemlidir; çünkü kültürel araçlar yalnızca maddi bir karar vermekle kalmazlar, eser kataloğunun (repertuvarın) sembolik üretimine de etki ederler. Müzik endüstrisinde akışım platformlarının üretim ve tüketim sürecindeki rolü arttıkça, mevcut kültürel araçların üretim sürecine ilişkin pratiklerinde değişim görülmekte (Hracs, 2015) ve algoritmaların yeni kültürel aracılık rolleri tartışmaya açılmaktadır (Morris, 2015; Morris ve Powers, 2015; Aioldi vd., 2016; Bonini ve Gandini, 2019).

Algoritmalar, bir kullanıcı ortamındaki kullanıcı verilerini analiz ederek kullanıcı deneyimini kişiselleştiren, bazı öngörülerde bulunan ve karar verici konumundaki matematiksel kodlardır (Striphas, 2015). Algoritmalar, kültürel ürünler ve tüketiciler arasında aracılık rolü üstlenir ve popüler beğeniyi verileştirir; böylece tüketicilerin dinleme listelerine çağrılmasını inşa ederler (Morris, 2015; Striphas, 2015; Gaw, 2021). Platform ekonomisinde varolan dikkat çekici bir husus da algoritmaların tarafsız bir teknoloji olarak ele alınmasıdır. Oysa, algoritmaları "teknik, nesnel, tarafsız bir bilgi biçimi veya çalışma şekli olarak" ele almak mümkün değildir (Kitchin, 2017: 18). Tarleton Gillespie algoritmaların, insan operatörler tarafından insan muhakemesini otomatikleştirmek için tasarlandıklarını (2014: 192), inşa edilen algoritmik mantığın makinenin yaptığı bazı prosedürel seçimler olduğunu açıklar. Algoritmaların toplumsal cinsiyet, ırk ve etnisite, sınıf veya statüye ilişkin değerlere ve önyargılara gömülü olarak üretildiği literatürde (Noble, 2018; Eubanks, 2018) dile getirilmektedir. Platform kapitalizminde temel hedef, algoritmik mantığı geliştirerek, verileştirmeye elde edilecek birikim değerini arttırmaktır.

Algoritmalar tüketicilerin zevklerini, tercihlerini ve davranışlarını öngörme konusunda sağlık, finans, devlet hizmetleri gibi çeşitli endüstrilerde giderek asli bir rol üstlenmektedirler (Morris, 2015: 448). Algoritmaların kürasyon rolünü somut bir şekilde gündelik hayatta kültürel ürünlerin tüketim pratiklerinde görebiliriz. Alışveriş uygulamalarındaki ürün önerilerinden Netflix'teki film önerilerine ya da Spotify, Youtube gibi platformların kullanıcılar için önerdiği listelere değin pek çok örneği sıralamak mümkündür. Kullanıcıların önceki tercihleri başta olmak üzere, sunulan diğer ilişkili veriler (coğrafi konum, demografik özellikler), ağ dolayımı teknolojilerdeki diğer kullanıcıların tercihleri gibi farklı etmenler, algoritmaların kültürel ürünleri önerme ya da öne çıkarma aşamasında rol oynayabilmektedir (Poell, Nieborg, Duffy, 2022: 91-95). Dolayısıyla algoritmik kürasyon kullanıcının tüketim pratiklerini ve beğenisini şekillendirmede etkili bir

aktör haline gelmiştir. Bir yapımcının izleyici beğenisini öngörerek senaryoyu seçmesinde ya da bir yapımcının mevcut konjoktürde çok sayıda dinleyiciye ulaşacağını tahmin ettiği albümü veya tekliyi (*single*) piyasaya sürmesinde algoritmaların bu şekildeki işleyişi rol oynamaktadır. Algoritmik mantığın işleyişinin algoritmaların üreticileri tarafından bu şekilde kurgulanması, temelde platform kapitalizminin birikim rejimine hizmet etme amacı taşır (Couldry ve Mejias, 2019).

Literatürde, müzik akışım platformlarının algoritmik mantığı düzenleyerek, verileştirmeden beslenen eşik bekçisi rollerine ilişkin yeni araştırmalar mevcuttur. Bunlardan biri Arnt Maasø ve Hendrik Stortein Spilker'in (2022: 305-309) müzik akışım platformlarının eşik bekçiliği rolünü yapılandıran mekanizmaları tanımladıkları çalışmalarıdır. Araştırmacılar bu mekanizmaları şu şekilde açıklarlar;

- Parçanın girişini öne çıkarma (*Front boosting*) – Platformların sunduğu şarkıyı atlama, geçme özelliklerinden dolayı içerik tüketiminde zaman-mekân aksı kırılmaktadır. Platformlar düzçizgisel olmayan bu tüketim pratiğini verileştirebilme kapasitesine sahiptir. Kullanıcı metriklerinin ölçümlenmesiyle platformlar hangi içeriğin öne çıkarılacağına karar verebilmektedir.
- Yeniyi öne çıkarma (*Novelty boosting*) – Platformlar, kullanıcıların daha önce dinledikleri içeriklerden ziyade yeni içerikleri dinlemeleri için belirli aralıklarla keşfetme listeleri sunmaktadır. Kullanıcıların daha önce dinledikleri bir içeriğe ulaşabilmeleri için arayüzde kaydırma işlemi yapmaları gerekmektedir.
- Seçeneklerin daraltılması (*Choice narrowing*) – Akışım platformlarının ve benzer hizmet sağlayıcıların, kullanıcılara sundukları “keşfetme” özelliğinde kullanıcılara hazır listeler sunulmaktadır. Hazır listelerin genellikle arayüzün açılış sayfalarında yer alması platformların kullanıcıları belli içeriklere yönlendirmeye önem verdiği işaret eder. Kullanıcılar platformun sunduğu arama işlevini de kullanabilirler. Ancak, arama sonuçları da genellikle aramanın yapıldığı zamandaki trend içerikleri barındırmaktadır.
- Akışı uzatma (*Flow prolonging*) – Seçeneklerin daraltılması işlevinin bir uzantısı olarak akışı uzatma işlevi genellikle “*auto play*” özelliğinin işletilmesi ile gerçekleşmektedir. Burada kullanıcılara, akışımı başlattıkları sanatçı ya da albümden ziyade algoritmanın atadığı içeriklerin otomatikleştirilerek sunulması söz konusudur.

Yukarıda kısaca aktarılan mekanizmalar, saha çalışmasının katılımcıları tarafından müzik üretiminin biçimsel yapısı üzerinde algoritmik kürasyonun rolüne ilişkin tartışmada dile getirilecektir. Algoritmik kürasyonun kültürel aracılık rolü, platform kapitalizmi çıkarları doğrultusunda gerçekleşmektedir. Algoritmik kürasyon gibi mekanizmalar, bunları üreten ve kullanan şirketlerin tercih, çıkar ya da kararlarıyla ilişkilendirilir. Söz konusu mekanizmalar müzik endüstrisinin değer yaratım zincirinde geleneksel kültürel araçların önemini azaltarak, algoritmik beğeniyi inşa ederken platformlar gibi teknoloji şirketlerinin müzik üretimindeki konumlarını da sorgulama alanı dışında bırakırlar. Müzik endüstrisindeki geleneksel araçların halihazırdaki rolünün yanı sıra, bu rollerin dijitalleşmeye paralel olarak geçirdiği dönüşüm de göz ardı edilmeden, küresel akışım platformlarının kültürel aracı rolünü tahvil ettiği algoritmik kürasyonun Türkiye'deki müzik endüstrisinde nasıl deneyimlendiği çalışmanın bundan sonraki kısmında tartışılmaktadır.

Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulguları, çalışmanın sorunsalı temelinde üç tema ve iki eksen çıkartılarak çözümlenmiştir. “Temalar”, saha çalışmasının katılımcıların ifadelerinin yoğunlaştığı ana konu başlıklarını oluşturmaktadır. “Beceriler” eksenini, katılımcıların platformlaşma olgusuyla kurdukları ilişkilerin niteliğini gösterirken, “Yaklaşımlar” eksenini ise platformlaşmayla kurulan ilişkiye karşı katılımcıların konumunu ifade etmektedir. Tablo 1’de yer alan temalar ve eksenler çalışmanın ilerleyen kısmında, araştırmanın katılımcılarının görüşleri temelinde, ayrıntılı bir şekilde ilişkisellikleri kurularak ele alınacaktır.

Temalar	Eksen 1-Beceriler	Eksen 2-Yaklaşımlar
1) Algoritmik kürasyonun yeni kültürel araçlar rolü ve üretim ilişkilerindeki dönüşüm	- Dijital iş modeli ve ilişkili beceriler - Platformlarla pazarlık	- Güven - Pragmatizm (Veri kullanmak) - Tekelleşme
2) Algoritmik kürasyonun yeni kültürel araçlar rolü ve eserlerin türsel/ biçimsel dönüşümü	- Teknolojik işbirlikleri - Talepteki değişime duyarlılık - Küresel akışın bilgisi	- Algoritmalar ve eserlerin yapısı - Tektipleşme - (Ç)eşitsizlik
3) Algoritmik kürasyonun	- Kendin yap (DIY) yapıcılık	- Bağımsız sanatçılara sunulan

<p>yeni kültürel araçlar rolü ve bağımsız sanatçıların stratejileri</p>	<p>- Bağımsız sanatçıların stratejileri - Bağımsızların pratikleri</p>	<p>fırsatlar - Bağımsız sanatçıların yaşadığı zorluklar</p>
---	--	---

Tablo 1. Temalar ve Eksenler

Algoritmik kürasyonun yeni kültürel araçlar rolü ve üretim ilişkilerindeki dönüşüm

Araştırmanın bulgularının tartışıldığı üç temanın ilkinde, dijital iş modeliyle ilişkili beceriler, müzik endüstrisindeki aktörlerin bu yeni modele ilişkin yaklaşımları ve platformlararasılık ile ilgili değerlendirmeler birlikte ele alınmaktadır

Dijital İş Modeli ve İlişkili Beceriler

Algoritmik kürasyonun yeni kültürel araçlar rolü ve üretim ilişkilerindeki dönüşüm temasına beceriler ekseninde bakıldığında, *Dijital İş Modeli*'ni bir beceri alanı olarak tanımlayan açıklamalar dikkat çekmektedir. Dijital İş Modelinin en etkin aktörleri ise, katılımcılara göre algoritmik kürasyonu yöneten akışım platformlarıdır. Ancak platformların sahiplik yapısı veya teknoloji şirketi olarak kürasyon temelli çalışma mantıkları ise sorgulanmamakta, hatta tam tersine algoritmik kürasyonun endüstride gelir paylaşımına hakkaniyet getireceğini düşünen dahi vardır:

[A]lgoritmaların devreye girmesi müthiş hızlandı. Ve o zaman işte artık nihai tüketicilerin tercihlerine göre hazırlanan playlistler çıkmaya başladı. Ama bu, sektör içerisindeki dengeler açısından bence özellikle majör şirketler açısından çok beğenilen bir husus değil. Neden öyle değil? Majörlerin en büyük gücü, yani yapım şirketlerinin en büyük gücü, pazarlama kanalının büyüklüğünü kullanarak kendi ürününün öne çıkmasını sağlamak. Algoritmayla şimdi benim tercihlerime göre çıktığı için bir süre sonra toplamdaki olay değişmeye başlıyor [...] Rekabetin daha tırnak içerisinde adil hale gelmesini sağlayabilir gibi gözüküyor. (K 1'den alıntı)

Dijital İş Modeli alanında başarılı olan yapımcılar ya da plak şirketi sahipleri yerelden küresele eklemlenen bir ağın parçaları olarak konumlanmaktadır. Türkiye'den bir müzik şirketi yapımcısı bu durumu şöyle açıklar:

Plak şirketi artık bir plak şirketi değil. Yani bunun yanında bir yazılım şirketi, bunun yanında bir görsel şirket. Bunların ekosistemini kurabilen plak şirketleri bugün var olabiliyorlar. Burada da Youtuber'ların rolü, onların kullanılması, bunlarla ilgilenmek, listeleri görebilmek falan başka bir eleman yapısı gerektiriyor. Biz eskiden 10 tane basın danışmanı tutardık. Ellerinde dosyalar. Artık böyle bir şeye gerek yok. Ama şu var: Veri çözümlemecisi diye birine ihtiyacımız var şirkette. Dolayısıyla bütün bunların hepsinde bir tür piyasa manipülasyonu için —bu sadece CD için değil ki, paranın kendisi için de

böyle— bütün bu metalaşmış olan kapitalizmin aslında arkasında büyük bir oyun alanı var. Bu oyun alanının müzik dışında bir şey değil. Ve sonuç olarak öyle bir algoritma işliyor ki çeşitli manipülasyonlarla beraber böyle bir durum. (K 3'ten alıntı)

Görüşüğümüz yapım şirketlerinin temsilcileri ve menajerler üretim, dağıtım ve satış şeklindeki geleneksel iş akışının dışına çıkarak değer yaratım zincirinde platformları ve onların temellendiğı algoritmik kürasyonu yeni aktörler olarak tanımlamakta, *Dijital İş Modeli* için düzenleme yapma gereksinimini dile getirmektedirler. Yeni kültürel araçların varlığı yapımcının düşünme biçimi kadar şirketin çalışma biçimini de dönüştürmektedir.

Dijital İş Modeli temasının *beceri* ekseninde, bağımsız sanatçılar sıklıkla örnek gösterilmektedir. Dijital becerilerin yoksunluğu müzik endüstrisinde yeni bir eşitsizliğe yol açmaktadır. Üstelik dijital beceriler, fiziksel dünyadaki eşitsizliklerin bir uzantısı olup, bu eşitsizlikleri de yeniden üretmektedir.

Dijitalleşmenin ben kendi tarzımızı ve türümüzü, kendi yaptığımız sanatın alıcısını bulmak konusunda bize daha çok katkısı olduğunu düşünüyorum açıkçası. Çünkü kendi takipçi kitlemizi bizim yaptığımız şeyin niş bir kitlesi bile olsa, onlara ulaşabilme avantajı sağlayabileceğini düşünüyorum. Biraz bunların işte sadece, ne diyeyim, yani kullana kullana tekniklerini ya da bunu içinde var olup kendi sanat kitlemizi oluşturabilecek biraz şeyi elde etmek gerekiyor, belki beceriyi, beceri ya da bir özveriyi diyeyim. (K 60'tan alıntı)

Yukarıda aktarılan bağımsız sanatçının görüşü, yaklaşımlar eksenini açısından, pragmatik bir yaklaşım olarak yorumlanabilir. Bazı katılımcılar bu pragmatik eğilimin etik sınırları zorlayan düzeylere çıkabildiğini ifade etmektedir:

[...] bir de farklı yöntemler ve hileler çıkmaya başladı. Örnek veriyorum, işte dinlenmelere bot⁷ atıyorlar. Bunu yaptıkları zaman da Türkiye'nin ilk 50 listelerine girmeye başladılar. Ve tabii ki de buna işte müzik streaming [akışım, A.N.] servisleri müdahale edip bir şekilde engelliyorlar ama yakalayamadıkları oluyor. Ve yakalayamadıkları olduğu zaman aslında, yine haksız şekilde onlar yukarı çıkmış oluyorlar (K 59'dan alıntı).

Her koşulda bağımsız sanatçılar başta olmak üzere tüm müzisyenler için *Dijital İş Modeli*'ne ilişkin *becerilerin* edinilmesi temel bir gereksinim olarak ortaya çıkmaktadır:

[...] içerik üreticinin platformların kurallarına uyması gerekiyor ki onların algoritmalarını öğrenerek daha çok izleyiciye ulaşabilsin. (K 41'den alıntı)

Müzisyen ile dinleyici arasındaki ilişkinin duygusal samimiyet ve doğrudanlık hissi yaratacak şekilde gerçekleşmesinde sosyal medya ortamları rol oynamaktadır (Baym,

⁷ Otomatik, tekrarlayan ve bazen zararlı görevleri yerine getiren bir bilgisayar programı.

2018; Binark, 2020; Sun 2020⁸). Katılımcılar bu bağlamda TikTok, Instagram ve YouTube gibi sosyal medya ortamlarıyla dinleyiciye erişme, dinleyiciyle ilişkilene, etkileşime geçme olanağına sahip olduklarına dikkat çekmişlerdir. Ancak bu durum yine farklı dijital becerilerin (örneğin dijital pazarlama, içerik pazarlaması gibi) kazanılması ihtiyacını doğurmaktadır. Böylesi bir durum yetenek setini müziğin yaratıcı yönünün dışına doğru genişletenler ile yaratıcı üretime odaklanmak isteyenler arasında yeni eşitsizlikler yaratmaktadır. Brian Hrats (2016) bu iş bölümünü bağımsız müzik üretiminde yaratıcı ve yaratıcı olmayanlar şeklinde iki beceri alanına ayırarak ele alır. İlginç bir biçimde Hrats'ın önerdiği yaratıcı olmayan işlerin önemli bir kısmı (örneğin pazarlama-tanıtım, halkla ilişkiler ve dağıtım) algoritmalar üzerinden yürütülmektedir. Sanatçı ile dinleyici arasındaki ilişkinin niteliğinin değişmesine benzer şekilde, sanatçı ve eseri arasındaki ilişki de değişmektedir. Sanatçıların akışım platformlarında dinlenme/indirme/satış gibi kendi kültürel ve yaratıcı üretimlerine ilişkin verilere doğrudan erişebilmeleri mümkündür. Sanatçı kendi eserinin başarısını artık metrikler temelinde değerlendirmektedir. Ancak bu değerlendirme sanatçıların daha çok gelir elde etmeleri ile sonuçlanmamaktadır. Aksine endüstrideki platformlaşma olgusu katalogları güçlü olan sanatçıların lehine işlemekte, geleneksel iş modeline benzer şekilde platform ve plak şirketlerinin diğer paydaşlarla gelir bölüşümü konusundaki pazarlık güçlerine ilişkin avantajlı konumları korunmaktadır:

[M]esela *Spotify* dönüyor diyor ki, "Ben iki yönlü ticaret yapacağım sizinle. Eğer sizi promote etmemi istiyorsanız, daha düşük telif hakkına, copyright'a razı olun" diyor sanatçılara ve böyle bir zincir oluşturuyor. Dolayısıyla onlar açısından da yapım şirketleri açısından da -şunu da söylemek lazım- kuvvetli sanatçılar açısından da daha başka bir ortam oluşuyor. Daha indie [independent/bağımsız] sanatçılar açısından da daha az gelir elde etmeye doğru gidiyorlar (K 1'den alıntı).

Sanatçıların dinleyiciler ile ilişkilerini yönetebildikleri araçlar olarak ele alındığında platformlar, mevcut durumda sanatçının şirketlerle pazarlık gücü sağlayan bir kontrol

⁸ Örneklerle açıklayacak olursak, Nancy Baym'ın çalışmasında görüşme yaptığı çelist Zoë Keating klasik müzik sanatçısıdır, indie sanatçılarla performans yapmakta, Rasputin adlı rock grubunda çello çalmaktadır. Sosyal medya uygulamalarını ilk kullanan sanatçıların başında gelen Keating, yıllardır gündelik yaşamını takipçileriyle paylaşmaktadır. Keating hayranları ile yalnızca müzik konusunda iletişim kurmamakta, çocuk bakımından, alışverişe, eşinin ölümcül hastalığından, yas sürecine değin özel alana ilişkin birçok konuyu paylaşmaktadır (2018: 3-5). Baym, Keating'in sosyal medya hesaplarında benliğini sunarak, bu şekilde albüm satışını garantilediğini belirtir. Dünyaca ünlü K-pop grubu BTS, sosyal medya ortamlarında duygulanımsal samimiyeti en başarılı şekilde inşa eden müzik grubudur (Binark, 2020). K-pop grubu GOT7 üzerine yapılan araştırmada da Çinli hayranların sosyal medya ortamlarını farklı duyu durumları ve aidiyet tasarımları yaratmak için kullandıkları ve grubun bağlı olduğu yapım şirketinin bu durumu yönettiği ortaya konmuştur (Sun, 2020).

mekanizması olarak da düşünülebilmektedir. Ancak buna karşın fiiliyatta bireysel eser sahibinin platformların gelir bölüşüm sistemleri karşısında etki potansiyeli oldukça sınırlıdır:

Bugün bu majörler [büyük plak şirketleri] olmasa, dağıtım şirketleri olmasa ve her bir müzisyen doğrudan *Spotify*'a ve *Apple*'a ve *Youtube*'a doğrudan iletim yapıp parasını kendisi alabiliyor olsa, açıktan ölecek hepsi. Çünkü hiçbir pazarlık güçleri olmayacak (K 30'dan alıntı).

İlk başta geleneksel kültürel araçların dijitalleşme karşısında hâkim konumlarını yitirme ihtimali olduğu düşünülmektedir. Ancak, bu değişime en iyi ayak uyduranların onlar olduğu görülmektedir. “Katalogun kadar güçlüsün” (K 1'den alıntı) ifadesinin de gösterdiği üzere, bir yapımcı ya da plak şirketinin platformlar karşısındaki pazarlık gücü sahip olduğu müzik kataloglarının niteliği ve nicel büyüklüğü ile sıkı sıkıya ilişkilidir. Aynı şekilde müzik akışım platformlarının sundukları şarkı, albüm ve sanatçı sayısının büyüklüğüne koşut olarak kullanıcı ve dinlenme sayısını arttırdıkları görülmektedir. Ölçeğin büyümesi hem kataloglarını platformlara sunan yapımcılar hem de platformlar için avantaj kaynağıdır.

Dijital İş Modeline Yaklaşımlar

Yeni kültürel araçlar rolü üstlenen algoritmaların işleme mantığının açık ve anlaşılır olmaması güven tesisi açısından sorun teşkil etmektedir. Dijital akışım platformlarını “her geçen gün de gelişen” ve “arka tarafta çalışan bir makine” olarak tanımlayan müzik endüstrisinde deneyimli bir katılımcıya göre müzisyenlere hiçbir zaman “hadi geçin makinenin başına, siz bakın bakalım nasıl çalışıyormuş” (K 24'ten alıntı) denmeyecektir. Algoritmik kürasyonun şeffaflığı konusundaki çekinceler algoritmaların oluşturduğu iş modelinde “güven” tesisini zorlaştırmaktadır. Katılımcıların üretim ilişkileri açısından yeni kültürel araçlara yaklaşımlarında bu durum ortaya çıkmaktadır:

Algoritma muhtemelen belli ölçülerde her yere koymaya ve o şarkıyı, o sanatçıyı görünür kılmaya çalışıyor. Muhtemelen burada da bu label'larla [büyük yapımcı şirketleri] o platformların arasındaki ilişkilerden ötürü belli bir müşteriye, bu insanların veya o label'ın dinlemesi ile alakalı veya işte daha fazla göstermek, daha fazla tanıtmak. Belli anlaşmaları var bu platformların muhtemelen bu label'larla (K 27'den alıntı).

“Platformların kuralları” olarak tanımlanan bir dizi pratik, literatürde “dijital yakınlık” (Gee, 2005; Lange, 2016) olarak tanımlanmaktadır. Bu yakınlık farklı kullanıcıların aynı dijital ortam içerisindeki etkileşimlerinden kaynaklanan ortaklaşan bazı pratikleri beraberinde getirmektedir. Yukarıdaki alıntıya göre, bağımsız sanatçılar dijital becerilerini geliştirmeyi “platformların algoritmalarını öğrenmek” olarak tanımlamaktadır. Ne var ki algoritmalar kapalı kutulardır (Srnicek, 2017) ve algoritmaların işleyişine ilişkin tahmin ancak platform

içerisinde farklı kullanıcıların etkileşiminden kaynaklanan bir dizi dijital pratiği uygulamak, denemek ve yanılmak yoluyla zaman içinde gerçekleşmektedir.

[Sanatçıların algoritmaların mantığına, A.N.] Tam olarak hâkim olmaları bence mümkün değil. Çünkü sonuçta bu bir, yani hakikaten, yani bir arka tarafta çalışan bir makine var ve bunu aslında her geçen gün de geliştiriyor. Ama nelerin yürüdüğünü deneye yanıla da öğreniyorlar. Dolayısıyla da hani yönlendirmelere göre ellerinden geldiğince ona uymaya çalışıyorlar ve iyi de performans gösteren çok insan var bence. (K 24'ten alıntı)

Spotify'ın müzik tavsiye algoritmasının tam olarak nasıl çalıştığını bilmenin mümkün olmadığını belirten Ashler Tobin Chodos'a (2019) göre bunun nedeni, sistemin her bir kullanıcı için farklı zamanlarda farklı şekillerde çalışması ve algoritmik mantığın ticari bir sır olmasıdır. Chodos müzik tavsiyesinin müzikal özelliklere göre yapıldığı belirtse de özünde ticari amaç güden kapitalist verileştirme pratikleri yattığının altını çizer. Katılımcılardan bazıları kullanıcı bilgilerinin metalaştırılan verileştirme olgusuna, dinleyici hakkında bilgi edinme veya geniş bir kitleye erişme potansiyeli sağlaması gibi pragmatik gerekçelerle olumlu yaklaşmaktadır. Örneğin,

Dijitalleşme ile birlikte, ya eskiden sadece parası olan insanların çoğunlukla müziğini yapıp yayınlama şansı varken, aslında getirisi olarak, şu anda daha prodüksiyon zincirindeki rollerin devreden çıkmış olduğu bir zamanı yaşıyoruz bize (K 56'dan alıntı).

Üretim ilişkileri açısından endişe kaynağını, sanatçıların kontrol edemedikleri güç yoğunlaşmasının merkezinde algoritmaların yer alması oluşturmaktadır.

[Algoritma yapısı müziğin dijitalleşmesinde, A.N.] bizi tekelleşmeye doğru götürüyor (...) belirli kataloglara belirli paralar ödenerek buraya geliniyor. Yani aslında Tarkan'ın bir ürününü, "sen gel ya dükkânımda satayım ve benim dijital bir platform var" diye istemiyorsun. Onun bir bedelini de ödeyip alıyorsun, çoğu ülkede. Bu plak şirketleri ve platformlar arasında böyle bir ticaret şekli çünkü katalogun kadar güçlüsün. (K 28'den alıntı)

Özetle, Türkiye'de müzik endüstrisindeki aktörlerin farklı yaklaşımlar geliştirerek platformların etkilerini dengelemek ya da platformlara uyum sağlamak yönünde çeşitli konumlar geliştirdiği söylenebilir. Özellikle algoritmik kürasyonun farkında olanlar yine güçlü yapımcılardır ki bunlar da geleneksel iş modelinin halihazırdaki kültürel araçlarıdır.

Platformlararasılık

Her ne kadar müzik akışım platformları, kullanıcılara içerikleri önceliklendirilmiş bir şekilde sunsa da, öte yandan kullanıcılara kendi istedikleri içeriği, arayüzün aranabilirlik veya keşfedebilirlik işleviyle arama-bulma imkânı da sunmaktadır. Kullanıcıların farklı

platformlarda karşlarına çıkan müzik içeriklerini müzik akışım platformlarında aratarak bulmaları, müzisyenin eserinin keşfedilebilirliği arttıran bir unsurdur. Bazı kullanıcılar platformların kendilerine sundukları çalma listeleriyle yetinmemekte, kendi dinlemek istedikleri içeriği arayıp bulmaktadır. Bu arama çabası bir müzisyeni görünür kılabilir. Platformların sunduğu belirli işleme mekanizmasının dışında hareket becerisi ise belli bir veri okuryazarlığını, dijital yetkinliği ve çok çeşitli sosyal medya ortamlarında aktif olmayı gerektirmektedir. Örneğin, platform geliştiricisi olan bir katılımcı şu ifadeleri kullanmıştır:

Bizim araştırmamızda müziklerin dinlenmesinin yüzde 30'u aramalardan geliyordu. İnsanların yüzde 70'i içerikleri tıklayıp dinleseler de yüzde 30'u arayıp kendi istediği sanatçıyı, şarkıyı bulup dinliyorlardı. İşte o aramaların bir kısmı da [kullanıcıların] *TikTok*'tan ya da *Instagram*'da fark ettikleri ve merak ettikleri şarkılar üzerinden gelmeye başlıyor (K 26'dan alıntı)

Algoritmik kürasyonunun üretim ilişkilerini dönüştürme eksenine bakıldığında, akışım platformları, sosyal medya ortamları ve yeni iş modellerinin gündeme gelmesiyle müzik endüstrisindeki aktörlerin rollerinde ve mesleki becerilerinde bir dönüşüm kaçınılmazdır. Katılımcıların altını çizdiği üzere, bu dönüşümün, gerek hayran etkileşimi, gerek platform ile ilişkilene süreci gerekse telif hakları konusunda bilgiye erişmek ya da dijitalde görünür, bulunabilir olmak gibi farklı konularda etkin, etkili ve çok yönlü olmayı gerektiren bir üretim sürecine tekabül ettiği söylenebilir. Bu anlamda sorumlulukların, yükümlülüklerin ya da endüstri ilişkilerindeki rollerin zaman zaman karmaşık bir yapıya bürünmesi, zaman zaman ise bulanıklaşması söz konusudur. Bu bağlamda katılımcıların yaklaşımları iki başlıkta özetlenebilir. Bunlardan birincisi algoritmaların işleyişine yönelik güvenin farklılaşmasıdır. Katılımcıların bir kısmı platformların işleyişinin şeffaf olmadığına işaret ederken, platformların sağladığı verilere ve imkânlarla araçsal yaklaşımlar da görülmektedir. Özellikle platformlararası etkileşim ile daha fazla izleyiciye ulaşmak ya da kullanıcı verileri ile daha isabetli kararlar vermek araçsal yaklaşımı oluşturmaktadır. İkincisi ise endüstrinin geleneksel üretim sürecine benzerlik gösteren tekelleşmedir. Katılımcılar geniş kataloglara sahip olan aktörlerin dijital akışım da avantajlı konumlarını sürdürdüklerine işaret etmektedir.

Algoritmik kürasyonun yeni kültürel araçlar rolü ve eserlerin türsel/biçimsel dönüşümü

Müzik eserlerin türsel ve biçimsel dönüşümünün ardındaki temel etkenlerden en önemlisi, platformların uyguladıkları "kişiselleştirme" politikasıdır. Platform ekonomisi bağlamında

kişiselleştirme, en geniş kapsamda enformasyonun, mal ya da hizmetin seçilmesi, düzenlenmesi ve son kullanıcılara sunumuna ilişkin yapılandırılan bir dizi geniş ölçekli veri manipülasyonu olarak tanımlanabilir (Pariser, 2012; Srnicek, 2017).

Platformların kişiselleştirme kapasitesi, kullanıcı verilerini toplayabilme kapasitelerine bağlıdır. Toplanan kişisel veriler yalnızca demografik verilerle sınırlı değildir, kullanıcıların platformların içerisinde ürettikleri etkileşim trafiğini de içermektedir. Toplanabilecek veri kapasitesinin artırılması için platformlar, kullanıcıların platformun içerisinde daha uzun süre kalmalarını sağlayacak şekilde dikkatlerini cezbedecek bir ağ mimarisi inşa ederler. Platformlar kullanıcıların dikkatlerini yakalayıp verilerini topladıkları ölçüde kişiselleştirme konusunda daha yeni ve daha “samimi” yollar oluşturabilirler (Webster, 2021). Daha açık bir ifadeyle, kullanıcı verileri kullanılarak kişiselleştirilmiş bir arayüz deneyimi sunulur.

Algoritmaların üretim sürecindeki rolü, müzik eserlerinin türsel ve biçimsel dönüşümüyle de doğrudan ilişkilidir. Algoritmik kürasyon, bir müzik eserin görünürlüğüne ve bulunabilirliğine öncülük etmektir. Üstelik, eserlerin algoritmik beğeni göz önünde bulundurularak üretilmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla kültürel üreticilerin dağıtım ve satış sürecine ilişkin doğrudan verilere (dinlenme sayısı, dinleyici demografisi vb.) daha fazla tabi oldukları görülmektedir:

[...] Özgün olmak diye bir şansınız yok, satmak istiyorsanız veya bunun karşılığında para almayı bekliyorsanız, belli kalıplar var. Bu Hollywood filmleri gibidir. [...] Biz bilgiyle veriyi karıştırıyoruz. Yani çok fazla veriye müzik anlamında da maruz kalıyoruz ama bunu sindirecek altyapımız yok. (K 38'den alıntı)

Katılımcıların sıkça vurgulandığı üzere dijital platformlarda algoritmaları tanıyarak daha çok izleyiciye ulaşabilmek adına “*içerik üreticinin platformların kurallarına uyması*” gerekmektedir (K 41'den alıntı). Bu perspektiften bakıldığında, müzik endüstrisinde eser üretim süreci, eserin kendisi, platformların olanak ve sınırlılıklarına paralel bir dönüşüm içerisindedir. Örneğin, sanatçının yaratıcı üretimiyle ortaya koyduğu eserlerin niteliği algoritmaların yeni kültürel aracılık rollerinden etkilenmektedir. Katılımcıların, eserlerin yalnızca ilk birkaç saniyesine kadar olan süre zarfında meta değerinin belirlendiğini ve bunun üretim sürecinde dikkate alınan bir faktör olduğunu vurgulamaları da buna işaret eder. Örneğin,

Yani sanatımızı ortaya koymak istersek bu sektörde, görmesi gereken ilgiyi görmüyor. Ama diğer türlü de işte tutması için, viral olması için şarkı yaptığımız zaman da biz mutlu olamayabiliyoruz diyorlar. (K 59'dan alıntı)

Müzik akışım platformları üzerinden platformun sahip olduğu repertuarın hacmi kadar geniş bir içeriğe erişilebileceği iddiası sanatçılar tarafından kaygıyla yaklaşılacak bir husustur. Çünkü yukarıda daha önce açıklandığı üzere platformların işleme mekanizmalarını keşfetme, çalma listeleri oluşturmaktadır.

Bir şeyin erişilebilir olması, evet doğru erişilebilir- insanların ona erişeceği anlamına gelmiyor ve erişmiyorlar gerçekten de [...] Belki orada algoritma diye gördüğümüz ama birtakım pazarlama ilişkilerinden dolayı öne çıkan şeyler de olabilir anaakımda bir değişiklik olmadan bu sistem, algoritmalar vesaire bir değişiklik olmadığı sürece toplumun geneline çeşitliliğin çok yayılacağını düşünmüyorum. (K 2'den alıntı)

Görüldüğü üzere, kullanıcıların müziğe erişim olanağının artması her müzik türünün, her müzisyenin ya da her eserin pratikte dinleyiciye erişebileceği anlamına gelmemektedir. Bu durum kültürel ifadelerin çeşitliliğinin⁹ sağlanmasını önceleyen bir kültür politikasıyla birlikte düşünüldüğünde, müzik akışım platformlarının küresel ölçekte söz sahibi olan geleneksel medya şirketlerine benzer bir şekilde belli kültürel akışları ve temsilleri ön plana çıkardığı veya anaakımlaştırdığı söylenebilir. Müzik endüstrisinde, algoritmik kürasyonun yönlendirdiği beğeni düzeni içerisinde yer almak popüler olmayan biçimler veya türlerin başarı şansını azaltır. Müzik üretim sürecinde çeşitlilik ve yaratıcılığa ket vuran bu durum, dijital dünyada beğeni listesi yaratmanın ötesinde, fiziksel dünyada müzisyenler arasındaki eşitsizlikleri beslemektedir.

[bir platform ismi vererek, A.N.] Orada gerçek bir emekçiye emeğini vermeme durumu yaşanıyor gerçekten. [...] sevebileceğini düşündüğümüz şarkılar diye evet, ne yazık ki sürekli aynı insanları böyle bir şekilde o döngüye sokuyorlar. Orada tabii ki de yani yeni bir ismin gerçekten şansı pek kalmıyor. Ama mesela gerçekten de yıllardır sektörün içinde olan insanların da aslında çok bir şansı olmuyor. Genelde hep orada belli, o algoritmanın içinde yer alabilmiş, kendine yer edinebilmiş insanlar, işte gerçekten çok fazla dinlenen insanlar ve onların küçük türevleri şeklinde algoritma sizin önünüze sunuyor sürekli. (K 22'den alıntı)

Platformlarda dinleyicinin dikkat ve ilgisinin devamlı canlı tutulmasına yönelik mekanik düzenlemeleri, eserlerin türsel ve biçimsel olarak tektipleşmesini beslemektedir. Aşağıda

⁹ UNESCO'nun 2005 tarihli Kültürel İfadelerin Çeşitliliğinin Korunması ve Geliştirilmesi Sözleşmesi'ne göre "kültürel çeşitlilik", grupların ve toplumların kültürlerinin ifade bulduğu biçimlerin çeşitliliği, "kültürel ifadeler" ise bireylerin, grupların ve toplumların yaratıcılığında kaynaklanan ve kültürel içerik barındıran ifadeler olarak tanımlanır. Sözleşme temel olarak ifadenin biçimi ya da aktarıldığı araç ne olursa olsun küresel temsil düzleminde adaletsizliklerin giderilmesini hedefler.

aktarılan, algoritmaların çok dinlenen eserleri ya da sanatçıları ve “onların küçük türevlerini” dinleyiciye sunduğu ifadesi, algoritmik beğenin inşasını görünür kılmaktadır:

Algoritmanın olayı zaten seni uygulamada tutabilmek, seni maksimum seviyede izlemeni sağlamak, uygulamadan ayrılmamanı sağlamak. O yüzden en çok pop müzik tercih edilmese, zaten algoritma sana onu göstermez. (K 60’tan alıntı)

Araştırmanın katılımcılarının ifadeleriyle “belirli kalıplar ve (uçucu) trendler” doğrultusunda üreticiler, eser üretim süreçlerinde “dikkat çekme” eylemini gerçekleştirmek için belli bir şekilde türdeşleşmeyi ve yahut tektipleşmeyi gözetmek durumunda kalmaktadır. Aşağıdaki alıntıda da belirtildiği üzere eserin duyuşsal ve bilişsel “parlaklığı”, onun daha fazla tüketilmesinin, böylelikle gelir bölüşümünden daha fazla pay alınmasının ön koşulu olarak kabul edilmektedir:

[...] bu sefer o kültüre uymak zorunda kalan üretimler gerçekleştirmeye başlıyor ki şu anda büyük oranda öyle. Bu noktada dikkat çekmek ve para kazanmak en büyük motivasyon, zaten yıllardır böyle. Dikkat çekmenin müzikte, müzik teknolojileri kısmında en büyük iki faktörü spectral açıdan parlaklık ve müziğin dinamikleri açısından da sıkışık olmasından geçiyor. Fazla compress’lenmiş ve fazla parlak müzik olmak zorunda bir noktada [...] insanların kulakları bu sefer bunlara alışmaya ve daha fazlasını istemeye başlıyor. Biz daha gür yaptıkça daha fazla sağırlaşıyoruz aslında, daha sağırlaştıkça daha fazla gür yapma ihtiyacı hissediyoruz. (K 56’dan alıntı)

Araştırmanın bulguları müzik endüstrisinde “alışılmış” ya da son derece hızla değişen trendlere uygun eserlerin üretildiğini, dinleyicinin de dikkat süresinin giderek azaldığını göstermiştir. Bu doğrultuda sanatçılar için platform ekonomisinin gerekliliklerine uyum sağlamak endüstride görünür olmak adına temel bir koşulu oluşturmaktadır. Bunun sonucu olarak, bir katılımcının (K 3) müziğin “ultra metalaşması” olarak tanımladığı tektipleşme, çeşitliğin azalmasına ve “kullan-at” mantığının yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Ancak söz konusu bu durum, bir yandan geleneksel üretim süreciyle de bir benzerlik göstermektedir:

[bir platform ismi vererek, A.N.] orada genellikle daha çok rotasyona girmesini istediğin şarkılar, aslında temel bir radyoculuk mantığı, daha fazla baklava getiren plak şirketin varsa daha çok şarkıyı ön plana sunarsın, eski Unkapanı diliyle. (K 28’den alıntı)

Sonuçta bu [platform ismi] bir alan, o bir dükkân. Yani D&R neyse aslında o da o, bir dağıtım kanalı üzerinden ürününüzü koyduğunuz, kesintilere uğradığı ve size de bir para verilen bir dükkân, günün sonunda o. (K 55’ten alıntı)

Yeni kültürel araçlar rolü üstlenen algoritmik kürasyon, dağıtım ve perakende aktörlerinin (örn. müzik mağazalarının) görevini de üstlenmekte, dijital hizmet sağlayıcıları plak

şirketlerinin sunduğu işlevlere alternatifler önerebilmektedir. Ancak, katılımcıların “alan/dükkân” benzetmesinden hareketle, müzik endüstrisinin geleneksel iş modelindeki rol dağılımlarındaki çeşitliliği bünyesinde barındıran bu mekanizmaların, aslında tüm sanatçılara eşit ve alternatif fırsatlar sunan bir yapıya tam anlamıyla sahip olmadıkları söylenebilir.

Türkiye’de müzik endüstrisinde yeni kültürel araçların rolü ile eserlerin türsel/biçimsel dönüşümü bir arada ele alındığında; müzik endüstrisindeki aktörlerin teknolojik işbirlikleri geliştirmeye ve bu bağlamda platformların algoritmik mantığını ve algoritmik kürasyonun işleyişini kavramaya, küresel ölçekte kültürel akışın bilgisine yönelik beceriler ve donanımlar geliştirmeye duydukları ihtiyaç ortaya çıkmaktadır. Bourdieu da popüler beğeni için üretilen sanat ve sanat için sanatı tartıştığı bölümde, her iki sanatsal üretimin ve her iki grup sanatçının da tekniğe özel bir değer atfettiğini belirtir (2023:93). Ona göre, “Ortalama sanatta teknik, üretimi etki anlayışına yönlendirir (bu, hem izleyiciler üzerinde etki olarak anlaşılabilir, hem de yapım sürecinde maharet olarak);...” (93). Günümüz sanatçısı için algoritmik kürasyonun işleme mekanizmalarına vakıf olmak benzer bir önem taşımaktadır. Teknikle söz konusu ilişkilenebilirliğin yönü olarak katılımcıların temel yaklaşımlarını algoritmik kürasyonunun yönlendirdiğini, müziğin süresini, ömrünü, niteliğini kürasyonun getirdiği mekanizmaları göz önünde bulundurarak şekillendirdiklerini söylemek mümkündür. Bundan ötürü daha önce vurgulandığı üzere müzikte tektipleşme ve çeşitliliğin azalması sorunları ortaya çıkmaktadır. Bu noktada algoritmik kürasyonun dinleyicilerin taleplerine tarafsız bir şekilde karşılık veren nesnel araçlar olmadıklarını tekrar vurgulayarak, ait oldukları kurumsal yapının çıkarlarını önceliklediklerini, piyasa ilişkileriyle dolayımlandığını bu bağlamda da belli müzik türlerini ön plana çıkardıklarının altını çizmeliyiz. Örneğin bazı türlerdeki (Türkiye bağlamında halk müziği) sanatçıları dezavantajlı hale getirmesi söz konusudur. Üstelik bunun müzik endüstrisinin geleneksel iş modelinden ve o modeldeki kültürel aracılığa içkin durumdan çok farklı yeni bir durum olmadığı söylenebilir.

Algoritmik kürasyonun yeni kültürel araçlar rolü ve bağımsız sanatçıların stratejileri

Dijital akışım platformlarının, sosyal medya ortamlarının ve algoritmaların, tüketici/kullanıcı pratikleriyle beraber müzik endüstrisinde eserlerin türsel ve biçimsel dönüşümünde belirleyici bir rol oynadığı görülmektedir. Popüler beğeniyi algoritmik beğeni olarak büyük ölçüde yeniden inşa ettiği belirlenen bu dönüşümün, alternatif, farklı ya da “bağımsız” olanın müzik endüstrisindeki konumlarına da temas etmesi kaçınılmazdır. Dolayısıyla bu

noktada müzik endüstrisindeki bağımsız sanatçıların endüstrideki konumlarının, üretim ve dağıtım stratejilerinin yeni kültürel araçlar çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir.

Saha araştırmasında algoritmik kürasyonun üstlendiği yeni kültürel araçlar rolü, bağımsız sanatçılar açısından ya destekleyici ya da emek gücü sömürsünü daha açık hale getirici olmak üzere iki farklı yaklaşım ekseninde ele alınmıştır. Bu yaklaşımların farklılaşmasının temelinde ilk olarak üretim süreçleri ekseninde de değinilen, kitlelere erişim faktörü öne çıkmaktadır:

Dijitalleşmenin kendi tarzımızı ve türümüzü, kendi yaptığımız sanatın alıcısını bulmak konusunda bize daha çok katkısı olduğunu düşünüyorum açıkçası. Çünkü kendi takipçi kitlemizi bizim yaptığımız şeyin -niş bir kitesi bile olsalardı ulaşabilme avantajını bize sağlayabileceğini düşünüyorum. Biraz bunların [...] yani kullana kullana tekniklerini ya da bunu içinde var olup kendi sanat kitlemizi oluşturabilecek biraz şeyi elde etmek gerekiyor, belki beceriyi, beceri ya da bir özveriye diyeyim. (K 60'tan alıntı)

Yukarıda açıklandığı üzere, algoritmalar eseri izlerkitleleriyle buluşturmak konusunda müzisyenlere bir avantaj sunmaktadır. Ancak sanatçının bundan faydalanabilmesi için yeni teknik beceriler¹⁰ geliştirmesi ve bir takım özverilerde bulunması gerektiği ifade edilmektedir. Sanatçıların algoritmaların desteği ile yaratıcı üretim yapmaları gittikçe artan bir tempoda çalışmaları ile sonuçlanmaktadır (Chodos, 2019). Geleneksel kültürel araçların rolünün görece azalması, müzisyenin kendi emek sürecine ilişkin inisiyatif alma potansiyelini artırırken, ilgili metriklere aracısız erişmesini de sağlamaktadır. Ancak bunun için sanatçının dijital becerilerini geliştirmesi gerekmektedir:

Bağımsızlık ya da diğer bir deyişle müzik insanlarının, müzisyenlerin aradaki araçları kaldırarak doğrudan müzik servisleri ile iletişimde olmaları, paralarını doğrudan almaları, müzik insanlarının sonu olacaktır. (K 30'dan alıntı)

Stratejinizi belirlemek üzere müthiş yardımcı olan bir yapay zekayla çalışıyoruz aslında şu anda, global anlamda birbirine bağlı. Bu çok çok avantajlı bir şey [...] Hatta bağımsız müzisyenler daha fazla meşhur olursa, onları takip etmiyorlar artık. Bu bağımsız müzisyenlerin bu şekilde kendilerini arka kapı bağlantılarını direkt kendi seyirci ile kurduğu ortamlar var. Yani *SoundCloud* biraz öyle, işte Instagram üzerinden öyle birçok şey var, Facebook üzerinden. Bunlar artık aradaki pazarlamacıyı çıkarıyor. O zaman da kendi küçük seyirci kitleleriyle yürüyerek gitmesini sağlıyor. (K 57'den alıntı).

¹⁰ Bu teknik beceriler sanatçıların dijital sermayelerini oluşturmaktadır. Burada dijital sermayeyi, iletişim araçlarına sahip olmak ve erişmek anlamında değil, kullanım becerisi, yetkinliği ve kullanım kaynaklı somut yararlar görmek anlamında kullanıyoruz.

Dijital beceriler, bağımsız sanatçılara eser üretimlerinde tek karar veren olmayı vaad eder. Dolayısıyla “keşfedilebilmek” - bir ihtimal olarak dahi- bağımsız sanatçılar açısından dijitalleşmeyle beraber gelen bir olanak biçiminde okunabilmektedir:

Günün sonunda baktığınızda aslında sizi keşfetmemiş birini bir şekilde, hiç fark etmez, belki radyo, yani [bir akışım platformu]’nun içindeki işte şarkı radyoları var mesela. O radyolar aracılığıyla, belki kazayla, bir listenin içinde görerek vesaire, size ulaşma imkânı, ihtimali her zaman orada bir köşede duruyor sizin için. Bu da güzel bir şey aslında. (K 53’ten alıntı)

Diğer yandan, erişim olanağı konusunda, metrikler kaynak alındığında alternatif ve indie müziğin anaakım karşısındaki konumu, bağımsız sanatçılara “sunulan fırsatları” yeniden düşünmeyi gerekli kılmaktadır:

[dijital platformlar ve algoritmalar, A.N.] müzik sektöründe de popüler olan, daha ön plana çıkanları daha üste çıkartma, daha az popüler olanları karanlık dehlizlerde kaybetmeye doğru itti. Veriler de bunu doğruladı. Az önce söylediğim gibi dijital platformlarda en çok dinlenenler aslında anaakımda da en çok dinlenenler oldu. Sadece çok küçük bir kesim alternatiflerin farkında olup dinleyen bir kesim olarak ortaya çıktı. Dijital dönüşümün neticesinde dijitalin içerisinde bir anaakım oluşmaya başladı, gibi bir durum söz konusu. (K 2’den alıntı)

Bu noktada dinleyiciye erişebilmek adına, bağımsız sanatçıların ve menajerlerin yapması gerekenler; farklı rolleri tek bedende buluşturabilmeleri, deneme-yanılma yoluyla sürekli bir öğrenme içinde olmaları, dijital sermayelerini -ve hatta veri okuryazarlıklarını- hacimli kılmaları, esneklik sergileyebilme kabiliyetlerini artırmaktır. Katılımcılar da üretim sürecinde menajerlik, yapımcılık, halkla ilişkiler gibi farklı rolleri üstlendiklerini belirtmişlerdir. Özellikle bağımsız sanatçılar bir kişinin çoğu zaman pek çok rolü üstlendiğini ifade etmiştir. Dolayısıyla müzik endüstrisi çalışanları, platform kapitalizminde esneklik ve geçişkenlik kabiliyetlerine gereksinim duymaktadır.

Eserlerin özgünlüğü ile sınırlandırılmayacak bu durum, (bağımsız sanatçılar başta olmak üzere) sanatçıları, sanatçıların profesyonel kimliklerini, iş tanımlarını, unvanları ve meslekleri kapsayacak biçimde yeni kültürel araçların oynadığı rolün çok katmanlı bir şekilde ele alınması gerektiğine işaret etmektedir:

Geleneksel olarak, mesela ben birlikte çalıştığım herhangi bir gruba, ‘ben senin menajerimim, benden habersiz hiçbir şey yapmayacaksın, işte bütün sözleşmeleri ben göreceğim, bütün etkinlik önce bana gelecek, [...] sahnede ne giyeceğine, nasıl konuşacağına, hangi gazeteye, hangi dergiye çıkacağına ben karar vereceğim’ mantığındaki menajerlik artık geçerli değil zaten, bahsettiğimiz dijitalleşmeyle birlikte. Çünkü sanatçıya hayranı artık direkt olarak istediği anda erişilebilir halde. O yüzden oradaki o şeyleri, sistemleri biraz böyle esnetip birbiri içine geçer şekilde yapmaya gayret ediyoruz. (K 55’ten alıntı)

Bu açıdan gelirlerin ve sosyal sermayenin çeşitlendirilmesine yönelik ihtiyacın endüstride odağa yerleşmesi, kendin yap (*Do it yourself*, DIY) kültürü ile birleştiğinde sanatçılar için sömürü boyutunu ortaya çıkarmaktadır. Her ne kadar DIY kültürü ve müzik üretimi hakkındaki çalışmalar, anaakım dışındaki üreticilerin birlikte üretimi ya da ortaklaşa üretim gibi etkileşimsel üretim süreçlerini odağa alsın da (Richards, 2013; Bennett ve Guerra, 2018), bu üretim biçiminin gittikçe anaakıma yaklaşması sanatçıları gittikçe daha kırılğan ve savunmasız bir hale getirmektedir. Ancak sanatçılar ve hayranları arasında doğrudan erişim olanağı olduğuna yönelik katılımcıların var olan ifadeleri platform ekonomisinin işleme mantığının görmezden gelindiğini göstermektedir.

Bağımsız sanatçılar için dijital akışım platformlarının destekleyici rolü, eserin ve müzisyenin izlerkitleleriyle buluşması noktasında sunduğu olanakları şeklinde dile getirilirken; bağımsız sanatçıların hakedişler açısından daha savunmasız bir konuma geldiği de ifade edilmektedir. Belirli bir düzeyde maddi birikim sahibi olmayan bağımsız sanatçıların, “daha düşük telif haklarına razı olmak” gibi gelir paylarının azalmasına (K 1) yol açan uygulamalarla karşılaşmaları bu duruma örnek gösterilebilir.

Dijitalde de zaten çok adil olmayan bir gelir dağılımları, işte olabildiğince vahşileştirilmiş sözleşmeler, aradaki bir sürü aktörün de kese kese, devletin de vergiyi kese kese müzisyene kuş gibi bir rakam kaldığı bir gerçeklik içerisinde var olmaya çalışıyor dijital dünyada birçok müzisyen. Dolayısıyla hani NFT ve benzeri teknolojileri takip etmeye çalışan insanlar da var. (K 55’ten alıntı)

Katılımcıların sıklıkla vurguladığı hususlardan biri yeni medya ortamlarının yaygınlaşması ve dijital dönüşümle beraber, ulusal sınırların aşılması ve mekanlar bağlamında coğrafi sınırlamaların ortadan kalkmasıdır. Coğrafi sınırların kalkması platform ekonomisinin müzik endüstrisindeki etkisiyle ilişkilidir. Görüşmelerde bu bağlamda olumlu bir bakış açısı hâkim olmakla birlikte, alternatif müzik türleri, algoritmik beğeni ile uyuşmayan eserler ve bağımsız sanatçılar düşünüldüğünde sanatçının halen dezavantajlı bir konuma sahip olduğu görülmektedir:

[...] Yine orada da biraz dezavantajlı taraftayız. Amerika'da bir müzisyenle Türkiyeli bir müzisyenin dijital streaming platformundaki dinlenme başına aldığı birim ücret aynı değil. Çünkü bu mesela en temelde çok ciddi adaletsiz bir yapı, bu platformlarla ilgili. (K 55'ten alıntı)

Şu anda İstanbul'a kayıt yapmaya geliyor bütün müzisyenler. Buraya gelmezseniz o sektörün içine giremiyorsunuz. (K 56'dan alıntı)

Dünyanın küçük bir köy olması bütün idealizmi, hayal gücünü ve gizemi yok etti. Dijitalleşme de bunun internet değil mi, artık hani Bali Adaları'nı merak etmiyoruz. Yani oraya gidip şey yapmak büyük bir emek ama Google'dan baktığınız zaman, çok hızlı tüketiyorsunuz. Yani gizemi kaybettik, müzikte de gizemini kaybettik. (K 38'ten alıntı)

Algoritmik kürasyonu coğrafi sınırları ortadan kaldırmak konusunda yetersiz bulan, tüketimin hızlanmasıyla -ve üretimde niceliğin ön plana çıkmasıyla- keşfetme olanaklarının artmasına karşın keşfetme arzusunun tetikleyen öğelerin müzik dinlemeden ayrıştığına yönelik ifadeler, araştırmanın dikkat çeken bulguları arasında yer almaktadır. Bu bağlamda müzik endüstrisinin gelişimi boyunca “keşfedilmek” sanatçının var olabilmesi için en önemli husus ve temel gerektir. Ancak günümüzde algoritmik kürasyon çerçevesinde “keşfedilmek”, bağımsız sanatçılar için bir yandan platform ekonomisi tarafından sunulan bir vaat, diğer yandan hayatta kalmak için bir mücadele alanıdır.

Algoritmik kürasyonun varlığı bağımsız sanatçıların müzik endüstrisindeki konumlarını güçlendirmeleri için DIY kültürü ve üretim stratejileri paralelinde dijital becerilerinin ve yetkinliklerin geliştirilmesine yönelik temel gereksinimlerine işaret eder. Bu açıdan bakıldığında çeşitli destekleyici olanaklar bu yeni ekosistemde mevcuttur. Ancak öte yandan üretim ilişkilerinin daha önce hiç olmadığı kadar eşitsiz hale gelmesi ve merkezileşmesi yönündeki eğilim, bağımsız sanatçıların sömürüye açık ve güvencesiz emek gücüne dönüşeceği yönündeki endişeleri de güçlendirmektedir. Bu nedenle burada bağımsız sanatçıların zaman zaman karşılaştıkları fırsatlara ve çoğunlukla da yaşadıkları zorluklara değindikleri bu iki temel yaklaşım birlikte serimlenmiştir.

Sonuç

Bu çalışmada platformlaşma olgusuyla birlikte Türkiye’de müzik endüstrisinde sanatçılar ve dinleyiciler arasında geleneksel anlamdaki kültürel araçların (müzik yazarları, plak şirketleri, yapımcı ve yayıncılar, menajerler ve müzik meslek örgütleri) ve bunların ötesinde konumlanan yeni bir kültürel aracının (algoritmik kürasyon) rolleri ve ilişkisellikleri ele alınmaktadır. Günümüzde müzik endüstrisinde platform kapitalizmi, yeni kültürel araçlar rolünü atfettiği algoritmik kürasyon dolayısıyla sanatçının eserlerinden meta değeri ve

sembolik değer elde etmektedir. Müzik endüstrisinin farklı aktörleri, algoritmik kürasyonu bir fail gibi güçlü kabul etmektedir. Onlara göre, yeni kültürel aracı rolü üstlenen algoritmik kürasyon dinleyicilerin zevklerini, tercihlerini ve davranışlarını sınıflandırma, analiz etme, ilişkilendirme ve gelecek için tahminde bulunma gücüne sahiptir. Ancak, platform ekonomisinin temellendiği bu yapıların şeffaf olmaması müzik endüstrisinin işleyişinde söz sahibi aktörlerin rolünü giderek belirsizleştirmiş, algoritmaların bu ekonomide sahip olduğu merkezi konum ise geleneksel kültürel araçların üretim ve tüketim sürecindeki rollerinin önemini azaltmıştır. Üstelik, araştırmanın bulguları, farklı aktörlerinin platform sahipliğinin endüstri içindeki belirleyici konumunu tartışmak yerine, endüstride başarılı olmayı algoritmik kürasyona uygun kültürel üretim üzerinden tartıştıklarını ortaya koymuştur. Bu durumda, geleneksel kültürel araçların sembolik gücünü algoritmalar marifetiyle kendilerinde toplayan teknoloji şirketlerinin failliği, sorgulamadan azade kalmaktadır.

Araştırmanın katılımcıları, platform kapitalizminin pazardaki tek görünür yüzü olan algoritmik kürasyonu yerel endüstrinin kırılabilirliğinin nedeni olarak yorumlamaktadır. Çünkü algoritmalar kendilerinden önceki kültürel araçlardan farklı olarak hiçbir kültürel temsil iddiasına referans vermeksizin, üretim ve tüketim sürecinin merkezine sanki tarafsızmışçasına yerleşmişlerdir. Üretim ilişkilerini belirleyen bir alt yapı bileşeni olan bu teknoloji, endüstrideki tüm aktörlerle ilişki içindedir. Bir yapımcı elindeki kataloğunu, eser sahibi ise eserlerini platformlarda görünür kılma ihtiyacı hissetmektedir. Bundan ötürü algoritmaları ya da algoritmik kürasyonun işleme mantığını dikkate almadan kültürel üretimde bulunma ihtimali gittikçe azalmaktadır. Diğer bir deyişle arz, belirli bir örgütsel yapının çıkarları doğrultusunda şekillendirilmektedir. Kullanıcı metrikleri üzerinden işleyen derecelendirme sistemi, bir yandan eserleri tektipleştirirken diğer yandan müzik endüstrisindeki her aktörü anlık olarak belirli bir başarı düzeyine sabitlemektedir. Eserler, albümler ya da türler, küresel başarı ölçütünün nesnelere olarak doğrusal ölçüklere yerleştirilmektedir. Kimi zaman belirli bir türün yığınsal olarak artan popülerliğinin teşvik edilmesi şeklinde ortaya çıkan bu tektipleşme, platformların nihai amacı olan toplam dinleme süresinin artması hedefine hizmet etmektedir. Bu bağlamda araştırmada pek çok katılımcı müzikte tektipleşme ve dikkatin yönlendirilmesine, Türkçe rap türünün hızlı yükselişini örnek vermiştir. Buna göre katılımcılar, Türkçe rap müzik üreticilerinin, müzik üretiminin sayılan biçimsel eğilimlere uyumlanma konusunda Türkiye'deki öncülerini olduğunu iddia etmiştir.

Platform ekonomisinin başarısının temelinde rol oynayan bir diğer husus, kişiselleştirme özelliğidir. Bağımsız sanatçılar ve yapımcılar, kişiselleştirme ile oluşturulan büyük ölçekli metriklerin manipülasyonu karşısında, pazarda tercih edilen eserleri üretmeye mecbur kalmaktadır. Bu nedenle müzik endüstrisinde eserin girişini öne çıkarma, süresini sınırlama ya da albüm yerine tekliler üreterek endüstride süreklilik sağlama gibi bazı biçimsel eğilimler anaakımlaşmaktadır. Ayrıca sanatçı için dijital iş modeline vakıf olmak, müzik endüstrisinde olmazsa olmaz bir ön koşul olarak görülmeye başlanmıştır. Bu anlamda dijital beceriler geliştirmek, pragmatik amaçlarla dijital iş modelini öğrenmek ve işleyişe dahil olmak için sahip olunan sermaye türlerini çeşitlendirmek biçiminde de yorumlanabilir.

Sanatçılar ve yapımcı şirketleri platformlaşma olgusu karşısında farklı stratejilere ve konumlara sahip olsalar da ortak hedefleri dijital akışta var olmaktır. Bu hedefe ulaşmanın önünde yine ortak bir sorunla karşılaşılmaktadır: Platform ekonomisinin temellendiği mantığa karşı güvensizlik. Her iki aktör de algoritmik yapının şeffaf olmamasından dolayı endişe duymakta ve kürasyona güvenmemektedir. Kara kutular olarak algoritmanın nasıl işlediği tam olarak görünür veya bilinir değildir. Bu endişe ve güvensizliğe, son derece güçlü kurumlar olan platformlar ile sanatçıların pazardaki eşitsiz ilişkileri de eklendiğinde, algoritmik manipülasyon iddiaları sanatçılar arasında giderek ikna edici bir hale gelmektedir. Plak şirketleri ve yapımcıların bu sürece aracılık ederken akışım platformları ile çıkar ekseninde bir uzlaşma zemini aramaları, sürecin değer boşluğu ürettiğini de göstermektedir. Buna göre; bireysel sanatçıların tek başlarına pazarlık gücünün çok zayıf olduğu, ancak, geleneksel kültürel araçlarla birlikte hareket ederek platformdan sağlanacak payın artırılacağı iddia edilmektedir. Dijital akışım platformlarının neden olduğu değer boşluğunun müzik endüstrisinin tüm tarafları aleyhine işleyen topyekûn bir kayıp alanı olduğuna ise değinilmemektedir.

Teknolojik gelişmelere iyimser bakmaya istekli kişiler, internetin, platformların ve algoritmaların kültürel üretilere ve kültürel üreticilere erişimi kolaylaştırdığı iddiasıyla potansiyel olarak coğrafi ve kültürel farklılıkların öneminin azaldığını düşünmektedir. Platformların yerel kültürleri küresel dinleyici ve izleyici tarafından erişilmesine imkân verdiği ve bu açıdan eşitlikçi olduğuna ilişkin bir yorum da bu yaklaşımdan temellenir. Türkiye örneğinde müzik endüstrisindeki katılımcıların deneyimleriye, bu varsayımsal eşitliğin pratikte sorunlar içerdiğini, yeni iktidar ilişkileri yarattığını ve müzik endüstrisinde bağımsız ve alternatif sanatçıların aleyhine, halihazırdaki eşitsizlikleri derinleştirdiğini

göstermektedir. Müzik endüstrisinde belirli bir biçimde üretmeyi diğerine göre avantajlı hale getiren, sahibinin çıkarları lehine taraflı bir şekilde üretilen bu teknik pratikler platform kapitalizmi lehine bir oyun düzeni kurmaktadır. Müzik endüstrisinde var olmak için, bu oyunda var olmak, oyunda var olmak için ise teknik bir inşa ve pratik olan algoritmaların düzenlediği değerlendirme sistemine tabi olmak gerekmektedir. Araştırmada dijital akışım platformlarını eleştirenler dahi, platformların yarattığı eşitsizlikleri ve iktidar ilişkilerini -örneğin verileştirme gibi eleştirdikleri bir özelliği- dinlenme sayılarının düşük olmasıyla açıklamaya çalışmışlardır. Görüldüğü üzere platform ekonomisinin eleştirisi bu ekonomideki varsayımsal bir başarı düzeyi üzerinden kurulmaktadır. Kısacası üretim ilişkileri açısından yeni kültürel araçlar rolünü üstlenen pratikler, üretimin gerçekleştiği ortamı ve müzik endüstrisinin içkin pratiklerini belirleyerek platform kapitalizmi lehine bir değişimi getirmektedir. Üstelik endüstrinin farklı aktörleri, platformları değil, platformların sahiplik mekanizmasını gizleyen algoritmik kürasyonu temel oyun kurucu olarak görmektedir.

Araştırma bulguları, kültürel ifadelerin çeşitliliğinin, yerel kültürel deneyimlerin ve türsel çeşitliliğinin korunması; başta sanatçılar ve eser sahipleri olmak üzere müzik endüstrisinin farklı aktörlerinin bu değişim karşısında güçlendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Müzik topluluğunun kendi içerisinde ve kendi örgütlü mekanizmaları ile bunu yapmaları gerekmektedir. Bu noktada, değişim karşısında farklı aktörlerin katılımına zemin sağlayacak demokratik ve şeffaf kamusal destek politikalarının gerekliliği de ortaya çıkmaktadır. Son olarak, bu çalışma Türkiye’de müzik dinleme pratiklerinin platformlarla birlikte dönüştüğünü tespit etmekte, platform ekonomisi tarafından inşa edilen algoritmik beğeni ve dinleme alışkanlıklarının müzik üretim sürecine etkisinin araştırılmasını önermektedir.

Kaynakça

- Aguiar, Luis ve Joel Waldfogel (2018). “As streaming reaches flood stage, does it stimulate or depress music sales?”, *International Journal of Industrial Organization*, 57(1): 278-307. <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2017.06.004>
- Airoidi, Massimo, Davide Beraldo and Alessandro Galdini (2016). “Follow the algorithm: An exploratory investigation of music in YouTube”. *Poetics*,
- Attali, Jacques (2017). *Gürültüden Müziğe*. Çev. Gülüş Gülcügil Türkmen. İstanbul: Ayrıntı.

- Baym, Nancy K. (2018). *Playing To The Crowd*. NewYork: NYU Press. Bennett, Andy ve Paula Guerra (Der.) (2018). *DIY Cultures and Underground Music Scenes*. Londra: Routledge.
- Binark, Mutlu (2020). "Arttırılmış Eğlence Olarak K-pop ve BTS'in Çekim Gücü", *Asya'da Popüler Kültür ve Medya*. Mutlu Binark (der.) içinde, Ankara: UMAG Yayınevi. 189-226.
- Binark, Mutlu, Erman Demir, Serra Sezgin ve Gökçe Özsu (2022). *Türkiye'deki Müzik Endüstrisinde Dijital Dönüşüm: Kültürel Üreticiler ve Platformlaşma Araştırma Raporu*. Ankara: Alternatif Bilişim Derneği Yayınları.
<https://ekitap.alternatifbilisim.org/turkiye-muzik-endustrisinde-dijital-donusum-kulturel-ureticiler-platformlasma-raporu/>
- Bonini, Tiziano ve Alessandro Ganini (2019). "First week is editorial, second week is algorithmic': Platform gatekeepers and the platformization of music curation", *Social Media + Society*, 5(4). DOI: 2056305119880006.
- Bourdieu, Pierre (2023). *Kültür Üretimi: Sembolik Ürünler/Sembolik Sermaye*. Çev. Sibel Yardımcı ve Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, Pierre (2021). *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. Çev. Derya Fırat. Ankara: Nika.
- Byrne, David (2021). *Müzik Nasıl İşler?*. Çev. Ergin Özler. İstanbul: MSG Mundi Kitap.
- Chodos, Ashler Tobin (2019). "What does music mean to Spotify? An essay on musical significance in the era of digital curation", *INSAM Journal of Contemporary Music, Art and Technology*, *INSAM Institut za savremenu umjetničku muziku*, 2(1): 36–64.
- Couldry, Nicke ve Ulises Ali Mejias (2019). *The Costs of Connection: How Data Is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford: Stanford University Press.
- Çakmur, Barış (2001). *Music Industry in Turkey: An Assessment in The Context Of Political Economy of Cultural Production* [Yayınlanmamış Doktora Tezi]. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.
- Eubanks, Virginia (2018). *Automating inequality: How high-tech tools profile, police, and punish the poor*. New York: St. Martin's Press.

- Gaw, Fatima (2021). "Algorithmic Logics And The Construction Of Cultural Taste Of The Netflix Recommender System", *Media, Culture & Society*, 44(4), 706–725.
<https://doi.org/10.1177/01634437211053767>
- Gee, James Paul (2005). "Semiotic social spaces and affinity spaces: From the age of mythology to today's schools", *Beyond Communities of Practice: Language, Power and Social Context*. David Barton ve Karin Tusting (der.) içinde. Londra: Cambridge University Press. 214-232. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511610554.012>
- Gillespie, Tarleton (2014). "The Relevance of Algorithms", *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. Tarleton Gillespie, Pablo J. Boczkowski, and Kirsten A. Foot (der.) içinde. Cambridge, Massachusetts: MIT Press. 167-193.
- Graham, Gary, Bernard Burnes, Gerard Lewis ve Janet Langer (2004). "The Transformation Of The Music Industry Supply Chain: A Major Label Perspective", *International Journal Of Operations And Production Management*, 24(11): 1087–1103. <https://doi.org/10.1108/01443570410563241>
- Hracs, Brian (2015). "Cultural intermediaries in the digital age: The case of independent musicians and managers in Toronto", *Regional Studies*, 49(3), 461-475.
- Hracs, Brian (2016). "Working harder and working smarter: The survival strategies of contemporary independent musicians", *The Production and Consumption of Music in the Digital Age*. Brian J. Hracs, Michael Seman, Tarek E. Virani (der.) içinde. Londra: Routledge. 41-55.
- Johnson, Randal (2023). Sunuş, "Pierre Bourdieu'nün Sanat, Edebiyat ve Kültür Sosyolojisi", *Pierre Bourdieu, Kültür Üretimi: Sembolik Ürünler Sembolik Sermaye* içinde. Çev. Sibel Yardımcı ve Elçin Gen. İstanbul: İletişim Yayınları. 7-50.
- Kitchin, Rob (2017). "Thinking critically about and researching algorithms", *Information, Communication & Society*, 20(1): 14–29.
- Krueger, Alan B. (2020). *Müzikonomi*. Çev. Ergin Özler. İstanbul: Mundi Kitap.
- Lange, Bastian (2016). "The Evolution of Music Tastemakers in the Digital Age", *The Production and Consumption of Music in the Digital Age*. Brian J. Hracs, Michael Seman, Tarek E. Virani (der.) içinde. Londra: Routledge. 237-247.
- Lena, Funda (2018). *Türkiye'nin Müzik Endüstrisinde Çeşitli(Siz)Lik*. İstanbul: Kreksa Kültür Yayınları.

- Leyshon, Andrew (2001). "Time–Space (and Digital) Compression: Software Formats, Musical Networks, and the Reorganisation of the Music Industry", *Environment and Planning A: Economy and Space*, 33(1): 49-77. <https://doi.org/10.1068/a3360>
- Maasø, Arnt ve Hendrik Storstein Spilker (2022). "The Streaming Paradox: Untangling the Hybrid Gatekeeping Mechanisms of Music Streaming", *Popular Music and Society*, 45(3): 300-316. DOI: 10.1080/03007766.2022.2026923
- Maguire, Jennifer Smith ve Julian Matthews (2014). "Bourdieu on cultural intermediaries", *The Cultural Intermediaries Reader*. Jennifer Smith Maguire ve Julian Matthews (der.) içinde. Londra: Sage. 15-24.
- Morris, Jeremy Wade (2015). "Curation by code: Infomediaries and the data mining of taste", *European Journal of Cultural Studies*, 18 (4–5): 446–463.
- Morris, Jeremy Wade ve Devon Powers (2015) "Control, curation and musical experience in streaming music services", *Creative Industries Journal*, 8(2): 106-122. DOI: 10.1080/17510694.2015.1090222
- Moyon, Emillien ve Xavier Lecocq (2014). "Rethinking Business Models in Creative Industries: The Case of the French Record Industry", *International Studies of Management & Organization*, 44(4): 83-101. <https://doi.org/10.2753/IMO0020-8825440405>
- Negus, Keith (2002). "The work of cultural intermediaries and the enduring distance between production and consumption", *Cultural Studies*, 16(4): 501-515.
- Noble, Safiya Uma (2018). *Algorithms of Oppression*. New York: New York University Press.
- Osterwalder, Alexander ve Yves Pigneur (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Pariser, Eli (2012). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Londra: Penguin.
- Poell, Thomas, vd. (2022). *Platforms and Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.
- Prey, Robert (2020). "Locating Power in Platformization: Music Streaming Playlists and Curatorial Power", *Social Media + Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120933291>

- Prey, Robert, vd. (2022). "Platform Pop: Disentangling Spotify's intermediary role in the music industry", *Information, Communication & Society*, (25)1: 74-92.
- Richards, John (2013). "Beyond DIY in Electronic Music", *Organised Sound*, 18(3): 274-281. DOI:10.1017/S1355771813000241
- Srnicek, Nick (2017). *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
- Striphas, Ted (2015). "Algorithmic Culture", *European Journal of Cultural Studies*,18(4-5): 395-412.
- Sun, Meicheng (2020). "K-pop fan labor and an alternative creative industry: A case of GOT7 Chinese fans", *Global Media & China*, 5(4): 389-406.
<https://doi.org/10.1177/2059436420954588>
- Tellan, Tolga (2000). "Popüler Müziğin Ekonomisi Ya Da Çok Ulusuların Bizleştirdikleri", *...Ve Müzik: Hacettepe Üniversitesi Ankara Devlet Konservatuvarı Araştırma Ve Yorum Dergisi*, 6(1), 58-64.
- Uluslararası Fonografi Endüstrisi Federasyonu (2022). *Global Music Report*.
https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2022/04/IFPI_Global_Music_Report_2022-State_of_the_Industry.pdf
- Uluslararası Fonografi Endüstrisi Federasyonu (2016). *Global Music Report, Music Consumption Exploding Worldwide, State of Industry Overview*. <https://ifpicr.cz/ifpi-global-music-report-201>
- Webster, Jack (2021). "The promise of personalisation: Exploring how music streaming platforms are shaping the performance of class identities and distinction", *New Media & Society*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/14614448211027863>
- Witt, Stephen Richard (2020). *Bedava Müzik*. Çev. Ergin Özler. İstanbul: Mundi Kitap.



Kültür ve İletişim

culture&communication

Yıl: 26 Sayı: 51 (Year: 26 Issue: 51)

Mart 2023-September 2023 (March 2023 - September 2023)

E-ISSN: 2149-9098



2023, 26(1): 142-170

DOI: 10.18691/kulturveiletisim.1221366

****İnceleme Makalesi****

Aşağılama, Haysiyet ve Saygı*

İlker Özdemir & Tarık Özbek^{1*2*}

Öz

1990'lı yılların başından bu yana psikoloji, sosyal psikoloji, felsefe, tarih, antropoloji ve sosyoloji gibi farklı disiplinlerde tartışılabilen en önemli konulardan biri aşağıla(n)madır. Söz konusu disiplinlerde terim ilk olarak duygularla, yani mağdurun hisleriyle; ikinci olarak, failerin eylemleriyle ve aynı zamanda toplumsal süreçlerle ilişkilidir. Literatürde yer alan ortak temalar; statünün düşürülmesi, haysiyetin, kendine saygının veya şerefihlali ve gururun kırılmasını içermektedir. Bununla birlikte aşağılama, başkaları tarafından yapılan küçük düşürücü ya da aşağılayıcı muamelelerle ilgilidir. Başka bir deyişle aşağılama, sadece bir duygu değil aynı zamanda bir eylemdir ve genellikle aşağılayan bireyler, belirli bir ırksal, etnik, dini, cinsiyet azınlıkları gibi gruplar ve uluslar üzerinde kontrol sahibi olduğu, eşit olmayan güç ilişkilerinde ortaya çıkar. Buna ek olarak aşağılama, öznel bir his ve eylemden daha fazlası olup, kasıtlı olarak kullanılan bir politik iktidar aracıdır. Kısacası, aşağılama yere/toprağa, aşağı doğru bir itmedir. Bu zorlama toplumsal, kültürel, politik, psikolojik çerçeveye bağlı, incitici bir ihlal olarak düşünülmelidir. Dolayısıyla herhangi bir kişinin veya grubun haysiyetini düşürmeye yönelik bir girişim, tüm gruplara ve genel olarak insanlığa karşı aşağılayıcı bir davranıştır. Bu makalenin amacı; aşağılamayı genel olarak "hubris" kavramıyla, aşağısama duygusuyla ilişkilendirip aşağılamanın ne olduğunu açıklamak ve bununla birlikte, şeref ve haysiyet kavramlarından yola çıkarak aşağılama ve saygı kavramı arasındaki ilişkiyi eleştirel bir gözle analiz etmektir.

Anahtar Sözcükler: Aşağılama, aşağısama, haysiyet, saygı, şeref.

* Geliş tarihi: 21.12.2022 . Kabul tarihi: 28.01.2023

**İlker Özdemir, Doç. Dr. Çukurova Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Bilimleri Bölümü, ilkerozdemir@cu.edu.tr

Orcid no: 0000-0001-7148-1604

Tarık Özbek, Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Doktora

Öğrencisi, trkzbc.1871@gmail.com,

Orcid no: 0000-0001-6511-3960.

****Review Article*******Humiliation, Dignity and Respect******İlker Özdemir & Tarık Özbek^{3*4*}****Abstract**

Humiliation is one of the most important topics that have been discussed in different disciplines such as psychology, social psychology, philosophy, history, anthropology, and sociology since the early 1990s. The term in these disciplines is associated with emotions, namely victims' feelings, perpetrators' acts, and social processes. Common themes in the literature also involve the lowering of status, violation of dignity, self-respect or honour, and the abasement of pride. However, humiliation for us is about degrading or humiliating treatments performed by others. Humiliation, in other words, is not only an emotion but also an act and generally appears in having unequal powers in which humiliators have control over individuals, groups, such as a certain racial, ethnic, religious, gender minority, and nations. In addition, humiliation is more than a subjective feeling and action, it is an instrument of political power, wielded with intent. In brief, humiliation is a downward push, down to the ground. This push should be considered as a hurtful violation, depending on the social, cultural, political, and psychological framework. Therefore, any attempt to degrade the dignity of any person or group is a humiliating act against all groups and humanity in general. The aim of this article is to link humiliation with concept of hubris and the feeling of contempt in general, and explain what humiliation is, and however, to analyze the relationship between humiliation, and respect with a critical eye by starting from the concepts of honor and dignity.

Keywords: Humiliation, contempt, dignity, honor, respect.

* Received: 21.12.2022. Accepted: 28.01.2023

**İlker Özdemir, Assoc. Dr. Çukurova University, Faculty of Communication, Department of Communication Sciences, ilkerozdemir@cu.edu.tr

Orcid no: 0000-0001-7148-1604

Tarık Özbek, Ankara University, Faculty of Communication, Radio, Television and Cinema PhD Student, trkzbk.1871@ gmail.com,

Orcid no: 0000-0001-6511-3960.

Aşağılama, Haysiyet ve Saygı

Giriş

Gündelik hayatta ve ilişkilerde hemen her şeye sinmiş olan aşağılama; sözlüklerde tanımlandığı şekliyle, esas itibarıyla “aşağılamak eylemine” gönderme yapmaktadır. Örneğin Püsküllüoğlu (2008: 183) için aşağılama; “aşağılamak eylemi” ve aşağılamak da “birine karşı küçük düşürücü davranışlarda bulunmak, birini aşağı ve hor görmek ve bunu davranışıyla göstermek” anlamına gelmektedir. Hançerlioğlu (2007: 45) için “öteye geçmek, dağın eteğine inmek, yükselmek, üste çıkmak, doruğu aşmak, bağ, kenet, bitişirme, yapıştırma, ekleme” gibi manalara sahip “aş”tan türeyen aşağılamak; 1) “onur kırmak, onuruna dokunmak”; 2) “değerinden düşük göstermek”; 3) “küçültücü davranışlarda bulunmak, hor görmek”tir. İngilizceden dilimize aşağıla(n)ma diye çevrilebilen *humiliation* ise Latince *humilis* (alçak) ve *humus* (kara toprak) ile *homo* (insan) sözcüklerinden gelmekte ve hem aşağılama eylemini (birinin kibrini veya şerefini kırmayı, özdeğerden yoksun bırakmayı) hem de aşağılanma hissini (utanç veya özsaygı kaybını) ifade etmektedir (Lindner, 2006: xiv; Miller, 1993: 173).

Sözlüklerdeki olası açıklamaları bir kenara bırakırsak aşağılama; insanlarda genel olarak utancın, öfkenin, nefretin, hıncın yanı sıra, şeref ve haysiyet kaybına neden olabilecek her türlü kötü muameleyi ve kaba ifadeleri içermektedir. Günümüz toplumlarına özgü olmayan böylesi davranışların izlerini Sümer, Antik Yunan gibi eski uygarlıkların söylencelerindeki anlatılara kadar takip etmek mümkündür. Huizinga (2006) bu tür eylemleri, oyun bağlamında incelemekte ve bunlara neredeyse bütün kültürlerde, örneğin Amerika'nın kuzeybatı kesimindeki yerli topluluklar arasında potlaç, Eskimolarda davul ve şarkı yarışmaları, Çinlilerde cömertlik ve tahribat yarışmaları, İslamiyet öncesi Araplarda muhakkare (itibar yarışmaları), Yunanlarda *iambos* (küçümseme) adı altında rastlandığını belirtmektedir. Bu oyunlar şeref ve prestijin korunmasına yönelik türküler, söylevler, şiirler, eleştiriler, alaylar, atışmalar, fıkralar ve malvarlıklarının imhası şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Örneğin potlaç, iki grubun gösteriş için birbirlerine armağan vererek, diğeri karşısında üstünlük elde etmesidir. Söz konusu üstünlük, zenginliklerin cömertçe bağışlanması dışında, varlıkların tahribi yoluyla da sağlanmaktadır (Huizinga, 2006: 84–85). Yani “[...] rakipleri ezmek için, alçaltmak için” (Mauss, 2018: 151), klanı temsil eden şefler veya

aile üyeleri; sahip oldukları her şeyi tüketerek, parçalayarak, yakarak veya nehre atarak malların önemsizliğini ve dolayısıyla diğerlerinin hiçe sayıldığını anlatmış olur. Bahşedilen armağanlar iade edilmezse ya da ortadan kaldırılmazsa ne olur? Mauss (2018: 158) potlaç vermeyen bu tür kişilere, örneğin Kwakiutl ve Haida soyluları için “çürük surat” dendiğini belirtir. Oyuna katılmayı reddedenler veya aldıklarının karşılığını tam olarak vermeyenler için kullanılan bu tabir, mananın (yüzün), itibarın, şerefın kaybı; bireyin “adının ağırlığını kaybetmesi” (Mauss, 2018: 163) ve klanı üzerindeki otoritesinin sarsılması anlamına gelir. Bu aşağılanmayı, yani “ezik olmayı” ortadan kaldırıp manayı kazanmanın, topluluk içinde yeniden övülmenin veya saygı görmenin tek yolu ise herkesten daha büyük bir potlaç düzenlemektir. Böylelikle herkesten daha üstün olduğu kanıtlanmaktadır. Huizinga (2006: 90) için bu, soyut bir fikre karşılık gelmeyen; “bir soyun değer, yetenek ve yetkinlik tercihine denk düşen [ve] güç, cesaret, zenginlik, kişisel malların yönetimi, iyi âdetler, kentli yaşam tarzı, kibarlık, cömertlik, gönül yüceliği ve ahlaki yetkinlik” anlamındaki erdemle ilişkilidir. Metnin devamında yazar, Aristoteles’in “şerefe erdemin ödülü adını verdiği” ve şunu aktardığını belirtir: “İnsanlar, kendi değerleri ve erdemleri konusunda ikna olmak için şeref elde etmek isterler. Yargılama yeteneğine sahip olanların, değerlerinden ötürü şeref bahşetmesini isterler” (Huizinga, 2006: 91). Bu nedenle, modern öncesi neredeyse tüm toplumlar veya kültürler manayı –şeref, soyluluk, şan– kaybetmemek için potlaç gibi yarışmalar düzenler ve katılımcılar da bu yarışmalarda erdemli olduklarını sergilemek, sahip oldukları yüksek mertebeyi korumak için rakipleriyle sözel ve sözel olamayan yollarla mücadele ederler.⁵

Bu durum günümüzde, geleneksel ve sosyal medyada olduğu kadar, gündelik hayatta, kişiler–gruplar arası ilişkilerde ve hatta politik söylemlerde de gözlemlenmektedir. İnsanlar bazen karşılıklı bazen de tek taraflı veya bir gruba yönelik aşağılamalarda bulunarak karşı tarafın saygınlığını ortadan kaldırmaya

⁵ Bu yarışmalar veya aşağılamalar T.B Veblen’in (2017) deyişiyle “gösterişçi tüketim” üzerinden günümüzde de sürmektedir. Ona göre elit ya da “aylak sınıf”ın maddi rekabet ve boş zaman olmak üzere iki unsuru bulunmaktadır. Bunlar da onların hayatlarını rahat yaşamalarına, kendilerine vakit ayırmalarına yol açmakta ve aşağı tabakanın dikkatini çekecek şekilde gösterişçi tüketimle sergilenmektedir. Tüketime ilişkin bu yaklaşımı Bourdieu (1984), üst ve orta sınıf Fransızlar üzerinden inceleyerek sürdürür. Veblen gibi onun için de tüketim, söz konusu sınıfların kendileriyle başkaları arasında bir ayırım oluşturmak için başvurduğu bir stratejidir. Her iki yazar da aristokratik anlayışın geçmişten bu yana farklı biçimler altında devam ettirildiğini ve şeref edinmenin her şeyden daha önemli olduğunu vurgular. Dolayısıyla, kabile reisi servetini başıslayarak veya yok ederek rakibini, burjuva da gösterişçi bir tüketim içine girerek yoksulları aşağılar ve böylelikle şereflerini, mertebelerini korumuş olurlar.

çalışmaktadır. Başka bir ifadeyle, genellikle toplumun hâkim kesimlerince, tâbi olanlara yönelik sözel ve sözel olmayan davranışlara işaret etse de aşağılama, aynı zamanda sözlerin, mimiklerin ve her türlü aşağılayıcı eylemlerin karşılıklı değiş tokuşunun da bir anlatımıdır – ki bu bağlamda konu ilkiyle sınırlandırılmaktadır. Aşağılama genel olarak bir kişiye veya bir guruba izleyici/dinleyici kitlesinin önünde, onların kimi zaman zorla toplumsal haysiyetlerini ya da saygınlığını zedelemeyi, utandırmayı hedefleyen görsel içerikler, sözlü-yazılı ifadeler, ayrıca mimik ve jestler dâhil olmak üzere bütün aşağılayıcı davranışlar şeklinde tanımlanmakta, ancak salt bir eyleme veya ifadeye indirgenmemekte; kültürel, toplumsal bir inşa olan aşağısıma duygusuyla ilişkilendirilmektedir.⁶

Aşağıla(n)mayı Kavramsallaştırmak

Sosyal bilimler yazınında 1990'lı yıllardan bu yana, başta psikoloji olmak üzere sosyal psikoloji, felsefe, tarih, antropoloji, sosyoloji, uluslararası ilişkiler gibi farklı disiplinler içinde tartışılmalı aşağıla(n)ma, araştırmacılar tarafından genellikle his veya duygu olarak ele alınmaktadır (Elison ve Harter, 2007; Goldman ve Coleman, 2008; Jacobson, 2013; Klein, 1991; Koestenbaum, 2011; Lazare, 1987; Lindner, 2006; McCarley, 2009; Margalit, 1996; Miller, 1993; Neuhäuser, 2011; Nussbaum, 2004; Reyles, 2007; Silver vd., 1986; Statman, 2000; Steinberg, 1991; Taylor, 1985; Trumbull 2008). Örneğin Taylor (1985: 1) ve Miller (1993: x) için aşağılanma, “öz-değerlendirme duygusu”, Lindner (2006: xiii-xiv) için “duyguların atom bombası” ve Trumbull (2008: 643-660) için “saygısızlık travması”dır. Bu bağlamda aşağılanma; kapitalist bir toplumda ayrımcılığa uğrayan, dışlanan, yoksullukla mücadele eden insanlar; işkence mağdurları; devlet kurumlarında üstleri tarafından veya savaşta kötü muameleye maruz kalanlar; tecavüze, soykırıma, linçe uğrayanlar vb. tarafından deneyimlenen bir duygudur. Dolayısıyla terörizmin (Lindner, 2001), uygarlıkların

⁶ Günümüzde yeni ırkçılık biçimleri artık kültürü öne çıkararak kendine yer edinmekte ve ırkçılık ötekini mutlak bir aşağılama üzerinden işlemektedir. ırkçılığın geniş tanımı, azınlıkları tüm dışlama ve aşağılama biçimlerini içerir. Kültürel farklılıkların aşılabilirliğinden yola çıkan ve Balibar'ın “yeni ırkçılık” olarak adlandırdığı bu yeni biçim gruplar arasındaki farklılıkları ve eşitsizlikleri tarihsel ve kültürel değişimlere bağlayarak insanları bir kültüre hapsederken, kendi kültürüne dahil olmayanları dışlamayı ve aşağılamayı ifade etmek üzere kullanılmaktadır. Klasik, «eski» ırkçılık ırksal üstünlüğe dayalı davranış kalıpları ile kurulurken bugünün ırkçılığı kültüre odaklanmaktadır. Irk yerine kültürün hiyerarşik olarak sınıflandırılması söz konusudur ve gruplar arası eşitsizliklerin nedeni olarak aşağılık ve alttaki grupların çalışma ahlakı, kendine güven, kendini disipline etme ve bireysel başarı gibi değerler konusundaki yetersizliği gösterilir. Azınlıkların konumunun daima aynı kalması onların gayretlerinin yetersizliği ve aile yapılarının gevşekliği ya da uygunsuz değerlere sahip olmaları ile açıklanır ki, tüm bunlar kültürel olduğu kadar toplumsal, politik ve psikolojik aşağılama olarak da ifade edilebilir (Bkz. Balibar 2000 ve Keneş, 2012).

çatışmasının (Moïsi, 2009), gruplar arası (Ginges ve Artan, 2008) ve kişilerarası saldırganlığın (Elison ve Harter, 2007), silahlı okul baskınlarının (Harter vd., 2003), intiharın (Klein, 1991), depresyonun (Kendler vd., 2003) temel haznesidir.

Bununla birlikte aşağılanma, alan yazınında psikolojik ve normatif olmak üzere iki şekilde kavramsallaştırılmaktadır. Psikologlar için aşağılanma, ideal benlik hedefine –beklentilere, arzu edilene, ahlaki açıdan gerekli olana– uygun yaşadığında ya da yaşanmadığında ortaya çıkan utanç, suçluluk, mahcubiyet, gurur gibi negatif öz-bilinçli duygular ailesinin bir üyesi olarak görülmektedir (Tracy vd., 2007). Bazı araştırmacılar ise aralarındaki bir dizi benzerlikten dolayı aşağılanma ile utancı bir arada kullanmakta veya birincisinin, diğerinin bir çeşidi olduğunu belirtmektedir (Lewis, 1987; Nathanson, 1992; Nussbaum, 2004; Scheff ve Retzinger, 1991; Tomkins, 1963). Yani benliğin bir yönünden ziyade bütünü etkileyen aşağılayıcı veya utanç verici olayların bilişsel açıdan bir değerlendirmesinin yapılması neticesinde aşağılanma ve utanç duygularının ortaya çıktığını iddia etmektedirler. Bu değerlendirmelere ise yüzde kızarma, yerin dibine geçme veya görünmez olma, küçük ve önemsiz hissetme, kaygılanma, öfkelenme gibi bedensel ve duygusal değişiklikler ve tepkiler eşlik etmektedir (Elshout vd., 2016; Klein, 1991; Lazare, 1987; Lewis, 1987). Aralarındaki bu benzerliklere rağmen, aşağılanmanın utançtan çok farklı olduğu da dile getirilmektedir (Gilbert, 1997; Hartling ve Luchetta, 1999; Jackson, 2000; Klein, 1991; Miller, 1993). Örneğin Miller (1993), utancın aksine aşağılanmayı, kişinin gösteriş iddialarının sona ermesiyle ve şerefle yakından ilişkili olarak ele almakta; ayrıca aşağılanma duygusunun iki türünden bahsetmektedir: Küçük “a” ile yazılan aşağılanma ve büyük “A” ile ifade edilen aşağılanma. İkiyle yazar, gündelik hayat ilişkilerinde sıkça karşılaşılan gülünç (ör. Verilen armağanın muadilinin alınamadığı) olaylar karşısında deneyimlenen ve ikincisiyle de tecavüz, işkence, savaş, yoksulluk, ayrımcılık vb. durumlarda yaşanan hisleri kastetmektedir. Ona göre “[u]tanç, kişinin olması gereken şeye uygun yaşamamasının sonucuysa, aşağılanma da kişinin hak etmediği şeye göre yaşamaya çalışmasının sonucudur (Miller, 1993: 145). Scheler (2021: 19) bunu bir örnekle açıklamaktadır: Bir yangında çocuğunu kurtarmak için iç çamaşırlarıyla veya çıplak koşan bir anne, çocuğunu kurtarır kurtarmaz kendisinde bir şeylerin eksik olduğunun farkına vararak –yani kendine dönüşle birlikte– utanmaya başlar. Dolayısıyla utanç, toplumsal bir ihlalden –birine söylenen yalanın açığa çıkmasından– sonra beliren

veya kişisel bir eksiklikten –karakter, fiziki nitelikler ve benzerlerinden– kaynaklanabilir. Bu gibi durumlarda kişi; gerçek, hayali veya içselleştirilmiş bir izleyicinin denetleyen bakışlarına maruz kaldığını hissederek kendinden utanmaya başlar. Yani utanan biri bu hissini asıl nedenini, başkalarının kendisine yaptıklarında değil; aksine kendi kusurlarında, yetersizliklerinde aramaktadır.

Buna karşın aşağılanma, başkalarınca gerçekleştirilen aşağılayıcı muamelelerin neticesinde deneyimlenen, yoğun, acı verici bir histir. Söz konusu örneğe dönüp, annenin siyahi olduğunu ve Amerikalı bir beyaz tarafından tecavüze uğradığını tasavvur ettiğimizde, aşağılanma teorisyenleri bunun tam anlamıyla aşağılayıcı bir olay olarak değerlendirilmesi gerektiğini varsayacaktır. Bu durumda anne, utançtaki gibi kendini suçlamaktan çok, başkasını suçlama eğiliminde olacaktır (Gilbert, 1997; Jackson, 2000; Klein, 1991; Miller, 1993). Dolayısıyla anne, kendi benliğine dönme veya içe kapanma (yerin dibine geçme, gizlenme arzusu) yerine; sıklıkla dışarıya odaklanma ve düşmanlık (öfke ve intikam arzusu)⁷ yönünde eğilimler geliştirecektir (Elison ve Harter, 2007; Fattah ve Fierke, 2009; Gilbert, 1997; Hartling ve Luchetta, 1999; Jackson, 2000; Klein, 1991; Lacey, 2011; Lindner, 2006; Torres ve Bergner, 2010; Trumbull, 2008). Örneğin Elison ve Harter (2007), Amerika’da 1996–2007 yılları arasında medyada yer alan haberlerden yola çıkarak, silahlı okul baskınlarına katılan saldırganların, geçmiş yaşamlarında akranlarınca alay edildiklerini, kızdırıldıklarını, taciz edildiklerini, zorbalığa maruz kaldıklarını, ilgi duydukları birilerince reddedildiklerini, başka öğrencilerin önünde bir öğretmen veya okul yöneticisi tarafından küçük düşürüldüklerini anlatır. Bu saldırıları gerçekleştirenlerin tamamının intikam arayışında, beyaz, orta sınıftan kişiler olduğunu belirten yazarlar; iki öğrenciyi öldürüp yedi kişiyi yaralayan bir failin sözlerini şu şekilde aktarmaktadır: “Benim gibi insanlara her gün kötü muamele edildiği için onları öldürdüm” (Elison ve Harter, 2007: 312). Bu bağlamda aşağılanma Klein (1991: 94) için, “[...] başkalarınca gerçekleştirilen bir tür alay, hor görme, aşağısama veya diğer aşağılayıcı muamelelerdir.” Hartling ve Luchetta (1999: 264) için, “haksız bir şekilde itibarsızlaştırılmış, alaya alınmış veya küçümsenmiş –özellikle kişinin kimliğinin alçaltılmış veya değeri düşürülmüş olmasıyla ya da kendini o şekilde algılamasıyla ilişkili– derin bir duygu”dur.

⁷ Bu dışa yönelme, “aşağılanmış öfke” veya “utanç-öfke sarmalı” diye de tanımlanmaktadır (Scheff ve Retzinger, 1991).

Öte yandan birçok filozof aşağılanmayı normatif bir çerçevede ele alarak öz saygı, eşitlik, tanınma, insan hakları ve haysiyetle ilişkilendirir (Margalit, 1996; Kaufmann vd., 2011). Örneğin Margalit (1996: 11) için aşağılanma, “[...] bir kişiye kendine olan saygısını zedeleyebilecek rasyonel nedenler sunan bütün davranış şekilleriyle koşulları”dır. Öz-saygının incinmesine yönelik davranışları da şu şekilde sıralamaktadır: “(1) insana canavar, makine veya insan değilmiş gibi davranmak; (2) temel kontrol kaybına yol açan [...] eylemleri gerçekleştirmek; (3) bir insanı ‘İnsanlık Ailesi’nden çıkarmak” (Margalit, 1996: 9). Başka bir ifadeyle aşağılanmayı, uygarlaşmış –vatandaşların birbirlerini aşağılamadığı– toplumdan ayırdığı makul – insanların kurumsal açıdan aşağılanmadığı– toplumla ilişkilendirmektedir. Bunu da yazar, her tür devletin aşağılayıcı olduğunu ileri süren anarşist konum ile hiçbir kurumsal eylemin aşağılanma hissine yol açamayacağını iddia eden Stoacı konuma karşı savunmaktadır. Tom Amca’nın hikâyesinden İsrail ordusuna yeni alınan askerlerin kekemeliklerinin taklit edilerek daha dayanıklı hale getirilmesine, Nazi Almanyası döneminde Yahudilere uygulanan eziyete, sömürge rejimlerinin hâkimiyeti altına aldığı insanlara yönelik aşağılayıcı davranışlara, Katharina Blum’un özel yaşamına medyanın müdahalesine, Fransız okullarında başörtüsünün yasaklanmasına, ikinci sınıf vatandaşlığa, medeni haklarda sistematik ayrımcılığa, Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) siyahi öğrencilerin ırkçı hakaretlere maruz kalmasına, mahkûmlara insanlık dışı muameleye, yoksulların darülaceze gibi yerlere gönderilmesine, İsrail’de istihdam edilen Arap işçilere veya ABD’deki Meksikalı göçmenlere işverenlerin kötü muamelesine vb. varıncaya kadar birçok örnek Margalit için makul bir toplumun izin vermeyeceği aşağılanma türleri arasındadır.

Bu anlatılanlar göz önüne alındığında, aşağılanma, his ya da duygudan çok; bizzat eylemle veya iktidarla (Leask, 2013) ilişkiliymiş gibi görünmektedir. Çünkü alan yazınındaki araştırmacılar genel olarak bir failin aşağılayıcı eylemleri veya grupların birbiriyle olan geçmiş ilişkileri üzerinden mevzuyu değerlendirmekte ve ardından da buna maruz kalanların aşağılanmış olma hislerini nesnelleştirmektedir. Bununla birlikte Lindner (2006: xiii-xiv), aşağılanma kavramının gündelik dilde üç farklı şekilde kullanıldığını öne sürmektedir: Eylem (söz veya edim), duygu ve süreç. Bununla ifade edilen, herhangi bir kimsenin kasıtlı veya kasıtsız bir şekilde eylemde bulunması ve bundan etkilenen kişinin aşağı konuma düşürüldüğünü hissetmesi ve her ikisinin, birlikte aşağılanma sürecini oluşturmasıdır. Böylelikle kavramı, aşağılayan

(iktidarını/gücünü kullananlar) ile aşağılananın (aşağı konumda kısılıp kalanların) bakış açılarından ayrı ayrı veya süreç olarak incelemek mümkündür. Dolayısıyla bu çalışma, konuyu aşağılanma hissiyle değil; Türkçeye genellikle “insanı suç işlemeye iteleyen ölçsüzlük, hırs ve kendine aşırı güven” (Erhat, 1996: 147) olarak çevrilen, Yunanca *hybris* (hubris=aşağılama) kavramıyla ilişkilendirmekte ve bunu da Aristoteles’in [1954] (1995) *Retorik* isimli eserine benzer bir şekilde ele almaktadır.

Şeyleri adlandırma konusunda maharetli olan Yunanlar, “bia” (şiddet) ve Antik Yunan filozof ve ozanların eserlerini dilimize kazandıran çevirmenlerin genellikle küstahlık veya kibir diye tanımladığı “hybris” arasında bir ayrıma giderler. “Bia” kavramı her şeyden önce fiziksel şiddeti, insanınkinin yanı sıra doğal güçlerin şiddetini ifade ederken; “hybris” ise bir kimsenin genellikle irrasyonel tutkulara kapılarak bir başkasını aşağılayıp şerefini sarsması anlamına gelmektedir. Bu tıpkı Huizinga’nın (20006) sövgü veya küçümseme ve potlaç benzeri yarışmalarda betimlediği gibidir; fakat aradaki temel ayrım, “hybris”in Antik Yunan gündelik hayatının ya da kültürünün bir unsuru olmasıdır. Öyle ki bu durum, “hybris”in söz konusu dönem yazarları tarafından değişik biçimlerde ele alınmasına neden olmuştur. Bu, modern araştırmacıların “hybris”e dair bakış açılarını da etkilemiştir.

Bunlardan biri olan Macdowell (1976: 15), “hybris”in her şeyden önce, Atinalılar arasında at, eşek, boğa, yılan, horoz gibi hayvanların saldırgan ruh halini nitelendirmek için kullanıldığını öne sürer. Bu bağlamda “hybris”, bir kimsenin kendinden geçecek şekilde, söz konusu hayvanların ruh haline bürünerek bir başkasına ölçsüzce davranmasıdır. Kişinin coşkunu ya da taşkın olma haline işaret eden “hybris”in gençlik, yaşlılık ve zenginlik dışında; doymuşluk, tokluk anlamına gelen, Yunanca “koros” sözcüğüyle ilişkilendirildiğini de belirtir. Yazar, “koros”un soyağacı konusunda ozanların bir anlaşmazlığa düştüğünü –örneğin Solon ve Theognis için “Koros, ‘hybris’i doğurur”, Pindaros için “hybris, ‘koros’un anasıdır” ve Heredotos’un aktardığı bir Bakhis kehanetinde ise “Koros, hubrisin çocuğudur”– ama bunun bir kısır döngü olduğunu vurgulayarak şöyle der: “Birisini eşek gibi çok yiyip içtiğinde ‘hybristes’ olur ve ‘hybristes’ olduğunda daha çok yiyip içmeye düşkünlük gösterir” (Macdowell, 1976: 15). Bununla birlikte “hybris”, Atinalı kızlara tecavüze kalkışan Pelagslardan söz eden Heredotos tarafından “hubristes”, yani şehvet düşkünü anlamında kullanılır. İlyada’nın giriş kısmında Agamemnon ile Akhilleus

arasında geçen bir olaya değinen Homeros (2014), sonrakinin ganimeti olan Briseis'in, ilki tarafından alınmasını "hybris" olarak adlandırır. Burada söz konusu olan, Aristoteles'in (1995: 99) altını çizdiği gibi, savaşta elde edilen ganimetin ekonomik yararından ziyade "onur payı"dır – ki bu kişinin topluluk içindeki statüsüne karşılık gelmektedir. Başka bir ifadeyle bu, yağmacılıktan sağlanan ödülün veya ayrıcalıktan mahrum edilen bir kişinin şereften yoksun bırakılmasıdır. Yine Homeros, *İlyada*'da (2014) Menelaos'a, Troyalıların savaşa "doymak bilmez" olduğunu söyletirken "hybris"i, savaşmak veya insanlara fiziksel zarar vermek manasında kullanır. Ayrıca Macdowell'e (1976: 18) göre "hybrizein" fiiline geçişli olarak yer veren sonraki dönem ozanlar, bu sözcükle birine yumrukla vurmaya veya birini yaralamaya ya da öldürmeyi kastettiklerini ifade eder. "Hybris" bunların yanı sıra, Aristophanes, Pindar, Platon ile Sophokles'in eserlerinde sözlerden ve şamata dan veya sarkastik ve ironik şarkılardan oluşan bir kategoriyi temsil etmektedir. Örneğin Pindar, "hybris"i gözüpek konuşmacı veya şamatacı olarak tanımlar ve "hybris" ile "hybrizein"; genellikle bir başkasıyla alay eden, ona gülen, onun hakkında şaka yapan veya sadece kaba davranan bir kişi için kullanılır. Bu bağlamda Aristophanes'e atıf yapan yazar, bir kimseye manav olduğunu söylemenin kaba bir şaka olduğunu anlatır (Macdowell 1976: 20-21).

Böylelikle Macdowell (1976: 21), "hybris"i, kişinin sahip olduğu güç veya enerjii kendi keyfi doğrultusunda kötüye kullanması olarak tanımlar. Bu bağlamda "hybris" in her zaman kötü ve kasıtlı olduğunu, bir kurbanı gerektirdiğini; ama bunun da zorunlu olmadığını, dini bir mesele şeklinde ele alınmaması gerektiğini, kişinin tanrılara karşı gelmesi olarak anlaşılamayacağını; nedenleri arasında gençlik, zenginlik, aşırı yemek yemek ve içki içmek olmasına rağmen, bunların sonucunda gerçekleşmeyen eylemleri ifade ettiğini ve şeref kaybıyla da ilgili olmadığını belirtir (Macdowell, 1976: 21). Genel olarak yazarın "hybris"i, herhangi bir eylemden çok; kişinin içinde bulunduğu düşünce ve hâletiruhiye şeklinde betimlediğini söyleyebiliriz. Buna karşın Aristoteles'in [1954] (1995) *Retorik* isimli kitabında "hybris" in ele alınışı oldukça farklıdır.

Aristoteles'e (1995: 37) göre retorik; "belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi"dir. Yani retorik bilim olmadığı gibi bilgiyi öğretme yöntemi de değildir; sadece ikna etmek onun biricik hedefidir. Bunun da logos, pathos ve ethos olmak üzere üç unsuru vardır. Bunlardan ilki dille, ikincisi dinleyicinin duyguları veya

duygulanımlarıyla ve üçüncüsü de hatibin erdemiyle ilişkilidir. Filozofun bu sınıflandırmayla, insanın rasyonel ve rasyonel olmayan yönlerini öne çıkarmasının dışında, konuşmayı iletişimle ve retoriği ise iletişimsel politik eylemle; diyalektik, etik ve politikayla bir tuttuğu söylenebilir. Bununla birlikte, bizim için asıl önemlisi, Aristoteles'in (1995: 98) "pathe" (pathosun çoğul hali) dediği; "insanları, yargılarını etkileyecek kadar değiştiren ama aynı zamanda acı ya da zevkle birlikte olan duygulardır. Öfke, acıma, korku, hoşlanma ve benzeri şeylerle bunların zıtları gibi." Onun için duygular, bilişin formları, yani kişinin herhangi bir şeye dair yaptığı değerlendirmelerdir. Örneğin hatip öfkeyi kullanarak dinleyicisini öç almaya yönlendiriyorsa kişiler arasında çatışmayı tetikliyor – ki bu aslında filozofun amaçlarından biri değildir, aksine o, öfkenin haklı veya haksız gerekçelerinden yola çıkarak bir uzlaşımı sağlamaya çalışır. Bu bağlamda Aristoteles duyguları, bir kişinin duygulanıma girmesi ve bunun yöneldiği nesnesini bir kenara bırakırsak, nedenleri bakımından inceler. Dolayısıyla öfke, "bir insanın kendisiyle ya da arkadaşıyla ilgili şeye haksız yere yönetilmiş apaçık bir saygısızlıktan dolayı apaçık bir öç almaya [yönelik?], acı eşliğinde bir dürtü" (Aristoteles, 1995: 98) olarak tanımlanır ve metnin devamında bu duygunun, yapılan veya söylenenleri karşı tarafa ödetmek –intikam almak– beklentisiyle harekete geçildiğinde zevki doğurduğu da belirtilir.

Söz konusu tanımlamadan hareketle filozof, öfkenin nedenine geçerek küçümsemeden (*slighting*) bahseder. Ona göre küçümseme, bir şeyin önemsiz olduğuna ilişkin bir kanıdır. Bunun, her biri diğerinden daha kışkırtıcı olan üç biçimi bulunmaktadır: Hor görme (*contempt*), garaz (*spite*) ve küstahlık (*insolence*). Bunlardan ilki, kişinin nesnesine karşı bilinçli olarak kayıtsız kalması veya nesnesiyle kendisi arasına mesafe koymasıdır. İkincisi, "başkasının bir şey elde etmesinin önüne geçmek için onun arzularını engellemektir." Aristoteles'in nazarında bu, kişinin kendisi için bir şey hedeflememesinden kaynaklanır ve o şeyin kişiye ne iyiliği ne de kötülüğü dokunur. Üçüncüsü ise kişiye bir şey yapmak için değil, getireceği zevkten dolayı kurbanda utanç duygusuna yol açacak şeyler yapmak veya söylemektir. Metnin devamında filozof; "[k]üstah insanın aldığı zevkin nedeni, başkalarına kötü davranırken kendini onların çok üstünde" (Aristoteles, 1995: 99) görmesidir der ve Akhilleus'un öfke içinde şunları söylediğini ekler: "Aldı onur payımı, küçük düşürdü beni ve [k]oydu her şeyden yoksun bir yabancı yerine".

Macdowell'ı eleştiren Fisher (1976: 182), Aristoteles'in "hybris"i olgunlaşmamış gençlerin, servetlerinin gücüyle gözleri kamaşmış zenginlerin, başarılı ve özgüvenli kişilerin aşağılayıcı ve onur kırıcı davranışları arasında gördüğünü vurgular. Bu tür davranışlar yazara göre, filozofun belirttiği gibi, bir kimsenin şerefini sarsıp o kişide utanca ve dolayısıyla aşağılayanın bundan büyük bir haz alarak kendisini aşağılanandan üstün görmesine yol açar. Bunun sonucu olarak da aşağılanan, intikam almaya yönelik bir eğilim geliştirir. Bu nedenle Fisher (1976), kavramı Macdowell'in ifade ettiği gibi hâletiruhiyeyle değil; aksine aşağılamayla, yani şeref kaybına neden olan muamelelerle ilişkilendirir. O halde şunu sorabiliriz: Ne türden kötü muameleler, kişileri veya grupların şereflerini yerle bir eder? Fisher (1976), Aristoteles'in yanı sıra diğer antik dönem ozanlarının eserlerini inceleyerek, kısmen de olsa bir aşağılama tipolojisi çıkarır. Buna göre, sözlü ve yazılı olanların dışında cinsel taciz, tecavüz, baştan çıkarma, arkadaşlar arasında yapılan kaba hakaretler, alay, şaka; birini dövme, kırbaçlama, yaralama veya öldürme; bir şehri istila etme; kişinin mallarını gasp etme; kölelerin, kadınların veya çocukların yanı sıra vatandaşların yargılarına ya da yöneticilerine karşı itaatsizliği veya isyanları; bir kimsenin onur payını alma ve benzeri birçok kasıtlı davranış aşağılama kapsamındadır (Fisher, 1976: 183-190). Bu durum, aşağılanmayı (*humiliation*) duygu şeklinde ele alıp etkilenenlerin (mağdurların) hislerini nesneleştiren araştırmacıların açıklamalarından oldukça farklı olduğu gibi doğrudan doğruya bir faille ve iktidarla ilişkilidir. Dolayısıyla, aşağılanma teorisyenlerinin inceledikleri konuları "hybris" başlığı altında değerlendirmek mümkündür. Söylenen ve yazılan şeyler olduğu kadar yapılanlar da (ayrımcılık, dışlama, damgalama, işkence, linç, yoksulluk, sömürü, tanımama veya yanlış tanıma, bir ülkenin diğerini işgal etmesi vb. örnekler de) birer "hybris" ya da aşağılamadır. Çünkü *humiliation* teorisyenleri vurguyu, Aristoteles'in yaptığı gibi, aşağılananların genel olarak şeref, gurur, öz-saygı, saygı ve haysiyet kaybına kaydırır. Bu konulara girmeden önce, Aristoteles için küçümsemenin⁸ bir biçimi olan aşağılamayı, biz burada aşağısama duygusu doğrultusunda ele alacağız.

⁸ Küçümseme ve aşağısama (hor görme) kavramlarını, dilimizde birbirinden ayırt etmek neredeyse imkânsızdır.

Aşağısama Duygusu

Aristoteles'in *Retorik*'te bahsettiği Akhilleus'un aşağılanması, doğrudan bir eylemin sonucu değildir. Bunun temelinde, aristokratların başkalarına tepeden bakmasının nedenlerinden biri olan aşağısama (*contempt*) diye bir duygu bulunmaktadır ki filozof, buna *Retorik*'in dışında, başka yapıtlarında erdem etiği kapsamında yer verir ve "yüce gönüllülük" veya "yüce gönüllü insan" kavramlarından bahseder. Aristoteles (1997: 35) için yüce gönüllülük, "[o]nur ile onursuzluk konusunda orta olma" halidir ve "aşırılığı kendini büyük görme, eksikliği ise kendini küçük görmedir." Yani kişi (yüce gönüllü insan) ne alçakgönüllü olmalı –değerini küçültmeli– ne de kendini olduğundan yüksekte göstermelidir. Aslında yüce gönüllü insan bir aristokrattır; başkalarına göre üstün, özgüveni tam ve hatta kibirli bir kişidir. Hayatını sürdürmek için çalışmak zorunda olmadığı gibi, küçük işlerin de adamı değildir. Bu nedenle, onurlu işlerle uğraşmak, tehlikeleri göze almak, kimseden bir şey istememek ve benzeri şeyler onun biricik niteliğidir. Aristoteles (1997: 77-78) bu insanı şu şekilde tanımlamaktadır:

Yüce gönüllü kişi haklı olarak küçümser (çünkü kanıları doğrudur), çoğunluk ise gelişigüzel. [...] yüksek mevkideki ve talihli kişiler karşısında büyüklük göstermek ve orta hallilere karşı alçakgönüllü olmak da yüce gönüllünün özelliğidir; çünkü onlardan üstün olmak zor ve ciddî bir şeydir, oysa berikilerden üstün olmak daha kolaydır ve onlar karşısında böbürlenmek soyluca olmayan bir şey değildir; oysa daha aşağı kişiler karşısında bu ayıp bir şeydir – bu tıpkı güçsüz kişiler karşısında kuvvet gösterisi yapmak gibidir. [...] Dostundan başkasına muhtaç yaşayamaz, çünkü bu kölece bir şeydir; bunun için bütün dalkavuklar köle gibidir, bütün aşağılık insanlar da dalkavuk. [...] Meyvesini alacağı, işe yarar şeylerden çok, güzel ve meyvesini almayacağı şeyler edinme eğilimindedir, nitekim bu, kendine yeter bir kişiye daha uygundur.

Genel bir ifadeyle, yüce gönüllü insan, asla sınırlarının dışına çıkmamalı, adı addettiği veya aşağı tabakanın ilgi gösterdiği şeylerden ya da yapmak zorunda olduğu işlerden uzak durmalıdır. Onun en önemli özelliği, sıradan insanlar gibi hareket etmeyip, çok az şeyin etkisi altında kalmasıdır. Aristoteles'in kullandığı şekliyle bu aşağısama, Carroll'a (2019: 349) göre bir duygu veya tutku değil; yüce gönüllü insanın akli çelen iyilere (zengin olmaya, şöhret peşinde koşmaya vb.) karşı kayıtsızlığını veya ölçülü davranmasını ifade etmektedir. Dolayısıyla bu da kişilerin tutkularına tâbi olmak yerine hükmetmesi gerektiğini düşünen; tıpkı bilge insanın,

bilge olmayanların iyi veya kötü olarak kabul ettiği şeyleri küçümseyen Stoacıların tavrına benzemektedir.

Günümüz sosyal bilimler veya felsefe yazınında nadiren ele alınan aşağısıma, modern zamanlarda, bilhassa Descartes'le birlikte bir duygu haline gelir (Carroll, 2019). İnsanın kıyaslama yapan bir varlık olduğunu düşünen Descartes (2020: 57), hayret edilen nesnenin büyüklüğü veya küçüklüğünün takdiri/saygıyı ve hor görüyü oluşturduğunu ve bunların da gönül yüceliğini ya da gururu ve alçakgönüllülüğü doğurduğunu belirtir. Bu düşünceye eserinin başka bir yerinde tekrar dönerek, saygı ve hor görmenin bir tutku olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceğine dair şüphesini dile getirir; ancak bunların birer duygu olduğunda da ısrar eder (s. 123): “[...] hor görme tutkusu, ruhun küçümsediği şeyin alçaklığını ya da küçüklüğünü gözden geçirme eğilimidir, bu küçüklük fikrinin kuvvetlendiren can ruhlarının bir hareketi sonucu meydana gelir.” Başka bir ifadeyle Descartes, saygı ve hor görmenin fikir olarak başlayabileceğini; ama buna bir tutkunun eşlik ettiğini savunur. Saygı/hürmet ve hor görmenin iyi veya kötü kullanışı bakımından bir işlevi bulunduğunu da vurgular (s. 134). Carroll (2019: 13) bunu şu şekilde ifade eder: İlki, bizi Tanrı'ya boyun eğmeye ve otorite karşısında alçakgönüllü olmaya yönlendirdiği; ikincisi ise bazı ahlaksızlıklara ya da onur kırıcı alışkanlıklara tepeden bakmaya teşvik ettiği için yararlıdır. Örneğin cimri, paraya aşırı düşkün olduğu için aşağılıktır ve dolayısıyla hor görülmelidir.

Bununla birlikte, başta psikologlar olmak üzere birçok modern araştırmacının, aşağısıma duygusunun temel mi yoksa karışık mı veyahut ayrık mı olduğu sorusu karşısında kafası karışıktır. Örneğin Plutchik için (1980) aşağısıma, öfke (*anger*) ile iğrenmenin (*disgust*) bir karışımıdır; Lazarus için (1991) öfkenin bir biçimidir; Ekman ve Friesen için ise (1975) sadece bir tür iğrenmedir ancak daha sonra başlı başına temel bir duygu olduğu sonucuna varırlar. Başka bir çalışmada Ekman ve Friesen (1986), aşağısımanın yüzdeki bir ifadesi olan dudağın tek taraflı kıvrılmasının farklı kültürlerde de olduğunu vurgular. Aşağısıma esas itibarıyla “gerek sırtarak, gerek küçük görerek, gerek burnunun üstünden bakarak ya da umursamazca arkasını dönerek” (Watt Smith, 2018: 41) veya “tepeden bakarak” (Solomon, 2007: 322) belirtilen aristokratik bir duygudur. Bu, esasında kişinin kendi nitelikleriyle başkalarının sahip olduğu nitelikleri kıyaslamamanın bir sonucudur. Böylelikle aşağısıyan kişi, karşısındakiyle kendi arasında bir mesafe oluştururken bir üstünlük

iddiasında bulunur ve kendisini statü, prestij ya da rütbe bakımından yukarıda; başkalarını ise aşağıda görerek, onlara karşı soğuk bir aldırılmazlık içinde olur (Haidt, 2003; Miller, 1995; Rozin vd., 1999).

Öte yandan aşağısamanın uç biçimi, Solomon'un (2007: 322) vurguladığı gibi, "insanın daha alt seviyedeki varlıklarla" özdeşleştirilmesidir. Bu bağlamda Canetti'nin (2010: 271) Alman faşizmine dair ifade ettiği şey, başta aşağısama olmak üzere haset, hınç, iğrenme, nefret vb. duygularla da ilişkilidir: "Yahudiler [ve diğerleri] önce kötü, tehlikeli ve düşmanlar olarak görülerek onlara saldırıldı; sonra daha da değersizleştirildiler, [...] son olarak sözcüğün tam anlamıyla, milyonlarcası cezalarını çekerek yok edilecek haşarat muamelesi gördüler." Anlaşıldığı üzere bu aşağısama, bir kimsenin veya bir grubun değer yargılarına, ahlaki anlayışına, ideolojisine veya genel olarak kültürüne yönelik bir kayıtsızlık hali değil; aksine onun düşmanca bir dışavurumu veya biçimi olan aşağılamadır.

Topluluk/Toplum Önünde Aşağıla(n)ma

Aşağılama, genellikle bir tarafın küçültücü davranışlarda bulunduğu ve diğer tarafın da buna boyun eğdiği –ilkinin mutlak bir güce sahip olduğu; ikincisinin de kendisini aciz hissettiği ve öz-güven, haysiyet, şeref kaybına uğradığı– iki kişilik bir oyun şeklinde düşünülebilir. Gerçekten de bu tür bir iletişimle, başta gündelik hayat olmak üzere birçok ilişkide sıkça karşılaşılmaktadır. Bununla birlikte aşağılama, sadece aşağılayan (*humiliator*) ve kurban (*victim*) ikiliğine indirgenemez. Bu iki terim arasında aşağılanmanın etkisini artırıp kurbanda derin bir yaranın açılmasına neden olan bir üçüncü kişi vardır. Klein (1991: 101) bu üçüncü kişiyi, aşağılayan ve kurban arasındaki aşağılayıcı davranışları gözlemleyen ve bunun bir aşağıla(n)ma olduğunu fark edenleri tanık olarak adlandırmakta ve her üçünün de gündelik hayat ilişkilerinde bu üç konumda bulunabileceğini belirtmektedir. Söz konusu yazarın anlatısı dâhil olmak üzere birçok çalışmada, herhangi bir hedefin değer düşürümüne tanık olan üçüncü kişilerin varlığı aşağıla(n)mada önemli bir unsur olarak görülmektedir (Elison ve Harter, 2007).⁹

Aşağıla(n)manın bu şekilde betimlenmesi, Garfinkel'in (2016), aktörün kamusal kimliğinin kişisel iletişim yoluyla daha alt bir konuma düşürüldüğü "statü

⁹ Bununla birlikte, Lazare'nin (1987) doktor ve hasta arasında meydana gelen kişisel etkileşimlerdeki aşağıla(n)ma örneklerinin gösterdiği gibi, bir tanığın gerekli olmadığı durumlar da söz konusudur.

itibarsızlaştırma” ritüeline benzemektedir. Ahlaki infiale neden olanların bir topluluk önünde göründükleri gibi biri olmadıklarının ritüele katılanlara, yazarın deyişle “itham eden (tanıklar) ve itham edilen iştirakçi” veya faile gösterilerek ikincisinin yaptıklarından utandırılmasıdır. Başka bir ifadeyle, failin statüsünün ritüel olarak düşürüldüğünü ve daha aşağı bir “insan tipine” indirgiğinin kendisi dâhil olmak üzere tanıklar tarafından kabul edilmesidir. Bununla birlikte, bu “yıkıma uğratma ritüeli” ile Klein’in veya genel olarak aşağılanma teorisyenlerinin iddiaları arasındaki en temel farklılık ilkinin topluluk değerlerinin korunmasına hizmet eden bir tür toplum yanlısı aşağılama olması ve tanığın konumudur. Birçok araştırmacı bir aşağılama olayında tanığın, aşağılayanın ya yanında yer alabileceği ya da onun aşağılayıcı eylemlerine sessiz kalabileceğini belirtirken, Garfinkel’in tanığı ise failin bizzat itibarsızlaştırılmasına katılıyormuş izlenimi vermektedir. Aşağılayan, kurban ve tanığın konumlarını değerlendirirken birincisini hâkim bir topluluğun üyesi, ikincisini tabi olanın bir üyesi veya her ikisinin tam tersi bir konumda ve sonuncusunu hem aşağılayanın hem de kurbanın grubuna mensup bir veya birden fazla insan kümesi olduğunu varsayabiliriz.

Bununla birlikte, aşağılayanın, bir topluluğun önünde kurbanını aşağılamadaki amacı nedir? Buyruklarını sorgulamadan yerine getiren görevlilere sahip olmasa da bir aşağılama ilişkisinde aşağılayan, Foucault’nun (2001) monarkına benzetilebilir. Ona göre, Avrupa’da 18. yüzyıla kadar merkezi otorite, yani modern devlet, yasalara karşı gelen sapkınlara veya kanunsuzlara uyguladığı şiddeti seyirlik hale getirmiştir. Bu gösterilerde mahkûmlar, topluluktan insanların katılımıyla alaya alınma, hakarete uğruma, küfredilme gibi pratiklere maruz kalmakta; işkence aletleriyle eziyete uğrayıp kötürüm edilmekte ve en sonunda da öldürülmektedir. Mahkûmların topluluk önünde aşağılanarak öldürülmesini, iktidarın cezalandırma yöntemi biçiminde tanımlayan Foucault; mutlak monarkın suçlular üzerinde tatbik ettiği bu şiddetin iki yönlü işlediğini, mahkûm ve normal insan arasında bir ayrıma gidildiğini ve ikincisinin suç işlemesi halinde katlanacağı cezanın kendisine izlettirildiğini ve böylelikle onun adil dünyasının bir özelliği olan cezanın görünürlüğünün insanları kontrol etmeye, onlara korku salmaya yönelik işlediğini vurgular. Başka bir ifadeyle, aşağılayıcı davranışlarıyla aşağılayan, herkesin önünde, kurbanı üzerinde mutlak bir güce sahip olduğu; onu, kendisine karşı çıkamayacak adi bir nesne düzeyine indirgediği izlenimi verir. Aşağıladıkça ve kurban buna herhangi bir meydan okumayla karşılık vermeyip

başını öne eğdikçe, sessizleştikçe; aşağılayan, üste üste yığılmış düşman cesetleri arasında yürüyen bir komutan gibi, düşmanı tarafından yenilinceye kadar ani bir zafer veya üstünlük duygusuna kapılır ve kurbanın içine düştüğü bu durumdan kimi zaman içten içe kimi zaman da daha görünür bir biçimde, zalimce haz duymaya başlar. Aşağılayanın amaçlarından biri, kurbanı üzerinde denetim kurmaksa; bir diğer amacı da şerefine yanısıra, onu insan olma haysiyetinden yoksun bırakmaktır.

Bu bağlamda *humiliation* yazınında bazı araştırmacılar, grup temelli aşağılanmadan ve bunun nasıl oluşabileceğine dair senaryolardan ve gerçek olaylardan söz etmektedir. Örneğin Margalit'in izinden giden Neuhäuser (2011: 22-25) bir grubun üç şekilde aşağılanabileceğini öne sürmektedir: 1) doğrudan grup aşağıla(n)ması, (2) sembolik grup aşağıla(n)ması ve (3) temsili grup aşağıla(n)ması. Bunlardan ilki, bir gruba üye olan insanların aşağılayıcı olaylara –örneğin İslam dinine mensup kişilerin havalimanı kontrollerinde özel bölümlere alındıktan sonra kapsamlı bir şekilde aranarak terörist muamelesine– maruz kalmasıdır. İkincisi, bir grubun tüm üyelerinin doğrudan doğruya aşağılayıcı eylemlerle karşı karşıya kalmadığı; ama grubun herhangi bir sembolüne saygısızlık edildiği durumlardır. Yazar bunun, Yahudilere ait mezarlara zarar verilmesi, eşcinsellerin medyada aşağılayıcı bir şekilde resmedilmesi, Amerikan bayraklarının yakılması, dini liderlerle alay edilmesi gibi birçok örneğinin olduğundan bahsetmektedir. İlk iki aşağıla(n)ma biçimine ait unsurlar barındıran üçüncüsü ise bir grubun bir veya daha fazla üyesinin aşağıla(n)ma(sı)dır. Yazar aşağıla(n)manın bu biçimini, anlaşılması zor olsa da, Irak'taki savaş sırasında bazı Amerikan askerlerinin Ebu Garib'de Iraklı mahkûmlara işkence yaparak, bir grubun tamamının aşağılanmasına neden olmasını bu kapsamda değerlendirmektedir. Açıkçası o da Margalit gibi aşağılanmayı “rasyonel nedenler” ile ilişkilendirerek, bir kişinin veya grubun “insanlık ailesinden” çıkarılmasının haysiyeti ortadan kaldırdığını dile getirmektedir. Aşağıla(n)ma ilişkisi, iki kişi arasındaki bir eylem biçimi gibi görünse de genellikle üçüncü bir kişinin, Klein'in (1991) belirttiği gibi eylemin aşağılayan ve aşağılananın dışında bir tanığın veya izleyici kitlesinin önünde gerçekleştirilmesindeki amaç ise kişinin öz-saygısını yok etmek; şerefini, haysiyetini alçaltmak ya da gururunu kırmaktır. Yani kişisel düzlemde bireylerin saygın birer varlık olduğu iddiasını ortadan kaldırmaktır.

Dolayısıyla aşağılama ve aşağılanmışlık duygusu hissetme sorunu; şeref, gurur, haysiyet, öz-saygı ve saygı kavramları içinde düğümlenmektedir.¹⁰

Bu anlatılanlar, gündelik hayatta olduğu gibi, geleneksel ve sosyal medyada da sürekli yaşanmakta ve genel olarak azınlık stat sundeki kimliklere yönelmektedir. Bunlar görsel, yazılı sunumların yanı sıra sözel de olabilir ve iknadan çok; bir kimseyi veya bir grubu “...den aşağı” düşürüp, haysiyetini ortadan kaldırmayı ve onlar üzerinde denetim kurmayı hedeflemektedir. Örneğin bir topluluğun genelini, özellikle yetişkin bireylerini  ocuk seviyesine indirgemek; aslında o topluluğun henüz olgunlaşamadığını, akıl sahibi olmadığını ifade etmenin veya o topluluğa  ocuk muamelesi yapmanın (*infantilization*) başka bir yoludur. Yani  ocuk bakılması, büyütülmesi, eğitilmesi, genel olarak ihtiyaçlarının karşılanıp denetlenmesi gereken bir varlıkken; ötekileştirilen dış gruplar ise uzak durulması, iletişim kurulmaması ve gerekirse başı ezilmesi gereken potansiyel suçlulardır. Bu bağlamda bir topluluğu aşağılamak ve herkesin önünde saygınlığını ve hatta toplumsal bağı –bir ortaklığa sahip olunan duygu ve düşünceyi– aşındırmaktır.

şeref, Haysiyet ve Saygı

Yukarıda anlatılanlar doğrultusunda aşağılama, aşağılanma ve aşağısamanın yakından ilişkili olduğu şeref, saygı ve haysiyet kavramlarının aralarındaki temel farklara odaklanılması gerekir. Y celme,  ne çıkma, yücelik, seçkinlik gibi anlamlara sahip Arapça kökenli “şeref”; Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde, “Başkasının, birine gösterdiği saygının dayandığı kişisel değer, onur” olarak tanımlanır. Sözcüğün etimolojisinin de ifade ettiği gibi bu, bir kimsenin hem kendi hem de başkalarının gözündeki değeridir (Peristiany, 1966; Stewart, 1994) ve toplumsal konumla (Bourdieu, 984) ilişkilidir. Dolayısıyla şeref, rekabetçi toplumsal ilişkiler ortamında maddi ve manevi zenginlikler paylaşılırken, insanın semboller ve töreler aracılığıyla ortaya koyduğu bir toplumsal varoluş mücadelesi, söz konusu zenginliklerden olabildiğince en yüksek payı alma tutkusunun pratiğe dökülme sürecidir (Peristiany, 1966: 10, Pitt–Rivers, 1966: 21,  nsal, 1995). Bu durumda şeref değeri, kişinin şerefli şekilde davranma ve şerefsizlikten kaçınma konusundaki arzusunu ifade etmesinin dışında, bunun başkaları tarafından ayaklar altında  iğnenmesindense

¹⁰ Aşağılamayla ilgili literatürde bu durum; aşağılanan insanın gurur, şeref, haysiyet, statü kaybı ve bu kaybı onarma veya uğradığı kötü muamelelere karşılık verme çabaları ekseninde ele alınmaktadır (Bkz. Lindner, 2000).

ölümü göze almaktır. Böylelikle kavram, içsel bir değer yanı sıra dışsal bir değeri içerir – ki sonraki değerini de barındıracak şekilde doğrudan toplumsal sıradüzenlere dairdir. Bu nedenle şeref edinmeye dayalı hiyerarşik bir toplum, sıradan insanlara yukarıdan bakan dışlama ve aşağılama pratikleri yoluyla işlerlik gösterir (Solanas, 2002: 52). Çünkü şeref arayışı/etiği veya onun içsel/dışsal değeri, temelde bir prestij/saygınlık peşinde koşmadır ve öne çıkma arzusuyla bağlantılı olarak eşitlikçi olmanın tam tersi bir yönelimdir (Taylor, 1996: 69). Şeref etiği, yeterince cesaret gösteremediği için şeref ödüllerini kazanamayanları sıradan kişiler olarak kalmaya mahkûm edip aşağılarken, şeref sahibi olanları ise yücelterek ayrıcalıklı konumlarını meşrulaştırır. Başka bir deyişle, hiyerarşiye dayalı şeref kodları bir yandan güç sahibi olmayı, yönetmeyi ve yönlendirmeyi yüceltir ve diğer yandan da adi, bayağı gibi sözcüklerle sıradanlığı değersizleştirir ve böylelikle yukarıdakilerin aşağıdakilere tepeden bakmasına meşruluk kazandırır. Bu bağlamda gurur da şerefle yakından ilişkilidir. Şeref sahipleri, aynı zamanda mağrur kişilerdir. Mağrur (gururlu) olma hali, iyi bir iş yapmanın kıvancı değil; rakipleri geride bırakarak veya alt ederek zafer kazanmanın, sıralamada en tepede olmanın gururudur. Burada şeref ve gurura dair itibar sahibi olma arzusu, yani saygı görmek, değerli ve güvenilir olma çabası ve statü dolayısıyla kendini gösterir. Böylelikle itibarlı kişiye toplum indinde hürmet edilip uyulurken onun hatırı sayılır ve o kişi de toplum tarafından kabul gören makbul ve muteber bir kişi olur (Bourdieu, 2014: 202). Genel olarak şeref ve gurur toplumun/başkalarının gözündeki imajımız/itibarımızdır (Mead, 1934 ve Goffman, 2004).

Şeref kavramının karşısında yer alan modern haysiyet (*dignity*) kavramı ise hiçbir statü ve güce gönderme yapmadan insan olmaya ve onun bütünlüğünün dokunulmazlığına dairdir. Aslında bu kavram, feodal dönemde kişinin ayrıcalıklı konumuna işaret ederken, Aydınlanma döneminin etkisiyle birlikte söz konusu anlamından uzaklaşarak, insanın bölünemeyen, paylaşılamayan, devredilemeyen kurucu bir unsuru, yani bir insan hakkı olarak karşımıza çıkar. Şeref, toplum tarafından verilen dışsal bir statü ile değişken toplumsal ilişkilere dayalıyken; haysiyet ise sahip olunan değişmez bir erdemdir (Cioran, 2007). Başka bir ifadeyle, şerefin ölçütü topluma-kültüre bağlıdır; bunun aksine haysiyetin temel ölçütü bizzat insanlıktır. Dolayısıyla haysiyet, “amour de soi”, yani öz-saygı: “bir şeyi iyi yapmanın uyandırdığı kendine saygı”yken, şeref ise “ameur propre” (gurur): başkalarının övgü

ve takdirini esas alan, “diğerlerinden üstün olma ve onlardan hürmet görme arzusu”dur (Sennett, 2005: 99 ve 102). Kısacası şerefin ölçütü, kişinin başkalarıyla kendisini kıyaslayarak onlara üstünlük kurmaya çalışma çabasıdır. Toplumsal değerlere bağlıdır, kişi de bu değerlere uygun hareket etme uğraşındadır. Öte yandan insan haklarının temel postulatı olan haysiyet mukayese kabul etmez, kimseyle yarışa girmez, kendi öznelliğini ve benzersizliğini esas alarak insanlar arasında ayırım gözetmez; herkese eşit saygı, saygı eşitliği üzerine temellenir.

Saygı kavramı ise, özü itibarıyla, kişilerin başkalarıyla kurdukları ilişkilerdeki eşitliği öne çıkarır. Bunun ihlaliyle kişiler haksızlığa uğradıklarını ve kendilerine saygısızlık edildiğini ve dolayısıyla aşağılandıklarını düşünürler ve/veya hissederler. Modern kültürün en büyük kazanımlarından biri olan etik ilke; bütün insanların ırk, sınıf, cinsiyet, kültür ve dinine bakılmaksızın eşit saygı gördükleri evrensel bir adalet ve hak ilkesi, buna –saygısızlığa– karşıttır (Taylor, 2012: 21 ve 111). Saygıyı kişinin haysiyetiyle ilişkilendiren Kant da [2002] (2013: 16-17) bunu vurgular. Başkalarının haklarını gözetmemek ve bunları çiğnemek olan saygısızlık veya saygı yoksunluğu esasında bir hak ihlalidir. Konuyu bu çerçevede ele aldığımızda, saygınlık (itibar) talebi ile saygı talebini de birbirinden ayırmak zorunludur. İlki, kişinin hiyerarşik düzendeki konumuna, yani statüsüne saygı duyulmasıyken; diğeri ise kişinin özerk varlığına, kimliğine, becerilerine ve yaptığı işlere, emeğine, düşüncelerine ve yaşam biçimine saygıyı içerir. Başka bir ifadeyle saygınlık talebi, herkesin toplumda yerini bilmesi ve buna göre davranmasını esas alan bir asimetriyken; saygı talebi ise insanların eşit haysiyete sahip olduğu ve her varlığı toplumsal konumdaki yerine bakılmaksızın saygıdeğer bulan eşitlikçi bir yapı üzerine kuruludur. Bu nedenle, hiçbir kişi ve grup bir diğerrinin hakları ve özgürlükleri üzerinden bir güce sahip olamaz. Yani insanlar birbirinin haysiyetine ilişmemeli; karşılıklı saygı anlayışı doğrultusunda ilişki kurmalıdır. Öyleyse her türden saygısızlık biçimi, insanın temel hakkı olan haysiyete zarar vereceğinden, aşağılama kapsamında değerlendirilmelidir.

Sonuç: Aşağılama Pratiklerine Karşı Eşitlikçi Saygı

Şerefe ve dolayısıyla tahakküme dayalı bir toplumda, kendi aşağılanmış imgelerini gönüllü olarak olmasa bile kabullenen kişiler, özsaygılarını yitirmekle kalmazlar; eğer bunları reddetmezlerse, aynı zamanda kendi insani potansiyellerini gerçekleştirilme becerisinden de yoksun kalırlar. Bu bakımdan saygı, temel

önemde insani bir ihtiyaçtır – ki ezilen kişiler ve gruplar kendilerini aşağılayıcı imajlardan, ilişkilerden arındırmak ve eşitlik, eşit saygı için mücadele etmek zorundadır (Taylor, 1996: 85). Eşitlikçi bir duygu olan saygı, birlikte yaşama kültürünün temel ilkesi olup, ötekine, bizim gibi olmayana saygı duymak, müdahale etmemek ve hatta onu hoş görme hakkını bile kendinde görmemektedir. Saygının esası, insanlara eşit kişiler olarak davranmaktır. Buna bütün insanların eşit saygıyı hak ettiği fikrine dayanan “eşit haysiyet politikası” denilebilir. Bu bağlamda, insanların şereflerini/mertebelerini koruma çabasıyla haysiyetlerini koruma çabası birbiriyle eşdeğer değildir. Yani şeref/gurur ve statü kaybıyla öz-saygı zedelenmesi birbirine eş tutulamaz.

Daha önce de değindiğimiz gibi şeref; hiyerarşik bir itibar, saygınlık kazanma arayışıdır. Bu aynı zamanda, öne çıkma, önem verilme, hatta insanları cezbetme, imrenilme, kıskanılma arzuları ile ilgilidir. Buna karşın, saygı kendini korkudan olduğu kadar, tapınma veya cazibesine kapılmadan da ayırt eden bir kavramdır. “Saygıda bir önem verme vardır, ama daha çok da önemini kabullenme, tanıma vardır. Bu, ‘ilişmemek’ anlamına da gelir: Saygı duyduğumuz şeye yaklaşırken, onu anlamaya, değerlendirmeye çalışırken çiğneyemeyeceğimiz bazı sınırların ve ihlal edemeyeceğimiz bir bütünlüğün varlığını” dikkate alırız (Koçak, 2000: 154). Eşit saygı talebinin politik açılımı da bu noktada ortaya çıkar: Yurttaşlara eşit saygı politikası. Bütün yurttaşlara inancına, etnik kimliğine, nesebine, cinsiyetine ve yönelimlerine bakılmaksızın ve toplumdaki statüye işaret eden şerefine aldırış etmeden aynı saygıyı göstermektir. Bu nedenle günümüz toplumunda şerefli/statü sahibi insanların diğerlerini hoş gördüğü, aşağıladığı ve onlara tahammül etmeyi bir erdem gibi sunmaya çalıştığı, hiyerarşiye dayalı saygı kültürünün yerine; haysiyete dayalı, bütünüyle eşitlikçi, yeni bir saygı anlayışına geçilmelidir. Başkalarının düşüncelerine ve yaşam tarzlarına saygısızlığın bir hak ihlali olduğu herkes tarafından kabul edilmeli ve erişkin bireyler-özneler farklı olana tahammül veya hoşgörüyü değil; saygıyı içselleştirip bir değer haline getirerek, yani başkalarından üstün değil, onlarla eşit olduklarını kabul ederek ve onların haysiyetlerine saygılı bir tavır benimseyerek bunu iletişim tarzlarına yansıtmalıdır. Başka bir ifadeyle eşitlikçi saygı; güçlülere, yüksek statüye, ilahi veya dünyevi her türden otoriteye, yani sadece şeref sahibi insanlara saygı göstermeyi değil; bütün haysiyetli insanlara, inancına, düşüncesine, cinsiyetine, kimliğine ve yaşam tarzına bakılmaksızın gösterilmesi

gereken bir tavidir. Akla ve vicdana uygun iletişim, Ranciere'nin (2014: 80-81) sözleriyle, ancak "kendine saygı ile başkalarına saygının eşitliği üzerine" temellenebilir bir edimdir ve bu eşitlik sürekli gözetilmek durumundadır. Saygı, insanı daha "nitelikli" ve başkalarına karşı "özenli" olmaya zorlar. Sennett'in (2005: 38) vurguladığı gibi saygı, karşılıklı ihtiyacın farkında olmak ve başkaları/ötekiler ile ilgili derin bir farkındalık ve duyarlılık gerektiren bir duygu ve davranış biçimidir.

Bu çerçevede, güç ve iktidar sahiplerinin şerefine, yani toplumsal hiyerarşideki yerine ve statüsüne, toplumda işgal ettiği mevkiye/güce saygı talebi, bizzat toplumun bu şereften yoksun kalan kesimlerini aşağılayıcı bir taleptir. Aşağısama olarak bildiğimiz bu tavır, insanlara tepeden bakmayı içeren elitist bir duygudur. Son tahlilde, güc(ün)e ve ayrıcalıklarına bu saygı talebine karşılık; sıradan insanların talebi, varlığına ve onun ayrılmaz parçası olan haysiyetine saygı duyulmasıdır. Bu ise hak(lar) esasına dayalı etik bir taleptir. Bunun birincisi, egemenlerin kurulu düzeninin sürüp gitmesine yönelik bir hürmet ve itaatken; ikincisi, yaşamsal önemde, insani bir gereksinimdir. Bu talepler aynı kategoride ve eşdeğer saygınlıkta talepler olmadığı gibi, her saygı talebine karşı "saygı göstermek" de mümkün değildir. Eşitlikçi bir saygının varlığı, bir arada yaşamının en önemli ölçütlerinden biridir. Kimsenin kişilik hakları bir diğerinden üstün ya da öncelikli değildir. Her insanın haysiyetine saygı duymanın temeli, bir insana, hem başkalarının hem de insanın kendine duyduğu saygıdan onu yoksun kılmamaktır (Beccaria, 2004: 63-64). Dolayısıyla aşağılama pratikleri; insanlara, insan olmalarından dolayı hak ettikleri saygıyı göstermemenin yanı sıra, onların temel haklarını ihlal edici ve haysiyetlerini zedeleyici olması nedeniyle açık bir insan hakları ihlalidir.

Bununla birlikte, aşağılama ile aşağılanma duygusu içinde olmayı, burada birbirinden özenle ayırt etmek gereklidir. Küçültmek, hor/hakir görmek olarak tanımlanan aşağılama eylemleri; karşı tarafın değerini azaltmaya yönelik olarak girişilen niyetli eylemlerdir. Bu yüzden aşağılama ile eleştiriyi ayırt etmek kolay değildir. Bu ancak, bu eylemi yapanın niyetine göre değerlendirilebilir. İnsanlar iyi niyetli eleştiriler karşısında bile kendilerini aşağılanmış hissedebilirler ki bunun en büyük nedeni, başkalarına güven ve saygı duymamanın yanı sıra, kendine yeterince güven ve saygı duymamaktır da. Bunun sonucunda, tahammül eşiği düşük insanlar ve toplumlar, aşağılanmadığı halde aşağılanmaya maruz kaldığını öne sürebilmektedir. Somut bir söz veya eylem yokken veyahut eleştiriler ağır da olsa

küçük düşürmeye ve değersizleştirmeye yönelik değilken, birinin kendini aşağılanmış hissetmesi, ortada bir aşağılama olduğunu göstermez. Bu daha çok kişisel ve toplumsal statüyle ilgili durumlarda ortaya çıkmakta ve kişiler kendilerini ya da topluluğunu/ulusunu savunan mağdur ve mazlumlar olarak görmektedir. Korku ve güvenlik ihtiyacı nedeniyle insan haklarını çiğneyebilme potansiyeline dayalı böylesi bir söylem, değişik türden kırılğan hassasiyetlere yol açmaktadır.

Aşağılanan, yani hakarete uğrayan insanın (kişisel veya toplumsal) gurur, şeref, haysiyet, statü kaybına uğradığı kabul edilmekle birlikte; insan haysiyetine saygı, diğerlerini aşağılamamayı ya da utandırmamayı veya onlara zalimce ve alçaltıcı bir şekilde davranılmamasını gerektirir. Türk ceza hukukunda, “devlet büyüklerine hakaret” ile ilgili yasalar ve bunun getirdiği eleştiriye tahammülsüz uygulamaların, egemenlerin iktidarı ve itibarının korunmasına hizmet etmekte olduğu aşikârdır ve bu itaate dayalı saygı talebi hiçbir insanın haysiyetine ilişilmemesi gerektiği yönündeki eşitlikçi saygı anlayışıyla taban tabana zıttır. Dolayısıyla aşağılamanın içerdiği en derin anlam, her insanın eşitlik temelinde sahip olduğu haysiyetini zedeleyici söz ve eylemlere girişerek kişiye bir insan olarak hak ettiği saygıyı göstermemektir.

Kaynakça

- Aristoteles (1995). *Retorik*. Çev. M. H. Doğan. İstanbul: YKY.
- Aristoteles (1997). *Nikomakhos'a Etik*. Çev. Saffet Babür. Ankara: Ayraç Yayınevi.
- Balibar, Etienne (2000) "Bir 'Yeni Irkçılık' Var mı?", *İrk, Ulus Sınıf* içinde, çev. Nazlı Ökten, İstanbul: Metis Yayınları, Sayfa: 25-38. .
- Beccaria, Cesare (2004) *Suçlar ve Cezalar Hakkında*, Çeviren: Sami Selçuk, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of Judgement Taste*. Londra: Routledge and Kegan Paul.
- Bourdieu, Pierre (2014). "Simgesel Sermaye ve Toplumsal Sınıflar." Çev. N. Ökten. *Cogito*, Sayı: 76, Bahar 2014, Sayfa: 192-203. (Yapı Kredi Yayınları).
- Canetti, Elias (2010). *Kitle ve İktidar*. Çev. G. Aygen. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Carroll, Ross (2019). "How Contempt Became a Passion." *History of European Ideas*, 45 (3): 346-362.
- Cioran, Emil Michel (2007). *Ezeli Mağlup*. Çev. H. Bayrı. İstanbul: Metis Yayınları.
- Descartes, Rene (2020). *Ruhun Tutkuları*. Çev. E. Sunar. Ankara: Say Yayınları.
- Ekman, Paul ve Wallace V. Friesen (1975). *Unmasking the Face: A Guide to Recognizing Emotions from Facial Clues*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ekman, Paul ve Wallace V. Friesen (1986). "A New Pan-Cultural Facial Expression of Emotion." *Motivation and Emotion*, 10 (2): 159–168.
- Elison, Jeff ve Susan Harter (2007). "Humiliation: Causes, Correlates, and Consequences." *The Self-conscious Emotions: Theory and Research*. J. L. Tracy vd. (ed.) içinde. New York: Guilford Press. 310-329.
- Elshout, Maartje vd. (2016). "Conceptualising Humiliation." *Cognition and Emotion*, 31(8): 1581–1594.
- Erhat, Azra (1996). *Mitoloji Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Fattah, Khaled ve K. M. Fierke (2009). "A Clash of Emotions: The Politics of Humiliation and Political Violence in the Middle East." *European Journal of International Relations*, 15 (1): 67–93.

- Fisher, N. R. E. (1976). "Hybris and Dishonour." *Greece & Rome*, 23 (2): 177-193.
- Foucault, Michel (2001). *Hapishanenin Doğuşu*. Çev. M. A. Kılıçbay. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Garfinkel, Harold (2016). "Başarılı Bir İtibarsızlaştırma Töreninin Koşulları." *Yabancı*. L. Ünsaldı (der.) içinde. Ankara: Heretik Yayınları.
- Gilbert, Paul (1997). "The Evolution of Social Attractiveness and its Role in Shame, Humiliation, Guilt and Therapy." *British Journal of Medical Psychology*, 70 (2): 113–147.
- Ginges, Jeremy ve Scott Atran (2008). "Humiliation and the Inertia Effect: Implications for Understanding Violence and Compromise in Intractable Intergroup Conflicts." *Journal of Cognition and Culture*, 8: 281-294.
- Goldman, S. Jennifer ve Peter T. Coleman (2008). "A Theoretical Understanding of How Emotions Fuel Intractable Conflict: The Case of Humiliation." <https://www.humiliationstudies.org>. Erişim tarihi: 10.11.2022.
- Gabriele, Taylor (1985). *Pride, Shame and Guilt. Emotions of Self-assessment*. Oxford: Clarendon.
- Goffman, Erving (2004). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. Çev. B. Cezar. İstanbul: Metis Yayınları.
- Haidt, Jonathan (2003). "The Moral Emotions." *Handbook of Affective Sciences*. R. J. Davidson, K. R. Scherer, H. H. Goldsmith (ed) içinde. Oxford: Oxford University Press. 852-870.
- Hançerlioğlu, Orhan (2007). *Türk Dili Sözlüğü*. Ankara: Remzi Kitapevi.
- Harter, Susan vd. (2003). "What Have We Learned from Columbine: The Impact of the Self-System on Suicidal and Violent Ideation Among Adolescents." *Journal of School Violence*, (2): 3–26.
- Hartling, Linda M. ve Tracy Luchetta (1999). "Humiliation: Assessing the Impact of Derision, Degradation, and Debasement." *Journal of Primary Prevention*, 19 (4): 259–278.
- Homeros (2014). *İlyada*. Çev. Azra Erhat ve A. Kadir. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

- Huizinga, Johan (2006). *Homo Ludens: Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. Çev. M. Ali Kılıçbay. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Jackson, Mark Andrew (2000). "Distinguishing Shame and Humiliation. Dissertation Abstracts International." *The Sciences and Engineering*, 61 (4): 2272.
- Jacobson, Arland D. (2013). "The Role of Humiliation in International Conflict." *Northern Plains Ethics Journal*, 65-94.
- Kaufmann, Paulus vd. (2011). *Humiliation, Degradation, Dehumanization: Human Dignity Violated*. London: Springer.
- Kant, Immanuel (2013). *Ahlak Metafiziğinin Temellendirilmesi*. Çev., I. Kuçuradi. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayını.
- Kant, Immanuel (2007). *Ethica: Etik Üzerine Dersler*. Çev., O. Özgül. İstanbul: Pencere Yayınları.
- Kendler, Kenneth S. vd. (2003). "Life Event Dimensions of Loss, Humiliation, Entrapment, and Danger in the Prediction of Onsets of Major Depression and Generalized Anxiety." *Archives of General Psychiatry*, (60): 789-796.
- Keneş, Hatice Çoban (2012) "Biyolojik Mitten Kültürel mite: Yeni Irkçılık Nedir?", Dipnot, sayı 9 ("Yeni Irkçılık Nedir?"), Nisan, Mayıs, Haziran 2012, Sayfa: 5-21.
- Koçak, Orhan (2000). "İlişmeyelim: Haysiyet Kavramı Çerçevesinde." *Defter*, 40: 147-168.
- Klein, Donald C. (1991) "The Humiliation Dynamic: An Overview The Humiliation Dynamic: Viewing the Task of Prevention From a New Perspective." *Journal of Primary Prevention*, 12 (2): 93-121.
- Koestenbaum, Wayne (2011). *Humiliation*. New York: Picador.
- Lacey, David (2011). "The Role of Humiliation in the Palestinian/Israeli Conflict in Gaza." *Psychology & Society*, 4 (1): 76-92.
- Lazare, Aaron (1987). "Shame and Humiliation in the Medical Encounter." *Archives of Internal Medicine*, 147: 1653-1658.
- Lazarus, Richard S. (1991). *Emotion and Adaptation*. New York: Oxford University Press, New York.

- Leask, Phil (2013). "Losing Trust in the World: Humiliation and Its Consequences." *Psychodynamic Practice*, 19 (2): 129–142.
- Lewis, Helen Block (1987). "Shame and the Narcissistic Personality." *The Many Faces of Shame*. D. L. Nathanson (ed.) içinde. New York: Guilford Press.
- Lindner, Evelin (2006). *Making Enemies: Humiliation and International Conflict*. Westport: Greenwood Publishing Group.
- Lindner, Evelin (2000). *The Psychology of Humiliation: Somalia, Rwanda/Burundi, and Hitler's Germany*. A Ph. D. dissertation submitted to the University of Oslo, Department of Psychology, www.humiliationstudies.org/documents/evelin/DissertationPsychology.pdf. Erişim Tarihi: 20.10.2022.
- Lindner, Evelin (2001). "Humiliation as the Source of Terrorism: A New Paradigm." *Peace Research*, 33 (2): 59-68.
- Madowell, Douglas. M. (1976). "Hybris in Athens." *Greece & Rome*, 23 (1): 14-31.
- Margalit, Avishai (1996). *The Decent Society*. Cambridge: Harvard University Press.
- Mead, George Herbert (1934). *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mauss, Marcel (2018). *Armağan Üzerine Deneme, Arkaik Toplumlarda Değiş Tokuşun Biçimi ve Nedeni*, İstanbul: Alfa Yayınları.
- McCarley, Kendall Elyse (2009). *The Humiliation Experience: Causes, Emotional Correlates, and Behavioral Consequences*. Unpublished doctoral dissertation. Colorado: University of Denver.
- Miller, William Ian (1993). *Humiliation and Other Essays on Honor, Social Discomfort, and Violence*. New York: Cornell University Press.
- Miller, William Ian (1995). "Upward Contempt." *Political Theory*, 23 (3): 476-499.
- Moisi, Dominique (2009). *The Geopolitics of Emotion: How Cultures of Fear, Humiliation, and Hope are Reshaping the World*. New York: Anchor.
- Nathanson, Donald L. (1992). *Shame and Pride*. New York: Norton.
- Nussbaum, Martha C. (2004). *Hiding from Humanity: Disgust, Shame and the Law*. Princeton: Princeton University Press.

- Neuhäuser, Christian (2011). *“Humiliation: The Collective Dimension.”* Humiliation, Degradation, Dehumanization. Kaufmann, P. vd. (ed.) içinde. Dordrecht: Springer. 21–36.
- Peristiany, Jean G. (ed.) (1966). *Honour And Shame: The Values of the Mediterranean Society*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Plutchik, Robert (1980). *Emotion: A Psychoevolutionary Synthesis*. New York: Harper & Row.
- Pitt-Rivers, Julian (1966). “Honour and Social Status.” *Honour And Shame: The Values of the Mediterranean Society*. J. G. Peristiany (ed.) içinde. Chicago: The University of Chicago Press.
- Püsküllüoğlu, Ali (2008). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Ranciere, Jacques (2014) *Cahil Hoca: Zihinsel Özgürleşme Üzerine Beş Ders*, Çeviren: Müge Gürsoy Sökmen, İstanbul: Metis Yayınları.
- Reyles, Diego Zavaleta (2007) “The Ability to Go About without Shame: A Proposal for Internationally Comparable Indicators of Shame and Humiliation.” *Oxford Development Studies*, 35 (4): 405-430.
- Rozin, Paul vd. (1999). “The CAD Triad Hypothesis: A Mapping Between Three Moral Emotions (Contempt, Anger, Disgust) and Three Moral Codes (Community, Autonomy, Divinity).” *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(4): 574–586.
- Scheff, Thomas J. ve Suzanne M. Retzinger (1991). *Emotions and Violence: Shame and Rage in Destructive Conflicts*. Lexington: Lexington Books.
- Scheler, Max (2021). *Utanç ve Tevazu Duyguları*, çev., E. Arun, Pinhan Yayıncılık, İstanbul.
- Sennett, Richard (2005). *Saygı*. Çev. Ü. Bardak. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Silver, Maury vd. (1986). “Humiliation: Feeling, Social Control and the Construction of Identity.” *Journal for the Theory of Social Behaviour*, 16(3): 269–283.
- Solanas, Valerie (2002). *Erkek Doğrama Cemiyeti Manifestosu*. Çev. A. Düzkan, İstanbul: Sel Yayıncılık.

- Solomon, Robert C. (2007). *Duygulara Sadakat*, Çev. F. Çoban. Ankara: Nika Yayınevi.
- Statman, D. (2000). "Humiliation, Dignity and Self-respect." *Philosophical Psychology*, 13 (4): 523–540.
- Steinberg, Blema S. (1991). "Shame and humiliation in the Cuban missile crisis: A psychoanalytic perspective." *Political Psychology*, 12(4): 653–690.
- Stewart, Frank Henderson (1994). *Honor*. Chicago: Chicago University Press.
- Taylor, Charles (1996). "Tanınma Politikası", *Çokkültürcülük*. Amy Gutmann içinde. Çev. F. Aydoğan vd. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları. 46-93.
- Taylor, Charles (2012). *Benliğin Kaynakları: Modern Kimliğin İnşası*. Çev. S. A. Baş ve B. Baş. İstanbul: Küre Yayınları.
- Tomkins, Silvan S. (1963). *Affect, Imagery and Consciousness: The Negative Affects*. New York: Routledge.
- Torres, Walter J. ve Raymond M. Bergner (2010). "Humiliation: Its Nature and Consequences." *Journal of the American Academy of Psychiatry and the Law*, 38 (2): 195-204.
- Tracy, Jessica L. vd. (2007). *The Self-Conscious Emotions: Theory and Research*. New York: Guilford Press.
- Trumbull, Dianne (2008). "Humiliation: The Trauma of Disrespect." *Journal of the American Academy of Psychoanalysis and Dynamic Psychiatry*, 36 (4): 643-660.
- Ünsal, Artun (1995). *Kan Davası*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Veblen, Thorstein Bunde (2017). *Aylak Sınıfın Teorisi, Kurumların İktisadi İncelemesi*, Çev. E. Kırmızıaltın ve H. Bilir. Ankara: Heretik Yayınları.
- Watt Smith, Tiffany (2018). *Duygular sözlüğü*. Çev. H. Şirin. İstanbul: Kolektif Kitap.



Kültür ve İletişim

culture&communication

Yıl: 26 Sayı: 51 (Year: 26 Issue: 51)

Mart 2023-September 2023 (March 2023-September 2023)

E-ISSN: 2149-9098



2023, 26(1): 171-200

DOI: 10.18691/kulturveiletisim.1204206

****Araştırma Makalesi****

Popülizm, Medya ve Toplumsal Cinsiyet:

Sen Kimsin Atiye? *

Övünç Ege**

Öz

Popülizmin muğlak yapısı onu tanımlamayı zor bir süreç haline getirirse de bu belirsizlik onun medya içeriklerine ve gündelik yaşama sirayet etmesini kolaylaştırmaktadır. Çalışmada siyasal üslup olarak popülizm, performans ve inşa üzerinden toplumsal cinsiyet ile birlikte ele alınmaktadır. Medya temsillerinin popülizm ve toplumsal cinsiyetin kesişim noktaları özelinde ele alınması kültürel üretim alanlarındaki yeni stereotipleri ortaya koymaktadır. Bu stereotipler *Atiye* (Netflix, 2019–2020) dizisi üzerinden örneklendirilmektedir. Bu bağlamda dizideki kadın-erkek kategorilerinin ve ilişkilerinin inşasının kurgusal tarihe temellendirilerek aidiyet oluşturulması, kadın doğası miti üzerinden anne olan kadının kutsallaştırılması, ailenin kutsanması ve dışsal düşman temsilleri üzerinden medyada cinsiyet kategorilerini pekiştiren yeni stereotipler ele alınmaktadır. Çalışmanın amacı popülist üslup ve toplumsal cinsiyet normlarının medyada nasıl yer aldığını ortaya koymaktır. Diziden elde edilen bulgular yeni stereotiplerin geleneksel stereotiplerden farklı olmadığını ortaya koymuştur. Kadın kahraman eril söylemi örtük bir şekilde yeniden üretmektedir. Dizide egemen kültürel normlar popülizmin aidiyetçi, ayrıştırıcı ve tehditkâr olarak kendini yeniden üreten stiliyle iç içe geçmiştir. Kutsallaştırma yoluyla geleneksel anlatıdaki pasif konumundan uzaklaşıyor gibi gösterilse de atfedilen bu kutsallık onu yine edilgen konuma sabitlemektedir. Bu bağlamda, medya içeriğine temas eden ve bilinçli bir şekilde toplumsal cinsiyet körü olan popülizmin eril stili, kadını hâlâ daha tam anlamıyla özgür ve güçlü göstermemektedir¹.

Anahtar Sözcükler: Popülizm, toplumsal cinsiyet, medya çalışmaları, Netflix, *Atiye*.

* Geliş tarihi: 14.11. 2022 . Kabul tarihi: 14.03.2023

**İstinye Üniversitesi, İletişim Bilimleri doktora öğrencisi,
Orcid.no: 0000-0002-2078-9008, ovunc.ege@gmail.com.

¹Bu araştırma makalesi "Popülizm ve medya ilişkisinde Türkiye'deki kadın hikâyesinin sunumu: *Atiye* (The gift) örneği" adlı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

****Research Article****

Populism, Media And Gender:

Who Are You Atiye? *

Övünç Ege**

Abstract

While the ambiguous nature of populism renders it a challenging concept to define, this uncertainty facilitates its extend into media content and daily life. This study approaches populism as a political style that relies on performance and construction, along with gender in society. Addressing media representations specifically at the intersections of populism and gender reveals new stereotypes in the fields of cultural production. These stereotypes are exemplified through *the Gift* (Netflix, 2019–2020) series. In this context, novel stereotypes that reinforce gender categories in the media through the creation of belonging by basing the construction of male-female categories and relationships on fictional history, the sanctification of a woman who is a mother through the myth of female nature, the sanctification of the family, and representations of external enemies are discussed in the series. The study aims to reveal how populist style and gender norms are present in the media. Findings from the series revealed that the new stereotypes are not different from the traditional stereotypes. Specifically, the portrayal of the female protagonist covertly reproduces the masculine discourse. In the series, the dominant cultural norms are intertwined with the self-reproducing style of populism as belonging, separating, and threatening. Although it is shown to move away from its passive position in the traditional narrative through sanctification, this attributed sanctity fixes it in the passive position. Thus, the masculine style of populism, which pervades media content and remains intentionally gender-blind, still fails to fully portray women as independent and empowered agents².

Keywords: Populism, gender, media studies, Netflix, the Gift

* Received: 14.11.2022 . Accepted: 14.03.2023

**Istinye University, Communication Sciences PdD student,
Orcid no: 0000-0002-2078-9008, ovunc.ege@gmail.com.

²This research article was produce from the master's thesis titled "The presentation of the women's story in Turkey at the intersection of populism and media: The sample of Atiye (the Gift)".

Popülizm, Medya ve Toplumsal Cinsiyet: Sen Kimsin Atiye?

Giriş

Tartışmalı bir kavram olan popülizmin tek ve kesin bir tanımını yapmak mümkün değildir. Ancak yine de en genel anlamıyla popülizm, kendi kimliklerini var etmek için halk ve seçkinler (yani biz-öteki) arasındaki ayrımı körükleyerek seçmen tabanının bir araya getirilmesini amaçlayan siyasi bir üslup³ olarak algılanabilir. Popülist aktörler, kitleyi kendi istek ve çıkarlarına göre yönlendirebilmek için söylemsel inşalarını “biz dili” üzerine kurgulamaktadır. Biz kategorisine dahil olmayan muhalif grubun ötekileştirildiği bu sistem, varlığını ve kimliklerini farklar üzerinden inşa etmektedir. Fark mantığı toplumsal inşa etmenin birinci içimidir (Laclau, 2007: 96).

Popülist retoriğin dilindeki ayrımcı ifadeler, hem halk hem de seçkinleri kodlamak için kullandığı farklar kategorisi; dönemsel, kültürel ve sosyolojik olarak değişiklik göstermektedir. Soner Karagül ve Belma Engin Güder’e göre (2020: 111) popülizm, farklı ülkeler ve görüşlere göre olumlu ya da olumsuz anlamlarda kullanılabilir. Bunun sebebi ise kavramın tanımlanamayan, muğlak yapısıdır. Kavramı ilk tanımlayan kişilerden biri olan Isaiah Berlin de bu muğlaklığı vurgulamak amacıyla kavramı açıklarken “Külkedisi Kompleksi” (*Cindrella Complex*) benzetmesini kullanmaktadır. Berlin’e göre popülizm, kendini giyecek birini arayan bir cam ayakkabıdır. Burada aranan şey popülizmin özüdür (Canovan, 1981: 7; Taggart, 2000: 2). Fakat bu öz bulun(a)madığı sürece, popülizm kendini üretmeye ve yeniden üretmeye devam edecektir.

Kavrama dair düşünceler keskin çizgilerle ayrılmaktan uzaktır. Richard Hofstadter’e göre negatif bir anlam taşıyan popülizm, Lawrence Goldwyn ve Charles Postel’de daha olumlu bir konumdadır (Kaltwasser vd., 2017: 3). Benzer şekilde Chantal Mouffe ([2018] 2019: 17), politika yapma yöntemi olarak ele aldığı popülizmi alternatif sol önerisi olarak düşünürken Slavoj Žižek (2017: 217-219), “onlara karşı biz” mantığının bir kimlik siyaseti olduğunun altını çizer ve hem sağ hem de sol görüşte bunun önüne geçilmesi gerektiğini vurgular. Aynı zamanda dışsal bir düşman fikrine karşı toplumsal çatışmaları inkâr ettiğini söyleyerek de eleştirir. Buradaki dışsal düşman, çoğu zaman söylemsel olarak oluşturulmuş bir düşmandır ve Ernesto

³ Popülizmi siyasi üslup olarak ele alan farklı çalışmalar için bkz. Canovan, 1981; Canovan, 1999; Jagers ve Walgrave, 2007; Moffitt ve Tormey, 2013; Moffitt, [2016] 2020.

Laclau'ya göre (2011: 139) “söylemsel olarak bir düşman oluşturulmadan popülizm olmaz”. Söylemsel olarak oluşturulan düşman, popülist aktörün karşısında konumlandırılmış olan muhalif herhangi bir kesim olabilir. Bu kesim siyasal alanda genellikle ideolojiler üzerine inşa edilir. Toplumsal alandaki yansımalarını ise (özellikle popülizme yatkın sağ siyasal söylemlerde) toplumsal cinsiyet kategorilerinde de göstermektedir ve bu durum toplumsalla sınırlı kalmayarak, kendine siyasal alanda da yer bulmaktadır.

Laclau (2007: 245) popülizmi, halkın inşasının politik mantığı olarak görmektedir. Bu nedenle popülizm tarafından inşa edilen kimlik, eşitlik arayışında aşılması gereken bir kimliktir. Popülizmdeki halk kategorisi her ne kadar “Biz söylemi” ile kapsayıcı ve heterojenmiş gibi görünse de söylemin karşısındaki muhalif kesim “Öteki” olarak kodlanmakta ve aslında halk kategorisinin homojen bir yapıda olduğunu göstermektedir. Biz-Öteki ayrımı, toplumsal cinsiyetin egemen olduğu alanlarda ise “eril ve eril olmayan herkes” ikiliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da egemen erkeklik kategorisini hiyerarşik olarak diğer tüm kategorilerin üzerine yerleştirmektedir.

Judith Butler ([1999] 2012: 52), cinsiyeti bir inşa olarak görmekte ve hatta cinsiyetin başından beri toplumsal cinsiyet olduğunu, ikisi arasında fark olmadığını söylemektedir. Bu bağlamda, cinsiyetin ikili karşıtlığın kabulüne dayalı inşası, iktidar yapılarının cinsiyet kimlikleri üzerindeki tahakkümünü göstermektedir. İktidar yapıları tarafından kadın ve erkek olarak ikiye bölünen cinsiyetin biyolojik temellere dayandırılarak doğalmış gibi gösterilmesi ve inşa edilenin sadece toplumsal cinsiyet olarak görülmesi; söz konusu sistemlerin birey, hatta Butler'ın da değindiği gibi beden üzerindeki şiddetidir. “Cinsiyet kategorisine uygun olarak bedenlerin böyle bir söylemsel düzenleme ve üretimden geçmesi maddi şiddetin ta kendisidir” (Butler, [1995] 2017: 64). Bu tahakküm ve şiddetin var etmek istediği toplumsal cinsiyet kimliği, “kendisinin de birer sonucu olduğu söylenen ‘dışavurumlar’, ‘ifadeler’ tarafından performatif olarak kurulur” (Butler, [1999] 2012: 77).

Butler, *Cinsiyet Belası* kitabının son bölümü olan “Parodiden Siyasete” isimli bölümde, “‘yapılanın ardında bir yapanın’ olmasının şart olmadığı, daha ziyade ‘yapanın’ yapılan içinde ve yapılan vasıtasıyla değişken bir biçimde inşa olduğudur” ([1999] 2012: 233) diyerek, öznenin kurulumuna dair iddiasını ortaya koyar. Butler'da özne, kimliğin ortaya çıkmasını yönlendiren kurallara bağlı söylemlerin sonucudur ve

onu yaratan kurallar tarafından belirlenmez ([1999] 2012: 327). Toplumsal öznenin söylemsel kuruluşu ya da iktidarın toplumsal cinsiyetli özneyi tekrarlayan pratikler ve söylem üzerinden inşa etmesi, kimliğin yeniden anlamlandırılmaya açık bir konumda olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda (toplumsal cinsiyetli) kimlik, “siyasi alanda onlara karşı biz” olarak tanımlandığında; beden üzerinde tahakküm kuran, cinsiyet inşasını görünmez kılarak onu doğallaştıran ve bu şekilde kendini üreten mekanizmaları yeniden üreterek tahakkümün parçası haline gelen bir kategori olma tehlikesi taşımaktadır.

Butler, “ben” ve “ben”in “öteki” üzerinden kurulan kimlik inşasındaki ikili karşıtlığı stratejik bir hamle olarak görür ve “kimliğin *kurulmuşluğunun* bu iki karşıt hat üzerinden yorumlanması hatalıdır,” der (Butler, [1999] 2012: 236-239). Butler’ın cinsiyet kimliklerine referansla vurguladığı bu durumun, popülizm kavramsallaştırmasındaki halk-seçkinler ayrımında da tezahürü vardır. Her iki durumda da kimliğin ikili karşıtlık üzerinden tanımlanması, ayrımcı olması ve aynı zamanda inşa sürecini görünmez kılması açısından problemdir. Butler’a göre (Filippi vd., 2021: 317) göçmenler, yoksullar, işçiler, feministler, diğer azınlık oluşumlarının oluşturduğu koalisyonlar; ırksal ve etnik kökenleri altüst etmekte, heterojen halk fikrini başlatmak için farklılıkların eklenmesine güvenmektedir. Bu nedenle popülizm, ulus sınırlarını aşan yeni koalisyonlar ve dayanışma biçimleri lehine milliyetçiliğe karşı çıkmazsa tuzak işlevi görecektir.

Kimliğin ikili karşıtlık üzerinden tanımlanması, farklılıkların ayrıştırıcı işlev görerek toplum içinde farklı/anormal/öteki olarak kodlanan bireyleri dışlama tehlikesi taşımaktadır. Ayrımcı işleve sahip farklar, egemen sınıfın dışındaki bireyleri de kendi içinde farklı sınıflara ayırmakta ve bu sınıflara karşı kurduğu tahakküm de sınıfın kodlanmış statüsüne göre değişmektedir. Toplumsal cinsiyet inşasının görünmez kılınması; yani doğal bir olgu gibi gösterilmesi, hatta birtakım cezai düzenlemelere tabi tutulması, onu toplumsal alanda normlaştırmaktadır. “Toplumsal cinsiyet normlarının tortulaşması sonucu, ‘doğal cinsiyet’ veya ‘gerçek kadın’ gibi tuhaf fenomenlerin yanı sıra yaygın ve ikna edici toplumsal kurguların ortaya çıktığını göz önüne alalım” (Butler, [1999] 2012: 229). Bu fenomenlerin toplumsal alanda kabulü ve yeniden inşası, tekrar edilen performanslar⁴ ile olur. Bu performansların, Butler’ın

⁴ Buradaki performansları Butler ([1999] 2012: 224) “*dışavuruyormuş* gibi yaptıkları öz veya kimlik aslında bedensel işaretler ve diğer söylemsel yollarla üretilen ve sürdürülen üretimlerdir,” diyerek

sözünü ettiği “doğal cinsiyet” ve “gerçek kadın” gibi kadının konumunu sabitleyici fenomenlere dönüşümü ise zaman içinde inşaıyla kurulan bir sürece işaret etmektedir.

Popülist retoriğin toplumsal cinsiyet ile bağı direkt bir ilişkiye işaret etmez. Birbirini üstü kapalı bir biçimde yeniden üreten iki söylem de eleştirileriyle birlikte, temelde farklı alanlarda yer almaktadır. Fakat toplumsal cinsiyet eşitsizliği, popülist aklın meşrulaştırılmasında bir araç olarak kullanılmakta, eşitsizlik görünmez bir şekilde artarken popülist iktidar söylemi, kendini doğallaştırarak pekiştirmektedir. Eril olan dil, popülist aklı araçsallaştıran söylemlerin de eril bir şekilde kodlanmasını sağlamaktadır. Sadece siyasal alanda değil, bu söylemin sirayet ettiği her alanda bu kodlamanın yansımaları görülmektedir.

Metodoloji

Popülizm ve toplumsal cinsiyet arasındaki tartışmaların bağlamına araç olarak medyayı dâhil etmek, kültürel üretimler ve kültürel mücadele alanlarında farklı bakış açılarını gösterme şansı vermektedir. Çalışmada, kültürel üretim aracı olan medya içeriklerindeki toplumsal cinsiyete dayalı popülist temalar analiz edilmiştir.

Medya, temsiller aracılığıyla kültürel pratikleri üretmekte ve yaygınlaştırmaktadır. Bu çalışma, kurgu olmasına rağmen örtük olarak tarihsel kökenlere dayandırılan bir dizi üzerinden popülizm, toplumsal cinsiyet ve medya arasındaki kesişim noktalarına odaklanmakta ve seçilen örneklem üzerinden, medya temsillerinin eril dili araçsallaştıran popülizmi ele almaktadır. Çalışmada siyasi bir üslup olarak popülizmin kadını nasıl konumlandığı ve bunu kültürel üretim alanında ne şekilde yeniden üretip sunduğu ortaya konulmuştur:

Siyasi üslup, dilin kullanımı, konuşma, yazılı metinler gibi birçok söylemsel özelliklerin analizini gündeme alır. Ancak, siyasi üslup, söylemsel yaklaşımın ele almadığı imajlar, benlik sunumu, beden dili, tasarlama ve sahneleme gibi birçok estetik ve edimsel bileşeni de ele alarak söylemsel yaklaşımın ufkunun ötesine geçer (Moffitt, [2016] 2020: 68).

Popülizmin siyasal üslup olarak ele alınması, medya içeriğindeki popülist performansın yansımalarını gösterme şansı tanımaktadır. İletişim teknolojilerinin

tanımlar. Örneğin; bireyin çevresindeki ebeveynlerin davranışlarını temel alarak, kendisi çocuk sahibi olduktan sonra bu davranışları taklit etmesi, ne kadar iyi bir ebeveyn olduğunu sosyal medya hesaplarından paylaşması ve bunun bir performans olduğunu (bilerek ya da bilmeyerek) gizleyerek kendisini “dışavuruyormuş” gibi yapması ve hatta bunu iyi, geleneksel, olması gereken aile gibi söylemler ile pekiştirmesi; toplumsal cinsiyet normlarının biçimlenmesi, tutarlı hale getirilmesi, normalleşmesi ve kabullenilmesine neden olan performanslardır.

gelişmesiyle popülist performansların yayılmasında coğrafi sınırların önemi yok olmuştur (Moffitt, [2016] 2020: 138). Bu çalışma, popülizmin küresel çapta yayıldığı ve popülerleştiği bir dönemde global yayın yapan bir platformda yerel ve kültürel bir hikâye olarak sunulan bu performansların medyadaki yeniden üretimlerini analiz etmektedir.

Akademik literatürde popülizm, toplumsal cinsiyet ve medya üçgeninde yapılmış çalışmalar genellikle siyasal iletişim alanında ilerlemektedir. “Mevcut haliyle literatür, son yıllarda popülizm ve medya arasındaki iki merkezli boyuta odaklanır. İlki, kitle medyasının popülist başarıya etkileri; ikincisi ise popülist aktörlerin medyada hangi yolları (çoğunlukla geleneksel) tercih ettikleri üzerinedir” (Moffitt, [2016] 2020: 113) Fakat tahakkümün medyadaki yansımaları, siyasal içerikler ile sınırlı değildir. Bu nedenle çalışmada üçüncü bir merkezi alan olarak medyanın boş zaman aktivitelerini ideolojik olarak dolduran bir aygıt olması üzerine odaklanılmıştır. Bu sayede siyasal üslubun medya içeriklerine ne şekilde yansıdığı ortaya konulmak istenmiştir.

Çalışma kapsamında dijital medya platformlarından Netflix’in, kadın kahramanı başrol olarak konumlandığı Türkiye’deki ilk dizisi olan *Atiye* betimsel olarak analiz edilmiştir. “Betimsel analiz, çeşitli veri toplama teknikleri ile elde edilmiş verilerin daha önceden belirlenmiş temalara göre özetlenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri analiz türüdür” (Özdemir, 2010: 336). Bu analiz türünde veriler, önceden belirlenen kategoriler etrafında analiz edilir. Sırasıyla; analiz için çerçeve oluşturma, çerçeveye göre verileri işleme, bulguların tanımlanması ve yorumlanması gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 256 akt. Aslan, 2019: 251). Çalışmada ilk olarak, popülizm ve toplumsal cinsiyet kavramlarının kesiştiği alanlar tespit edilmiş, sonrasında bu kategoriler üzerinden dizi analiz edilmiştir. Çalışma; medyadaki kadın imajını, belirlenmiş temalar ekseninde, eleştirel bir şekilde analiz etmektedir. İktidarın farklı dışavurumlarındaki sorunları keşfetmek için yapılan bu çalışmaya dâhil edilen dizideki kadın temsilleri; yeni kadınlık stereotiplerinin oluşumuna zemin hazırlayan, kadın doğası mitini kültürel olarak yeniden üreten temsillerdir. Bu bağlamda popülizm ve toplumsal cinsiyet normları, dizide; köksüzlüğe karşı olma ve aidiyet, kadın-erkek kategorilerinin inşası, kadının kutsallaştırılması ve kadın doğası miti, annelik, kutsal ailenin inşası, öteki düşmanlığı üzerinden ele alınmıştır.

Çalışma, popülizmin toplumsal cinsiyet kodları ile kesiştiği noktalar üzerinden ilerlemektedir ve etrafında şekillendiği sorular şunlardır: Eril söylem ve popülizm

arasındaki kesişim noktaları nelerdir? Bunlar medya içeriklerine nasıl yansır? Popülizm, geleneksel toplumsal cinsiyet kodlarında neleri değiştirir? Medyada bağımsız gösterilen kadın temsili, egemen dilin söylemini yıkabilir mi; yoksa farklı yollardan, yeniden mi üretir?

Araştırma soruları üzerinden üretilen varsayımlar ise şu şekildedir: Popülizm, eril söylem vasıtasıyla toplumu cinsiyet kategorileri üzerinden ikiye böler ve toplum tarafından makbul görülen modern erkekliğin konumunu sabitler; günümüzde medyadaki kadın temsilleri daha bağımsızdır ve geleneksel stereotiplerin keskin çizgisi bulanıklaşmıştır. Fakat bu durum egemen popülist üslubu ve patriyarkayı dönem şartlarına uygun olacak şekilde yeniden üretmektedir; bağımsız kadın temsilleri zaman geçtikçe artsa da ve bu temsiller kadını bireymiş gibi gösterse de erkeğe bağımlılığı romantize etmekte, eril söylemi örtük bir şekilde yeniden üretmektedir. Dizi, popülist üslubun biz-öteki ayrımını, toplumsal cinsiyet kategorileri üzerinden yeniden üretmektedir.

Popülizm ve Toplumsal Cinsiyet

Margaret Canovan'a göre (1981: 290) "entelektüel karşıtı ve çok az kesin ideolojisi olan bir hareket"⁵ olarak tanımlanan popülizm, farklı ideolojilerde kendine kolayca yer bulmaktadır. Edward Shils'e göre popülizmi anlamak için seçkinler ve kitleler arasındaki ilişkiye bakmak gerekir (Shils, 1956 akt. Taggart, 2000: 11). Kavramsal kayganlığı nedeniyle anlaşılması zor olan (Taggart, 2000: 1) popülizm; Jan-Werner Müller'e göre (2016: 11) "belirli bir psikolojik eğilim, özel bir sınıf, basit politikalar ya da sadece tarz meselesi değildir, kendine ait özel bir dili vardır"⁶. Bu noktada kavramı tanımlamaya çalışmak değil; Laclau'nun da altını çizdiği gibi (2007: 31) ilk olarak "hangi toplumsal ve ideolojik gerçekliğe uyduğunu", ikinci olarak da "hangi toplumsal gerçeklik ya da durumun ifadesi olduğunu" sormak gerekmektedir. Bu noktada popülizmi anlamak için ilk olarak toplumsal değişkenleri anlamak gerekmektedir.

Niels Spierings, Andrej Zaslove, Liza M. Mügge ve Sarah L. de Lange (2015: 7) popülizm tanımlamalarını; (i) tanımlaması zor olan, (ii) Kurt Weyland'ın *Clarifying a Contested Concept* çalışmasına referansla strateji olarak kabul edilen, (iii) Margaret Canovan, Jan Jagers ve Stefaan Walgrave, Benjamin Moffitt ve Simon Tormey'e

⁵ Çeviri bana aittir.

⁶ Çeviri bana aittir.

referansla üslup olarak kabul edilen ve (iv) Cas Mudde'nin *The Populist Zeitgeist*' ta ele aldığı şekliyle ince merkezli bir ideoloji olarak dört başlıkta toplamaktadırlar.

Moffitt ve Tormey (2013: 383), popülizmi tanımlamak için kullanılan kategori seçimlerindeki problemi ve popülizmin performatif boyutunu ele aldıkları çalışmalarında, genel olarak fenomen hakkında dört merkezi yaklaşım olduğunu söylemektedirler. Bu merkezi yaklaşımlar; (i) ideoloji,⁷ (ii) politik mantık,⁸ (iii) söylem⁹ ve (iv) strateji¹⁰ olarak popülizmdir. Cas Mudde, Ernesto Laclau ve Kurt Weyland'ın çalışmalarına referansla, söz konusu çalışmada kategorize edilen bu yaklaşımlardaki tanımlamalar, Moffitt ve Tormey'e göre (2013: 383) fenomeni kategorize etmek için problemleri kullanmaktadır. Moffitt ve Tormey, kendi popülizm modellerini ise siyasi bir üslup olarak tanımlamaktadır (2013: 390). Popülizmi bir üslup olarak düşünmek, kavramın performatif unsurlarına odaklanmaktadır.

Moffitt'e göre ([2016] 2020: 66) "siyasi üslup, yönetim alanından gündelik hayata uzanan bir biçimde siyasal içine alan iktidar alanını yaratmak ve yön vermek için kullanılan izleyicilerin maruz kaldığı somutlaşmış ve sembolik olarak dolayımlanmış bir performanslar repertuarı" olarak tanımlanmaktadır. Popülizmi bu şekilde; siyaset ve üslup kavramlarını bir araya getirerek ele almak; siyaset ve estetiği, yani retorik ve performansı bir araya getirir. Gündelik yaşamdaki iktidar alanlarının sürekli tekrar edilen performanslar ile genişletilmesi ve bu iktidar alanlarının eril yapıları, sadece erkek liderler ya da temsil vasıtasıyla yapılmaz. Aynı zamanda kadın lider ve temsillerin performansları da bu inşaya katkı sağlamakta ve toplumsal cinsiyet normlarının siyasal alandan gündelik yaşamdaki kamusal ve özel alanlara genişlemesine yardımcı olmaktadır.

Popülist aktörler, halk kategorisinin seçkinler karşısında ezildiği iddiası üzerinden söylemlerini üretir. Halkın içinden gelen popülist liderin iktidarı, Thomas Hobbes'un ([1651] 2007) iktidar görüşündeki gibi bireyler arası eşit dağılmamaktadır.

⁷ Mudde (2004: 543) popülizmi, "toplumu nihayetinde 'saf insanlar' ve 'yozlaşmış elitler' olarak iki homojen ve antagonist gruba ayıran ve siyasetin, halkın gönüllü iradesinin (volonté générale) bir ifadesi olması gerektiğini savunan ince merkezli bir ideoloji" olarak tanımlamaktadır.

⁸ Laclau (2007: 245), "halkın inşası mantığı" olarak gördüğü popülizmi, politik mantık olarak tanımlamaktadır.

⁹ Bu yaklaşımda popülizm, halk ve elit ayrımını inşa eden bir söylem olarak ele alınmaktadır. "Popülizm birtakım siyasi inançların özellikleri olarak görülmektense, genelde bir konuşmada veya nutukta kendini gösteren belirli bir siyasi ifade biçimi olarak görülür" (Moffitt, [2016] 2020: 43).

¹⁰ "Popülizm; lider bir kişiliğin, hükümetin gücünü; doğrudan, aracısız, kurumsallaşmamış bir biçimde almış olduğu destekle, örgütsüz yığınlarda aradığı ya da kullandığı bir siyasi stratejidir" (Weyland, 2001: 14 akt. Moffitt [2016] 2020: 41).

“Öteki” sınıf üzerinde kurulan tahakküm, “biz” kategorisinde yer alan sınıfın tahakkümünden ve beraberinde ona karşı gösterilen dirençten farklıdır. Popülist liderler daha çok Niccolò Machiavelli’nin ([1532] 2016) hükümdarının günümüz koşullarına göre şekillenmiş versiyonuna benzemektedir. Machiavelli’ye referansla (2016: 69) söylenebilir ki bir lider her ne kadar zor olsa da hem halkı tarafından sevilmelidir hem de halk ondan korkmalıdır. Popülist aktörler de halkın sevgisini onlardan biri olmaları üzerinden kazanmakta, korkularını ise “Öteki” üzerinden inşa etmektedir.

“Sistemin her ögesi ancak diğer öğelerden farklı olduğu oranda bir kimlik kazanır” (Laclau, 2012: 97). Fark hem kimliğin kurucusu hem de kendisidir. Bu farklar da popülizmde eşdeğerlik ile birbirine bağlanmaktadır. Fakat kendisini fark üzerinden kuran kimlik diğer farklarla eşdeğerlik içine girdiğinde fark olma özelliğini kaybetmektedir. Bu bağlamda popülizmin dışlama üzerine kurduğu sistem, kendine eklenen kimliğin farkını sistematik kimlikler oluşturarak yok etmek istemektedir. Eşdeğerlik üzerinden kurulan kimlik ve meşru halk kategorisinin temsili de egemen görüş tarafından kodlanmaktadır. Fakat küreselleşme ile birlikte, tam anlamıyla homojen bir kitle oluşturmak mümkün değildir. Bu nedenle toplumdaki bazı farklar, iktidar izni ile “kabul edilebilir” statüsündedir. Fakat “heterojenliğin kısmi olarak kararlı hale getirilmeleri doğası gereği hegemoniktir” (Laclau, 2007: 251). Meseleye toplumsal cinsiyet bağlamı da eklendiğinde, kadının eril toplum yapılarında “Öteki” olarak kodlanmasına rağmen, hâlâ nasıl görece meşru¹¹ sayıldığı anlaşılmaktadır. Kadının toplumsal alandaki varlığı; iktidarın meşruiyetini kanıtlama, koruma ve devamlılığını sürdürme amacıyla heterojenliğin kısmi olarak kabul edilmesine örnektir.

Herhangi bir gösterilene bağlı olmadan anlamlandırılan boş gösteren, Laclau tarafından, “gösterilene olmayan gösteren” olarak tanımlanmaktadır (Laclau, 2012: 95) ve bu nedenle, anlamlandırılma sürecindeki boşlukların ideolojik olarak doldurulması ihtimali nedeniyle de problemlidir. Bir üretim süreci olan boş gösterenin anlamlandırılma sürecinin farklar ve eşdeğerlikler üzerinden kurulması, hegemonik yapının normalleşmesini sağlamaktadır. “Grup üyeleri arasında karşılıklı özdeşleşmeyi mümkün kılan unsur, bir şeye ya da birisine duyulan ortak nefrettir”

¹¹ Burada söz konusu meşruluk, egemen söylem açısından diğer azınlıklara göre (örneğin LGBTİ+ bireyler, göçmenler vs.) sosyo-kültürel olarak daha kabul edilebilir bir kategori olarak görülmesinden kaynaklıdır.

(Laclau, 2007: 88). Popülist aktörlerin söylemlerindeki “Öteki” düşmanlığının sebebi de budur. Düşman olan öteki üzerinden kurulan özdeşlik ile bir araya getirilen “halk”ın inşa sürecinin mümkün olması için düşman olan kesimin de popülist aktör(ler) ve onların ideolojileri doğrultusunda inşa edilmesi gerekir. Popülist liderlerin söylemleri, önce nesnellığı sonra da bu nesnellik üzerinden halkı inşa etmektedir. Bu inşa “boş gösteren”lerin anlamlandırılması ile yapmaktadır.

Boş gösteren haline gelen kategoriler, kendini tanımlamak ve konumunu sabitlemek için ötekinin varlığına ihtiyaç duymaktadır. Popülizmde kadın kategorisi, açık bir şekilde boş gösteren olarak ele alınmamaktadır. Fakat popülist üsluplarda kadınların/kadınlıkların anlamının içinin boşaltılmak ve bu sayede yeniden anlamlandırmak istendiği görülmektedir. Popülist üsluplar, kadın kimliğini belirlememekle birlikte, yukarıda Butler’a referansla bahsedildiği gibi, toplumsal öznenin kurulumunda rol oynamaktadır.

Boş gösteren haline getirilmek istenen kadın kategorisi, popülist aktörler ve popülist üsluptaki maskülenlik ile birlikte, erkek kategorisi üzerinden tanımlanmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda kadın kategorisi, popülist aktörlerin eril söylemlerinde, örtük bir şekilde, “erkek gibi olmayan” olarak kodlanarak ötekileştirilmekte; dönem ve bölge şartlarına göre bu tanıma farklı eklemeler yapılmaktadır. Erkek kategorisinin toplumsal alanda tarihsel köklere sabitlenmiş konumu, kadının anlamlandırılma sürecinde hangi statüde olacağını da göstermektedir. Bu statü, ataerkil olan toplumda kuşkusuz ki “erkekten” daha aşağıdadır.

Fark ve farklılıklar hem negatif hem de pozitif anlamlara gelebilmektedir. Sınıflı toplumu oluşturma ve bu sınıflar arası hiyerarşiyi kurma açısından farklar negatif bir duruma işaret etmektedir. Fakat heterojen ve çok sesli bir toplumun oluşumu için ise pozitif anlam taşıyan fark gereklidir. Farklılıkların ortadan kaldırılması, homojen toplum için gerekli bir durumdur. Fakat dışsal düşmanı yaratabilmek için ihtiyaç duyulan ötekinin varlığı da bu farka dayanmaktadır. Bu nedenle fark meselesi, dahil olduğu kontekst içinde ele alınmalı ve onunla birlikte tartışılmalıdır. Popülizm için fark, toplumsalın kurulmasının zorunlu bir koşuludur. Farkların oluşturduğu sistem, anlamlandırma için gereklidir (Laclau, 2012: 96). Heterojen toplumun kurulması için gerekli olan fark bu anlamda pozitif bir mevziye işaret ederken, aynı zamanda egemen söylemin izin verdiği ölçüde, heterojen olan toplumun inşasında sadece iktidarın onayladığı farkların varlık gösterebilmesi, gözden kaçırılmaması gereken bir

durumdur. Bu bağlamda popülizm genellikle kadın-erkek farkını onaylarken; diğer cinsiyet kimlikleri, onaylanmayan azınlıklar, hatta halkın yaşam alanını tehdit eden düşmanlar olarak görülmektedir.

Popülist Üslup İçinde Kadının Konumu

Popülizm ve toplumsal cinsiyet kavramlarını disiplinlerarası bir yaklaşımla ele alan çalışmalar, genellikle siyasal iletişim alanında yürütülmektedir.¹² Siyasal partilerin ve politikalarının cinsiyetçi tutumları, kadın parti liderlerinin söylemleri ya da seçmen davranışları bu alandaki ağırlıklı çalışma konusudur.

Popülizm ve toplumsal cinsiyet politikaları arasındaki ilişki, kültürel anlamda, büyük ölçüde birbirine bağlıdır ve siyasal alandaki popülist aktörlerin cinsiyet politikaları, popülist ideolojiden ziyade, ulusal kültür-ideoloji kombinasyonundan etkilenir (Mudde ve Kaltwasser, 2015: 2). Fakat popülizm ve toplumsal cinsiyet sadece kültür ve ideolojinin birleşiminden değil; siyasi bir üslup olarak ele alındığında, performanslardan da etkilenmektedir. Bu haliyle toplumsal alanda hem popülist aktörün kendini ifade etmesi hem de toplumsal cinsiyet kodlarının yayılması birbirini bütünlemede ve tekrarlanarak birbiri içine geçen, sonunda da normalleşen bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu anlamda, cinsiyet temelli popülizm her kültürde farklı şekilde kendini göstermektedir. Dönemin Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Başkanı Donald Trump'ın "Me Too"¹³ hareketine karşı yaptığı açıklamada kadının itibarını değersizleştirilmesi,¹⁴ Brezilya Devlet Başkanı Jair Bolsonaro'nun pandemi sürecinde yaptığı LGBTİ+ bireylere karşı ayrımcı göndermeli açıklaması,¹⁵ popülizme eklenilen cinsiyetçi söylemlere örnektir.

Siyasal alanın erilliği, popülist üsluplarda da görülmektedir. Kadın popülist liderlerin varlığına rağmen, odak neredeyse tamamen erkek liderliğine kaymaktadır (Abi-Hassan, 2017:427). Yukarıda bahsedildiği gibi kadın liderlerin anneliğine odaklanmak, medya görünürlüklerindeki ortak özelliktir (Thomas ve Bittner, 2018; Trimble vd., 2019 akt. Curtin ve Greaves, 2020: 183). Kadın liderin kimliğinin annelik

¹² Bu alandaki diğer çalışmalar için bkz. Stavrakis ve Katsambekis, 2014; Mudde ve Kaltwasser, 2015; Abi-Hassan, 2017; Saresma, 2018; Kantola ve Lombardo, 2019; Curtin ve Greaves, 2020.

¹³ 2017 yılında sosyal medyada yayılmaya başlayan Me Too hareketi; cinsel taciz ve cinsel saldırıya karşı başlatılmış, bireylerin hikâyelerine odaklanan bir harekettir.

¹⁴ "Amerika'daki genç erkekler için suçlu olmayabileceğiniz bir şeyden suçlu olabileceğiniz korkutucu bir zaman" (Diamond, 2018). (Çeviri bana aittir.)

¹⁵ "Artık bir ibne ülkesi olmayı bırakalım" (Koyuncu, 2020).

üzerinden tanımlanması ve bunun medyada sürekli olarak tekrar eden bir performans haline gelmesi, toplumsal alandaki kadın kimliğini inşa etmektedir.

Yeni Zelanda Başbakanı Jacinda Ardern'in anneliğine odaklanması; Danimarka eski meclis üyesi Pia Kjaersgaard'ın, ulusun annesi olarak tasvir edilerek "Mama Pia" olarak adlandırılması (Meret, 2015 akt. Abi-Hassan, 2017: 439) ve Türkiye'deki İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener'e, internet kullanıcıları arasında "Meral Mommy" (Meral Anne) olarak hitap edilmesi; popülizm ve toplumsal cinsiyet kodlarının bir arada sunulmasına örnektir. Siyasetçilerin liderlik vasıflarının, cinsiyetlerin imlediği tanımlar üzerinden kurulması ve konumlanması, popülizmin "biz-öteki" karşıtlığı açısından düşünüldüğünde, kadının annelik üzerinden "biz" konumuna yerleştirilmesinin problemlili olduğu görülmektedir. Çünkü bu konumlandırma, anne olmayan kadının eksik olduğunun iddia edileceği cinsiyetçi söylemi inşa etme riski taşır.

Aynı zamanda, söz konusu annelik problemi, Pia Kjaersgaard ve Meral Akşener örneklerinde anneliğin kutsallaştırılması ve yüceltilmesi anlamında da kadını belirli bir kategoriye sıkıştırdığı ve bunu örtük bir şekilde yaptığı için sorunludur. Siyaset ve medyadaki güçlü kadın temsilinin annelik ile özdeşleştirilmesinin ilk problemi, kadının annelik ile eşitlenmeye çalışılmasıdır. Sonrasında, bu eşitlenme, kadının siyaset gibi eril alanlarda sadece anne olarak var olabileceği fikrini yayma tehlikesi taşımaktadır. İlerleyen süreçte ise norm haline gelen kadınlık-annelik-kutsallık bağlantısının inşası görünmez hale gelme; toplumsal alanda, bireyler arasındaki performanslarla daha da geniş alanlara yayılma riski taşımaktadır. Ulusun annesi olma "mertebesi" ise sadece bu sıfatın yüklendiği siyasetçiye değil, toplum içindeki tüm kadınlara ötekileştirilmemek için geleneksel kodlara uyma zorunluluğunu dayatmaktadır.

Medyada Cinsiyet Kategorilerini Pekiştiren Yeni Stereotipler

Sibel Karaduman ve Enes Çetinkaya'nın *Atiye* dizisi üzerine yaptıkları izleyici alımlaması çalışması; medya içeriklerinin, özellikle bu dizi örneği üzerinden, izleyiciler üzerindeki etkisini anlamaya giden yolda ele alınması gereken çalışmalardan biridir. Çalışmada ortaya çıkan sonuçlardan biri; izleyicilerin diziyi beğenmelerinin sebebinin, *Atiye*'nin erkeğe bağımlı olmayan, özgür ruhlu ve değerleri için savaşabilen, özgür bir kadın olmasıdır (Karaduman & Çetinkaya, 2020: 964). Fakat *Atiye* iddia ettiği kadar özgür, eril söylemi yıkan bir kadın kahraman değildir. Bu bağlamda, izleyicinin özgür kadın anlamlandırması, egemen söylemin kodları ile çevrelenmiştir.

Popülist üslubun özelliklerini taşıyan medya içeriklerindeki mesajın izleyici tarafından daha rahat anlaşılabilmesi için mesajın daha kolay özdeşlik kurulabilecek kodlar aracılığıyla verilmesi gerekir. Politik mesajlar, küreselleşen medya aracılığıyla, gündelik yaşamın her alanına daha rahat girme imkânı bulur. Medya içeriğinde anlamlandırılıp, süreç içerisinde toplum içinde normalleştirilen mesaj, siyasal alandan dışarı taşar. Üslubun medya aracılığıyla normalleşmesi, bireylerin bu üslubu siyasal alanda gördüklerinde daha rahat anlamlandırmasını sağlar. Popülist üslubun özelliklerinden olan kaba tavırlar (Moffitt, [2016] 2020: 75) bu şekilde doğallaştırılır. Bu nedenle siyasal alan dışındaki medya temsillerinde popülizmin izlerini deşifre etmek, popülizmin yer aldığı bağlamı anlamak için işlevseldir.

Popülizm alanında yapılan araştırmalar, siyasal alanın dışına doğru genişletildiğinde farklı durumlar ortaya çıkmaktadır. Özçetin'in de vurguladığı gibi popülist fikirlerin ve temaların üretildiği ve yayıldığı etkili araçlar olan medya ve popüler kültür (2019: 11) içinde de popülizm kendine yer bulmakta, egemen söylemi pekiştirmektedir. Bunun sonucunda, kültürel üretim alanında, izleyicilere doğrudan ya da örtük olarak popülist kodlar/mesajlar verilebilmektedir.

Cas Mudde ve Cristóbal Rovira Kaltwasser'in de belirttiği gibi (2015: 21) toplumsal cinsiyet ve popülizm arasındaki bağ nispeten zayıf ve oldukça karmaşıktır. Toplumsal cinsiyet ve popülizmin kesişim noktaları, dizi anlatısının merkezindeki şu temalar üzerinden analiz edilmiştir: (i) Akıl-doğa ikiliği üzerinden kurulan kadın-erkek kategorileri ve bu kategorilerin birbiri ile olan ilişkileri, (ii) kadın kategorisinin antik kökenlere dayandırılarak kutsallaştırılması yoluyla inşa edilmesi, (iii) aile kurumunun inşa edilmesi ve kutsallaştırılması, (iv) anne olarak ele alınan kadın, (v) biz-öteki ayrımı üzerinden kurulan dışsal düşmanlar.

Atiye dizisi; geleneksel kadınlık kodlarına uymayan, özgürmüş gibi gösterilen (karakterin soyadı bile Özgürsoy'dur) bir kadın karakterin başından geçen olayların anlatıldığı, kurmaca tarihi öğeler ile desteklenmiş, kurgusal bir dizidir. Karakter, geleneksel yapı içerisinde yer almasına rağmen stereotiplerden arındırılmış gibi gösterilse de anlatı içinde sürekli olarak kadının nasıl olması gerektiği, ailenin önemi, kutsallaştırılan kadın ve aile kurumuna saldıran düşmanlarla savaşmak gerektiği gibi kavramlar ve temalar üzerinden medyada kadınlık yeniden inşa edilmektedir. Kadının özgürmüş gibi temsil edilmesi, ona yeni bir temsiliyet alanı açıyormuş gibi görünse de bu temsil, yeni stereotipler yaratarak söz konusu inşanın üzerini örtmektedir. Aynı

zamanda kurmaca içinde yer alan mesajın tarihi öğeler ve Anadolu mitlerine yaptığı referanslar ile birlikte verilmesi, yeni stereotiplerin inşa sürecini gizleyen başka bir durumdur. Bu durumlar, yukarıda bahsedildiği gibi Hall'a göre "sembolik şiddet" olarak tanımlanabilir. Medya stereotipleri üzerinden kadın kategorisinin inşa edilmeye çalışılması da Butler'ın bahsettiği, iktidarın beden üzerindeki kurduğu tahakküm ve uyguladığı şiddeti mümkün kılacak toplumsal alanları genişletme imkânı sunmaktadır.

Kadın ve Erkek Kategorilerinin İnşası ve İlişkisi

Popülizmin aidiyet üzerinden kurguladığı köksüzlük karşıtı duruş, meseleyi kadın-doğa ilişkisi üzerinden okuma konusunda da bize verimli bir alan açmaktadır. Geleneksel erkeklik kodları ulusal tarih içinde pekiştirilerek, bu kodların, erkeğin özünde olan doğal özellikler olduğu vurgusu yapılmaktadır. Bu da meselenin temelindeki inşayı görünmez kılmaktadır. Aynı şekilde geleneksel kadınlık kodları da ulusal tarihe dayandırılarak, negatif özellik atfedilen bu kodların, kadının doğasından ileri geldiği inşası doğallaştırılmaktadır. Bu inşadaki sorun çift yönlüdür. İlk olarak, bu inşada kadının kimliği sabit, özsel ve doğal bir kategori olarak kabul edilmektedir. Hatta "*kadınlar* teriminin ortak bir kimliği ifade ettiği varsayımı da feminizm için siyasi bir sorun" (Butler [1999] 2012: 46) teşkil etmektedir. Kadın kimliğinin ortak bir kimliği ifade ettiğini kabul etmek; toplum içindeki istikrarlı bir kadın kimliğinin kurulması, dolayısıyla makbul ve makbul olmayan kadının inşa edilmesi anlamında kaçınılması gereken bir durumdur. Bunun sonucu olarak ortaya çıkan diğer problem ise kadın kimliğinin özsellığe dayandırılarak, inşa sürecinin görünmez kılınmasıdır. "Kadınlar kategorisini tutarlı ve istikrarlı bir özne olarak inşa etmek, toplumsal cinsiyet ilişkilerini istemeyerek de olsa düzenleyip şekleştirmek" (Butler [1999] 2012: 49) anlamına gelir. Bu gizleme sonucunda mesele yine birinci soruna dönmekte ve özsellik üzerine temellendirilen kadının doğası miti pekiştirilmektedir. Bu iki mit döngüsel olarak birbirini yeniden üretmektedir.

Atiye dizisi yukarıdaki tespitleri doğrularcasına Göbeklitepe'de gizemli bir sembol bulunması ile başlar; "Doğu'nun kutsal gizemi" üzerinden kadın, doğa ve kutsallık arasında doğrudan bir ilişki kurmaktadır. Kutsal gizemin anahtarı olduğu söylenen Atiye; içindeki, onu çağıran sesi dinleyerek sembolün peşine düşmektedir. Bu arayış, karakterin kim olduğunu bulmasının yolculuğudur ve yolculuk boyunca herkes karaktere sürekli olarak kim olduğunu sormaktadır. Dizinin anlatısına göre Atiye kendini tamamlanmamış hissetmektedir. Kim olduğunu bulmak ve görevini

yerine getirebilmek için Erhan'a ihtiyacı vardır. "Kapıyı bulmak Erhan'ın, açmak Atiye'nin görevidir" (Sezon 1, Bölüm 8). Atiye'nin görevi, ailesinin kadınları arasında aktarılan bir mirastır. Dizideki rasyonelliğin tezahürü olan arkeolog Erhan ise kapıya giden yolu akli ile bulacak olan kişidir. Atiye çocukluğundan beri çizdiği ve Göbeklitepe'de de bulunan sembolü, "sanki bildiğimiz her şeyin ötesinde saklı bir bilgiyi temsil ediyor. Aslında çok basit ama ulaşamadığımız bir şey," (Sezon 1, Bölüm 2) olarak tanımlar. Atiye'nin aradığı şeyin Erhan olduğu göz önüne bulundurulduğunda bilgi, bilim ve erkek arasında kurulan bağlantının açık bir şekilde gösterildiği anlaşılmaktadır. Kadının ruhsallığı karşısında erkeğin rasyonelliği, geleneksel anlatıdaki stereotipleşmiş cinsiyet temsillerinin bir devamıdır. Bu temsiller gibi karakterlerin meslekleri de cinsiyetlendirilmiş mesleklerdir. Erkekler kendi işinin patronu, bilim insanı ya da Althusser'e referansla "devletin baskı aygıtı" olarak görülen polis; kadınlar ise doğa durumuna referansla sanatçı, şifacı, hatta cadı¹⁶ ya da mesleksizdir.

Popülizm, cinsiyetin doğal olduğu ön kabulüyle kadın ve erkek kategorilerini inşa ederken, toplumsal cinsiyet kategorilerini görünmez kılmak için bu kategorileri geçmişe referansla normalleştirir. Popülist iktidar yapısı tarafından kabul edilen cinsiyete dayalı bu ikilikte anlamın kurucusu, hegemonik erkeklik kategorisidir.

Cinsiyet, "toplumsal cinsiyeti tutarlı kılan düzenleyici pratikler gereği zorla var edilmiştir" (Butler, [1999] 2012: 77) ve cinsiyet, toplumsal cinsiyetli bir kategori olarak düşünüldüğünde, sadece kültürel bir yorum olarak anlaşılması anlamsızdır (Butler, [1999] 2012: 52). Bu bağlamda toplumsal cinsiyet, cinsiyetlerin üretildiği tüm mekanizmalardır. Cinsiyet/toplumsal cinsiyet ayrımı, radikal dilbilimsel inşacılık görüşüyle düşünüldüğünde, Butler'a göre ([1996] 2014: 13) "toplumsal cinsiyetin önceleyeni olarak kabul edilen 'cinsiyet'in kendisi bir varsayıma dönüşür, bir inşa, dil sınırları içinde sunulan, dili önceleyen, inşayı önceleyen bir inşa haline gelir". Bu da cinsiyeti söylemsellik öncesi bir alana konumlandırmaktadır. Fakat "cinsiyet, söylemsellik öncesi bir anatomik oluşallık olarak kavranamaz" (Butler [1999] 2012: 54). Bir inşa olarak atanmış cinsiyet, tıp tarafından biyolojik temele dayandırılarak bireye atanan ve bilimsel olduğu ileri sürülerek anlamı sabitlemek istenen

¹⁶ Zühre toplum tarafından hem şifacı hem de cadı olarak adlandırılır. Kız kardeşi Seher'in yakılma sahnesi de medyadaki "cadı" arketipinin klişeleşmiş cezalandırma sahnesidir. Mistik güçlere sahip olduğu söylenen bu ailedeki kadınların isimleri de (Zühre, Serap, Seher) doğa ile ilişkili ve kadın-doğa arasında kurulan ilişkiyi sağlamaştıran isimler olarak seçilmiştir.

kategoridir. Atanmış cinsiyetin oturtulmak istendiği bilimsel konuma karşın toplumsal cinsiyet değişken bir yapıdadır. Bu nedenle söylem her ne kadar toplumsal cinsiyetli özneyi inşa ediyormuş gibi görünse de aslında bunu atanmış cinsiyetin ön kabulü ile, onu örtük bir şekilde araçsallaştırarak yapmaktadır. Bu nedenle her iki kategori de aslında inşa edilmiştir ve problemlidir.

Bu noktada, kadın ve erkek arasında yukarıda bahsedilen cinsiyetli toplumun inşa sürecinde “onaylanan” fark, aslında toplumsal cinsiyeti, cinsiyetten farklı bir şekilde sabit bir kategori olarak gördüğü atanmış cinsiyet üzerinden tanımlamakta, yeniden üretmekte ve meşrulaştırmaktadır. Butler’a göre ([2000] 2009: 299) “‘toplumsal’ kategorisi, bir pratik olarak dil kavrayışını, iktidarla ilişki içinde bir dil kavrayışını ve dolayısıyla bir söylem kuramını yeniden devreye sokar”. Toplumsal kategorisinin cinsiyet kategorisi üzerinden kurulması da benzer bir sürece işaret etmektedir. Cinsiyet kategorisi, iktidar ilişkileri içinde düzenlenmiş bir kategoridir.

Kadın, erkek ve kadın-erkek birlikteliğini meşrulaştıran dizi; cinsiyetleri tarihsel bir bağlama oturtmakta, bu kategori ve ilişkileri doğallaştırarak heteroseksüel matrisi yeniden inşa etmektedir. Karakterlerin binlerce yıldır birbirini aradığı, ikinci sezonda gösterilmekte; kadın ve erkeğin birlikte olması fikri doğrudan verilmektedir. İkinci sezonun altıncı bölümünde, Erhan’ın geçmişte Atiye için yazdığı çivi yazısı mektupta, kadının erkek için var olduğu söylenmektedir. Bu durum, köksüzlüğe karşı çıkararak aidiyet teması üzerinden geliştirilen söylemin, medyatikleşen popülist üslup ile bir araya getirilmesinin dizideki bir karşılığıdır. Cinsiyetlerin (dizide sadece kadın ve erkek vardır) Göbeklitepe’nin tarihi kadar eski bir kökeni olduğu, bu nedenle “normal” olanın kadın ve erkek olduğu, hatta kadın ve erkeğin birlikteliğinin sağlıklı olduğu fikri doğrudan verilmektedir. “Toprağın rahmine inen o kapı ki ancak kadınla erkeğin bir olmasıyla açılır” (Sezon 2, Bölüm 7). Bu replik de heteroseksüel matrisi, doğa durumuna yaptığı referans üzerinden sabitlemekte ve kutsal bir anlam vererek yeniden üretmektedir.

Dizide yalnız olan erkek dağınık ve eksik, hayatında erkek olmayan kadın ise korumasız olarak temsil edilmektedir. Birinci sezonda eşini kaybeden Serdar, oğlu Ozan’a; Ozan da annesiz büyüdüğü için başka kadınlara sevgisini gösterememektedir. İkinci sezonda Mustafa, Serap (birinci sezondaki eşi) ile hiç tanışmadığı için işkolik biri olarak gösterilmektedir. Evli olup olmadığını soran Atiye’ye, evindeki dağınıklığı göstererek, evli birinin bu kadar dağınık olmayacağını

söylemektedir. Dizide ev işlerinden erkek çocuğa sevmeyi öğretmeye kadar olan tüm işler, kadının işi olarak gösterilmektedir. Kadın, cinsiyetçiliği pekiştiren popülist üsluplar ile çevrenmiştir. Kadını koruma görevi ise yine erkeğe verilmiştir. “Atiye gelecek demek oğlum. Karanlığa gömülü olan aydınlık o. Onu koru” (Sezon 1, Bölüm 8).

“Popülizm ‘halkın’ iradesini ve arzularını yönlendirebilen ve onların üstünde temsilcileri olarak yükselen ‘sıradışı liderlerin’ kişilikleriyle ayrılmaz bir biçimde bağlıdır” (Moffitt [2016] 2020: 92). Dizideki bu kişi; kadınların lideri, onların sesi, hatta tek tipleştirilmek istenen kadının bizzat kendisi olan Atiye olarak gösterilir. Fakat Atiye aslında lidermiş gibi yapmaktadır. Nasıl bir kadın olacağı ailesi tarafından öğretilen Atiye, kadınlık performansını tüm anlatı boyunca sergilemektedir.

Kadının Kutsallaştırılması ve Kadın Doğası Miti

Popülizm çalışmaları, Tuija Saresma'ya göre (2018: 181) “toplumsal cinsiyet körü bir fenomendir”.¹⁷ Çalışmaların toplumsal cinsiyet alanındaki problemleri görmezden gelmesinin sebebi, kavramın bu alana karşı bilinçli bir şekilde kör olmasıdır. Bazı popülist aktörlerin toplumsal cinsiyet eşitsizliğini beslerken kullandığı söylemler genellikle, kadının bağımsızlığının desteklediği; fakat aynı zamanda kutsal ve korunmaya muhtaç olduğu gibi kalıplar üzerinden üretilmektedir.

Anadolu kültüründe var olduğu düşünülen ana tanrıça kültürünün bolluk, bereket, doğurganlık ve doğa ile özdeşleştirilmesinin günümüze yansıyan problemi tam olarak bu noktada ortaya çıkmaktadır. Toplumsal cinsiyet kodlarının tarihsel köklere dayandırılmak istenmesi; toplum içindeki cinsiyete dayalı eşitsizliği pekiştirmekte, medyada yer alan kahramanlık hikâyelerindeki stereotipler ile bu eşitsizlik yeniden üretilmektedir. Burak Özçetin'in (2019) popülizm, medya ve popüler kültür bağlamında ele aldığı *Diriliş: Ertuğrul* dizisindeki sorunlardan biri de budur. Özçetin'in de gösterdiği gibi dizi; mevcut politik retoriğin yeniden üretildiği, ideolojik, tarihsel bir medya içeriğidir (Özçetin, 2019: 6). Kadınların güçlü gösterildiği ve savaşçı olduğu kurgusal tarihi dizilerde (örneğin *Vikings*, *Barbarians* vb.), bu kadınların dâhil olduğu toplumlar devletleşmemiş, gelişmemiş, barbar topluluklar olarak verilir. Buradaki sorun, savaşan kadının ve toplumun barbar olarak görülmesinin yanında, güçlü kadının yine eril bir güce sahipmiş gibi tasvir edilmesidir.

¹⁷ Çeviri bana aittir.

Yeniden icat edilen gelenekler, Eric Hobsbawm ve Terence Ranger'a göre (2006: 5) "geçmişe referansla (bunu tekrar dayatarak yapsa bile) belirginlik kazanan, özünde bir formelleştirme ve rutinleştirme sürecidir". Nitekim geçmişe atıfla kurgulanan diziler de geçmişi güncel durumlar üzerinden yeniden icat eden medya içerikleridir. Bu insanın toplumsal alanda yaygınlaşması ise mesajların farklı içeriklerde tekrarlanması ile olmaktadır.

Modern toplumun kökeniyle kurduğu ideolojik ilişki olan mitler ve bu mitlerin yeniden üretimi olan içerikler aracılığıyla kadın ve doğa arasında kurulmak istenen kutsal ve özsel bağ; popülist aktörler ve içerikler tarafından araçsallaştırılmakta, sabit bir kategori haline getirilmektedir. Aidiyet duygusu üzerinden yeniden üretilen popülizm, modernize edilmiş mitler ile toplumsal konumları sabitlemeye çalışmakta ve popülist aktörler kendi iktidarını bu şekilde meşrulaştırmaktadır.

Kadının köklerini doğaya, doğurganlığa ve aileye dayandırarak kutsallaştırmak, kadını yücelterek, mevcut konumundan yukarı taşıyor ve erkek-kadın kategorileri arasındaki toplumsal eşitsizliği kapatıyormuş gibi görünse de bu durum, kadının domestik konumunu meşrulaştırmaktadır. Bu durum Saresma'nın bahsettiği toplumsal cinsiyet körlüğüne yol açmakta ve toplumsal cinsiyet konumlarını sabitlenmesine aracılık etmektedir. Bu da aslında özgür kadın söylemi üzerinden patriarkayı yeniden üreten yeni kadınlık stereotipini göstermektedir. Altı çizilmesi gereken konulardan biri de, Stuart Hall'un vurguladığı gibi (2017: 335) klişeleştirmenin, sembolik şiddetin kilit unsuru olmasıdır. Çünkü klişeler üzerinden inşa edilmek istenen kimlik, iktidarın tahakkümüne maruz kalır. Medyadaki stereotipler, toplumsal alandaki kimlikleri yansıtmaz; aksine kimliği yeniden üretmek için var edilir. Medyanın bu klişe ve stereotipler üzerinden kimliğin inşa sürecine etki etmesi, onu tahakkümün bir parçası haline getirir.

Dizide akıl-doğa arasındaki hiyerarşik ilişki üzerinden kurulan kadın-erkek ilişkisi, kadının anlamını doğa ile eşitleyerek akılla ilişkilendirilen erkeğin konumundan daha aşağıya yerleştirilmektedir. Kadın-doğa ilişkisi, aynı zamanda "kadın doğası" fikrini meşrulaştırmakta; onu özsel, doğal, sabit/değişmez bir kategori haline getirmektedir. Bu da aslında cinsiyeti, söylemselin ötesindeymiş gibi göstererek, onun inşa sürecini görünmez kılmaktadır. Doğa "meşru" bir kavram olarak kodlandığından, kadının erkek karşısındaki ikincil konumunu yeniden üreterek meşrulaştırmaktadır. Dizideki temsillerin tekrarı üzerinden kadının inşasında görülen, popülizme içkin

köksüzlük karşıtlığı ve aidiyet temaları bu konuda da karşımıza çıkmaktadır. Kadının kökleri doğaya ve kutsallığa bağlanmaktadır.

İkinci sezonda Erhan, Serdar'ın sahip olduğu Gaya Madencilik isimli firmada, maden arama işinde çalışmaktadır. Bu isim Yunan mitolojisindeki yeryüzünün tanrıçası olan ana tanrıça Gaia'ya bir referans olarak görülebilir. Dizide, Göbeklitepe'nin kadın ve doğum ile birebir ilişkili olması ve eril yapılanmaya sahip bu şirketin alanda maden araması; bilimin toprak, dolayısıyla doğa üzerinde kurmaya çalıştığı hâkimiyetin göstergesidir.

Dizide kadının kutsallığı; Venüs yıldızı,¹⁸ turna kuşu,¹⁹ kırmızı yılan,²⁰ Göbeklitepe'deki sembolün olduğu duvar örtüsü, Şahmeran ve İsis'in kanatlarının çizimi ile Efes, Artemis gibi bereket tanrıçasına gönderme içeren heykelcikler ve ay sembolü²¹ gibi farklı görselleştirmeler üzerinden verilmektedir.

Kutsal Aile Anlatısının İnşası

Aile, dizinin anlatısında merkezi konumdadır. Birinci sezonda Özgürsoy ailesi, ikinci sezonda Yılmaz ailesi üzerinden aile anlamlandırılmaktadır. Özgürsoylar iyi ve sıradan, yani halktan; Yılmazlar ise onların karşısında, düzenlerini ve yaşamlarını tehdit eden düşman olarak kodlanmaktadır. Birinci sezonda görülen ailelerin hepsinin kendine ait bir sırrı vardır. Bu sırrarın hepsinin nedeni, aile kurumunu korumak ve devamlılığını sağlamaktır. Karakterler iyi veya kötü olsa da aile onlar için bağlayıcı ve tüm davranışlarının temel noktasıdır. Aile için her şeyin yapılabileceği fikri dizinin kötü olarak gösterilen karakterleri üzerinden de verilmektedir. Serdar ilk sezonda intihar eden eşini, ikinci sezonda ise ölen oğlunu hayata döndürmek için Atiye'nin peşine düşmektedir. Hannah ise hasta annesini iyileştirebilmek için Serdar'a yardım etmektedir.

¹⁸ Bu yıldız, adını Yunan pantheonundaki güzellik tanrıçası Aphrodite'den almaktadır. Aphrodite'in Antik Roma'daki ismi ise Venüs'tür. Bu ismin Türkçe karşılığı ise Zühre'dir (Atiye'nin anneannesi). Venüs yıldızı şeklindeki doğum lekesi, Atiye'nin ailesindeki tüm kadınlarda vardır.

¹⁹ Birinci sezonda bu sembolü barındıran sahneler; Atiye'nin kız isteme törenindeki kahve fincanlarının üzerindeki semboller, Göbeklitepe belgeselinden sonra değiştirilen kanaldaki turna kuşu belgeseli, Atiye'nin annesine hediye ettiği tablodaki turnaya benzeyen fırça darbesi, Erhan ve Önder'in meyhanede konuşurken arkada çalan Allı Turnam şarkısı, Nemrut Dağı'nda Zühre'nin etrafında uçan kuşlar, Cansu'nun bebek battanisi; iki sezon arası geçişte, Göbeklitepe'nin uçan turnalar ile silinmesi; ikinci sezonda yine Elif'in battanisi, Zühre'nin ölümü sonrası Serap'ın gökyüzünde turnaları görmesi, Yılmaz ailesinin evindeki turna figürleri ve Elif'in evindeki turna tablosudur.

²⁰ Yılan, farklı dönemlerde, farklı toplulukların mitoslarında tanrıça ile ilişkilendirilen bir hayvandır. Antik inanç sistemlerinde kutsal ve olumlu bir anlama sahip olan yılan semavi dinler ile birlikte negatif bir anlam yüklenmiştir.

²¹ Ay sembolü, bereketi sembolize eden tanrısal bir semboldür.

Ailenin inşa edildiği, onlara dahil olan farklı kişilerin varlığı ile gösterilmektedir. Zira dizide, biyolojik olarak aileye bağlı olmayan, küçük yaşta bu kuruma dahil olmuş dışsal kişiler de aileden sayılmaktadır. Birinci sezonda Cansu, ikinci sezonda Erhan ve Elif; bağlı oldukları aile yapılarının birer ferdi olarak kabul edilirler. Atiye çocukken Mustafa tarafından bulunan Cansu, aileye dahil edilir. Bu durumu, Mustafa artık dört kişilik bir aile olduklarını söyleyerek anlatır ve ailenin çocukluktan beri inşa edilen bir kavram olduğu izleyiciye gösterilir. Fakat bu, kutsallaştırılan aile kurumunun inşa sürecini gösteren bir veriden ziyade, ailesiz olmanın kötülüğüne işaret eden bir veri olarak da okunabilir.

Yukarıda bahsedilen popülist liderlerin annelik vurgusu da kutsal aile inşası ile ilişkilidir. Aynı zamanda Özkazanç'a referansla, yukarıda açıklanan popülizme içkin aileci muhafazakârlık da dizideki aile anlatısına uyumludur. Dizide aile kurumuna karşı olan beklentiler; sürekli genellemeler üzerinden, anne ve baba figürleri tarafından yapılmaktadır.

“İş aile kurmaya gelince, gelenek göreneğe göre davranmakta fayda var ... Artık başına buyruk hareket etmek yok ... Evlilik ciddi bir müessese.” (Sezon 1, Bölüm 2) “Ben ailemi korumak zorundayım. Ben babayım. Kaç yaşında olursan ol.” (Sezon 1, Bölüm 6) ifadeleriyle somutlaşan genellemeler, karakterlerin kimliklerini geleneksel kodlarla inşa etmektedir. Aile kurumundaki iktidar figürü olarak gösterilen babanın söylemleri ile inşa edilen kimlikler; popülist liderin, halkı inşa ederken birleştirici, aidiyet teması üzerine kurulu, krizlere karşı korumacı ve babacan (bu babacanlık, liderin halktanmış gibi davranması ile benzerlik gösterir) performanslar ile icra edilir.

Popülizm, aidiyet duygusu üzerinden kendini yeniden üretmektedir. Donald MacRae'ye göre (1969: 156) popülizm köksüz olmaya karşıdır. Popülist aktörler bu nedenle halktan gelen kişi, yani “bizden biri” olma iddiaları üzerinden söylemlerini inşa etmektedir. Popülist liderlerin aidiyet vurguları, toplumsal cinsiyet alanında, geleneksel toplumsal cinsiyet kodlarına bağlılık olarak kendini göstermektedir. Bu noktada aile ya da maskülenlik kavramları merkezi bir konuma taşınmaktadır.²² Maskülen özellikleri ile ön plana çıkan kadın popülist liderlerin anneliğine yapılan

²² “Kadına ayrılmış bir kesimi olmayan bu alanda kimi kadınlar, kimliklerini dikkate almaksızın siyaseti ‘erkek gibi’, Tansu Çiller örneğinde de görüldüğü gibi ‘erkeksi’ biçimde siyaset yaparak varlıklarını görünür kılabilirler” (Altındal, 2009: 365). Bu bağlamda, eril bir şekilde yapılan siyaset alandaki kadın aktörlerin maskülen tavrının sebebi, toplumca kodlanan anlayışla uyumlu olarak, “erkek gibi güçlü” olduklarını göstermektir.

vurgu, geleneksel toplumsal cinsiyet normlarını yeniden üretmektedir. Kadının/kadınlığın kökeni, kutsallaştırılan bir doğurganlık üzerinden anne olmaya bağlanmakta ve halk kategorisinin kadınlardan oluşan kesimini de bu yönde inşa etmek için araçsallaşmaktadır.

Atiye'nin, "Ben daha kim olduğumu çözemedim; biz olmaya adayamam kendimi," (Sezon 1, Bölüm 4) diyerek düğünden kaçması; istediklerini yapan, özgür bir kadın olmasından dolayı değildir. Bireysellikten vazgeçerek kendini ailesine adanması için öncelikle birey olması gerekir. Kim olduğunu arayan karakterin kimliğinin söylemsel inşası, ailenin iktidar figürü tarafından yapılır. Fakat Atiye için iktidar figürü baba değil; Zühre'dir ve onun sürekli tekrarladığı Atiye üzerinden kadını bir anne olarak kutsallaştıran söylemleri ve bu kutsallığa sahip kadının iyileştirici olduğunu gösteren pratikleri ile Atiye'nin kimliği inşa edilir. Maskülen kodların taşıyıcısı olan Zühre anneliği ve aileyi kutsayarak eril söylemin sadece erkek karakterlere ait olmadığını göstermektedir. Geleneksel toplumsal cinsiyet normlarını üreten karakter bu örnekte bir kadındır. Zühre karakteri üzerinden kutsal annelik ve ailenin koruyucusu olan kadınlığa yapılan vurgu sadece Atiye'nin kimliğini kurmakla kalmaz. Kadınlığı da kutsal aile anlatısı ile birbirinden ayıramaz bir bütünmüş gibi vererek inşa eder.

İkinci sezonun merkezi konusu olan doğum problemi karşısında aile kurumu zarar görür; fakat kutsallığı daha da pekişir. Popülist lider için kriz ve krizin icrası, kendi güçlü iktidarını meşru bir zemine oturtacağı stratejileri oluşturduğu için (Moffitt [2016] 2020: 180) önemlidir. Dizinin krizi, doğumların olmaması ve bu nedenle aile olamamaktır. "Bugün içinde bulunduğumuz dünyada aile olmak, anne baba olmak mucize haline geldi. Yine de Erhan ve Hannah sevgilerini aile kurumu altında birleştirmek istediler. Onlarla gurur duyuyorum" (Sezon 2, Bölüm 3). Ailenin çocuk olmadan eksik olacağı; fakat evliliğin hâlâ kutsal bir bağ olduğu bu şekilde anlatılmaktadır.

Anne Olarak Kadın

"Homojenleştirilmiş ve basite indirgenmiş 'halkın' söylemsel inşası, ..., geleneksel popülist pratikler yoluyla feminist politika ve feminist kolektif kimliğin inşasının inanılmaz bir şekilde zorluğu anlamına gelir"²³ (Emejulu, 2017: 64). Akwugo

²³ Çeviri bana aittir.

Emejulu'nun bahsettiği pratikler, geleneksel kültürel kodlar ile ilişkilidir. Bu bağlamda popülist eğilimlerin yüksek olduğu toplumlardaki kadının konumu, geleneksel kodlar üzerinden belirlenmeye yatkındır. Alev Özkazanç'ın da belirttiği gibi (2020: 28) siyasal popülist hareket ve rejimlerde cinsiyetçilik ve kadın düşmanlığı kendini belli etmektedir. Bazı toplumlarda bu eğilim açık bir şekilde belli edilirken; bazı toplumlarda ise annelik, "huzurlu yuvayı kurma ve onun devamlılığını sağlama" gibi kadınlara atfedilen kutsal görevler aracılığıyla, kadın kategorisi sanki önemli ve birincilmiş gibi hissettirilir. Örtük bir şekilde cinsiyet eşitsizliğini körükleyen bu söylemler, kadını yine edilgen konuma sabitlemekle kalmaz; aynı zamanda anne olmak istemeyen ya da olamayan, evlenmek istemeyen ya da evlenemeyen kadınları, toplumun kutsal değerlerini sabote eden "Öteki" olarak konumlandırır.

Dizide kutsal olan, aslında anne olan kadındır. Ana tanrıça kültü ile kutsallaştırılan kadınlığın birincil varlık sebebi, doğurganlık olarak gösterilmektedir. İkinci sezonun hikâyesinde doğum küresel bir kriz olarak gösterilir ve çözümünün kadınlarda olduğu mesajını verilir. Fakat kadın kahramanın dünyayı ve geleceği kurtarmak için yüklendiği misyon, geleneksel anlatıdaki erkek görevinden farklıdır.

"Dünya büyük bir şeye gebe ve doğum Anadolu'da olacak." (Sezon 1, Bölüm 7)

"Sen hepimizsin Atiye. Bütün kadınlar için, onların şifası için toprağın rahmiyle buluştuğunda doğum gerçekleşecek." (Sezon 2, Bölüm 1)

"Tepe içindeki mucizeyi koruyor. Sen de içindekini korumak zorundasın. Nasıl ki bir tohum ağaç olacağını bilir, nasıl ki toprak o kök salana kadar onu saklamayı bilir ve yağmur o filizlenip çiçek açana kadar onu beslemesi gerektiğini bilir ve güneş o büyüüp güçlenene kadar ona hayat ateşinden üfler; sen de biliyorsun." (Sezon 2, Bölüm 4)

Bu örnekler hem doğumu hem de anne olarak kadını kutsallaştırmakta, kadının kurtarıcılığını anneliğe sabitlemektedir. Popülist liderlerin ulusal uyanışın taşıyıcısı oldukları imajını güçlendiren öncü kadınlık performansları (Moffitt [2016], 2020: 106), dizide Atiye'nin uyanışı üzerinden gösterilmektedir.

Dışsal Düşmanlar

Sağ popülizm genel olarak feminizm karşıtı bir duruş sergiler. Hem liderlere hem de kitlelere tezahür eden cinsiyetçilik, homofobi, kadın düşmanlığı, hiper-erkeksilik ya da aileci muhafazakârlık; sağ popülizmin farklı ülkelerdeki ortak özellikleridir (Özkazanç,

2020: 28). Özellikle aile üzerine yapılan vurgu, feminizmi dışsal bir düşmanmış gibi kodlamaktadır. Bu ailecilik, “feminizmi kökü dışarıda bir AB ideolojisi olarak kodluyor ve toplumsal cinsiyet eşitliği kavramının içini boşaltarak aileci politikalar ve ailenin ana-akımlaştırılması (*family mainstreaming*) ile değiştiriyor” (Özkazanç, 2020: 32). Dışsal düşman olarak feminizm karşısına, toplumun kutsalı olarak aile kurumunu yerleştiren popülizm, süreç içinde, kadının toplumsal alandaki konumunu, kutsal olanı koruma anlatısı üzerinden domestik alana sabitleyecek şekilde ilerlemektedir. Bu ilerlemedeki sorunlardan biri de kutsallaştırma üzerinden bu inşanın ve normalleştirilmesinin örtük bir şekilde yapılmasıdır.

Popülist üsluplardaki dışsal düşman vurgusu, dizide farklı karakterler üzerinden gösterilmektedir. Aile kurumunu tehdit eden dışsal düşmanlar karşısında, sıradanlaştırılmış kutsal birlikteliğin temsilcileri olarak Atiye ve Erhan bulunur.

Zühre, şifacılığı ile geleneksel toplumun inançlarını tehdit eden dışsal düşmandır. Ortak özellikleri, gündelik konuşmalarında sürekli olarak yabancı kelimeler kullanmak olan; yabancı uyruklu olarak gösterilen Hannah, gizli ve mistik bir örgüte dahil olan Serdar ve tüm senaryolarda ailesinden koparılan (ailesiz olmak, köksüz olmak ile bir arada ele alınabilir ve popülizm açısından bu onaylanmamaktadır) ve “kök salmak istemeyen biri” olarak gösterilen Cansu; popülizmin biz-öteki ayrımı bağlamında dışsal düşmanlar olarak kodlanmaktadır. Dizide de bu karakterlerin, kahramanlara sürekli olarak zarar verdikleri görülür. Ötekinin kötü olduğu fikri, dizinin geneline hâkimdir. Popülizmin “biz” kategorisini inşa ederken icra ettiği ve yaydığı krizin dizideki görünümü bu karakterler üzerinden yapılmaktadır.

Sonuç

Medya, söylemsel olarak üretilen toplumsal kodları yeniden üreten temsiller sistemi ve kültürel üretim alanıdır. Buradaki toplumsal kodlar, medya temsillerinde stereotipleştirilerek bireyi, dolayısıyla toplumu inşa etmektedir. Bu bağlamda medya, halkı inşa etmede işlevsel bir konumda bulunmaktadır. Medya temsilleri ve toplumsal düzen arasında karşılıklı bir yeniden üretim ilişkisi vardır. Temsiller kaynağını toplumdaki alandan alırken, aynı zamanda toplumsal kodları da normalleştirir. Bu da dolaylı olarak, toplumun belirlediği temsillerin toplumu da belirlediğini göstermektedir. Bu bağlamda, medyanın ideolojik işlevi, birey ve halkın inşasında gözden kaçırılmaması gereken bir alandır.

Dizinin anlatısına hâkim olan anneliğine, doğurganlığına ve aileyi koruyan kişi olma durumuna yapılan atıflar üzerinden kadının kutsallaştırılması; popülist kadın liderlerin siyasal alandaki temsil ve üsluplarına benzemektedir. Aile kurumunu kutsallaştırma ve bu kutsal kurumu koruma, yine popülist liderlerin söylemlerinde yer bulan ifadelerle benzemektedir. Annelik ve aile kavramları üzerinden bireyin toplumsal bir konuma ait olması, onu halk açısından daha “güvenilir” ve “samimi” göstermektedir. Ailesiz olmak ise popülist üsluba sahip aktörler açısından bir krizdir ve söylemlerinde eleştirel bir şekilde yer almaktadır. Bu durum, anne olmayan kadını ya da ailesi olmayan bireyleri krizin nesnesi haline getirmektedir. Atiye, kahraman olsa da kadının medya içeriklerindeki edilgen konumunu değiştirmemektedir. Dizinin anlatısında, söz konusu kahramanlığın, bir erkeğin varlığı ile mümkün olacağını göstermektedir.

Atiye ve Erhan dizi boyunca iç ve dış düşmanlara karşı savaşmaktadır. Bu savaşta kadın temsili doğa, erkek temsili ise rasyonellik ile çerçevelenmiştir. Dizideki kadın hem doğurgan olduğundan hem de ailenin kurucusu ve koruyucusu olduğundan kutsaldır. Popülizmin halk ile seçkinler arasında inşa ettiği düşmanlık bu noktada karakterler ve izleyiciler arasında kurulan özdeşlik nedeniyle önemlidir. Dizinin anlatısı, kadın kahraman ile özdeşleşen izleyici açısından, toplumsal cinsiyetli özneyi konumlandırma ve makbul bireyi kodlama gibi açılardan problemlidir. Halk konumundaki izleyici, kendisi gibi halk/biz konumuna yerleştirdiği Atiye ve Erhan gibi “inşa edilmiş köklerine” bağlanmaktadır. Kadınların ve kadın-erkek arasındaki duygusal ilişkinin kutsallığını meşrulaştırarak bunun dışındaki tüm varoluşları, olay ve durumları ötekileştirmekte, dışlamakta, düşman olarak kodlamaktadır.

Eril söylem ve popülist üslup arasındaki kesişim noktalarını, ataerkil toplum yapısı ve geleneksel kültürel kodlar içinde bulmak mümkündür. Halkın inşa edildiği söylemler ve performanslar, halkın içinden gelen liderin üslup ve performansını da etkilemektedir. Türkiye'nin geleneksel yapısında, erkeğin kamusal alanda aktif olduğu, çalışarak para kazandığı; kadının ise daha çok ev içi işler ile ilgili olduğu, annelik üzerinden kendini tanımladığı görülür. Değişen toplumsal yapı sayesinde kadınlar kamusal alanda biraz daha fazla yer edinmiş olsa da geleneksel kodların tortulaşması, kadının tam olarak ev içi konumdan kopmasını engellemektedir. Bu bağlamda, Türkiye'deki popülist üsluplar hâlâ daha aile ve ebeveynlik vurgularına sahiptir. Bu durum, ana akım medya içeriklerinde, geleneksel tutumu yansıtmaya

devam edecek şekilde icra edilmektedir. Alternatif medyalarda ise *Atiye* örneğinde de görüldüğü üzere “değişiyormuş gibi” gösterilmektedir. Fakat bu değişim, eril söylemi ve geleneksel kodları tersine çevirmekten çok uzaktır. Aksine, popülist performansı artırmak için kriz tanımlamalarını, farklı yönlerde ve yeniden üretmektedir.

Popülist üslubun sadece geleneksel kodlardan beslendiğini iddia etmek, kavramın değişken yapısına ters düşecek bir iddiadır. Üslubun farklı bölgelerde ve zamanlarda, farklı şekilde görülmesinin sebebi; farklı kodlara, kültürlere, ideolojilere sahip kişiler tarafından icra edilmesidir. Geleneksel toplumsal cinsiyet kodları her ne kadar geçerliliğini yitirmiş olmasa da küresel kapitalizm ile genişleyen iş kollarının gerektirdiği emek gücü, kadın platformlarının aktifleşmesi ve kadınların görece daha çok alanda varlık göstermeye başlaması ile değişmeye başlamıştır. Liderin hitap ettiği halk içindeki kadın oranı arttıkça, medya aracılığıyla onlara hitap etme gereksinimi de artmıştır. Popülist üsluptaki kadınlara karşı da görülen kaba tavırların yumuşatılması, kadına medya temsillerinde daha çok yer verilmesi, popülist aktörlerin kadına verdikleri değerden dolayı değildir.

Moffitt'e göre ([2016] 2020: 193) popülist kriz performansları istisnasız bir şekilde halk ve elit kategorilerini birbirinden ayırır. Bu bağlamda kadın, popülist aktör(ler) için krizdir ve siyasal alanda kadının maskülen duruşunun sebebi de krizin kendisi değil; çözümü olduğunu göstermek için olabilir. Dizide de *Atiye* kadın olarak hem krizin sebebi hem de çözümdür. Kriz karşısında kendi iktidarını sağlamlaştırmak için yeni kodları sahipleniyormuş gibi görünen popülizm, geleneksel kodlardan kopuk değildir. Medya temsili aracılığıyla da bu durumu toplumsal alanda yaygınlaştırmaktadır. Medyada görülen bağımsız kadın temsilleri, egemen söylemi, özellikle annelik ve bağımsızmış gibi görünen kadın temsili olarak yeniden üretmektedir. Bu temsiller, dışsal düşmanın tehditlerini, köklerinden aldığı güç ile yenmektedir.

Kaynakça

- Abi-Hassan, Sahar (2017). “Populism and Gender.” *The Oxford Handbook of Populism*. Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo ve Pierre Ostiguy (der.) içinde. New York: Oxford University Press. 426-444.
- Alex Sutherland. (Yapımcı), Ozan Açıktan; Gönenç Uyanık; Ali Taner Baltacı. (Yönetmenler). (2019). *Atiye* [Dizi]. Türkiye: Netflix, 2019.

- Altındal, Yonca (2009). "Erkeksi Siyasetin 'Erk'siz Dublörleri". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 12(21), 351-367.
- Aslan, Şebnem (2019). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Nitel, Nicel ve Karma Tasarımlar İçin Bir Rehber*. İstanbul: Eğitim Yayınevi.
- Butler, Judith (2009). "Dinamik Sonuçlar". *Olumsuzluk, Hegemonya, Evrensellik: Solda Güncel Diyaloglar*. Judith Butler, Ernesto Laclau ve Slavoj Žižek (Ed.) içinde. İstanbul: Hil Yayın, 291-310.
- Butler, Judith (2012). *Cinsiyet Belası: Feminizm ve Kimliğin Altüst Edilmesi*. Çev., Başak Ertür, İstanbul: Metis Yayınları.
- Butler, Judith (2014). *Bela Bedenler*. Çev. Cüneyt Çakırlar, Zeynep Talay, İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Butler, Judith (2017). "Olumsal Temeller: Feminizm ve 'Postmodernizm' Sorusu." *Çatışan Feminizmler: Felsefi Fikir Alışverişi*. Seyla Benhabib, Judith Butler, Drucilla Cornell, Nancy Fraser (der.) içinde İstanbul: Metis Yayınları. 44-67.
- Canovan, Margaret (1981). *Populism*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Canovan, Margaret (1999). "Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy." *Political Studies*, 47(1): 2-16.
- Curtin, Jennifer ve Lara Greaves (2020). "Gender, Populism and Jacinda Ardern." *A Populist Exception?: The 2017 New Zealand General Election*. Jack Vowles ve Jennifer Curtin (der.) içinde. Yeni Zelanda: ANU Press. 179-212.
- Diamond, Jeremy (2018). "Trump says it's 'a very scary time for young men in America'." <https://edition.cnn.com/2018/10/02/politics/trump-scary-time-for-young-men-metoo/index.html>. Erişim Tarihi: 26.03.2021.
- Emejulu, Akwugo (2017). "Feminism for the 99%: towards a populist feminism?: Can Feminism for the 99% succeed as a new kind of populism?" *Soundings: A journal of politics and culture*, 66: 63-67.
- Filippi, Massimo; Judith Butler ve Enrico Monacelli (2021). Populisms not Populism. *Scenari*, 1(11), 311-314.

- Hall, Stuart (2017). “Başkasi'nın Gösterisi”. *Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları*. Stuart Hall (der.) içinde. Çev., İdil Dünder. İstanbul: Pinhan Yayıncılık. 291-379.
- Hobbes, Thomas (2007). *Leviathan veya Bir Din ve Dünya Devletinin İçeriği, Biçimi ve Kudreti*. Çev., Semih Lim. İstanbul: YKY.
- Hobsbawm, Eric, J. ve Terence Ranger (2006). *Geleneğin İcadı*. Çev., Mehmet Murat Şahin. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Jagers, Jan ve Stefaan Walgrave (2007). “Populism as political communication style: An empirical study of political parties' discourse in Belgium.” *European Journal of Political Research*, 46(3): 319-345.
- Kaltwasser, Cristóbal Rovira vd. (2017). “Populism: An Overview of the Concept and the State of the Art.” *The Oxford Handbook of Populism*. Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo ve Pierre Ostiguy (der.) içinde. New York: Oxford University Press. 1-24.
- Kantola, Johanna ve Emanuela Lombardo (2019). “Populism and feminist politics: The cases of Finland and Spain.” *European Journal of Political Research*, 58(4): 1108-1128.
- Karaduman, Sibel ve Enes Çetinkaya(2020). “‘Atiye’ Dizisi Bağlamında İnternet Dizi İzleyicisi Alımlama Analizi.” *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 13(73): 956-969.
- Karagül, Soner ve Belma Engin Güder (2020). “Dış Politikada Popülist Söylem ve Girişimler: Trump Siyaseti ve Brexit Süreci.” *Troyacademy Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(5): 109-133.
- Koyuncu, Hüseyin (2020). “Brezilya Devlet Başkanı Bolsonaro: Artık ib*e ülkesi olmayı bırakalım”. <https://tr.euronews.com/2020/11/11/brezilya-devlet-baskan-bolsonaro-art-k-bir-escinseller-ulkesi-olmay-b-rakal-m>. Erişim Tarihi: 26.03.2021.
- Laclau, Ernesto (2007). *Popülist Akıl Üzerine*. Çev., Nur Betül Çelik. Ankara: Epos Yayınları.
- Laclau, Ernesto (2011). “Popülizm: Bir Ad Ne İçerir?” Çev., Hayriye Özen. *Atılım Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1): 135-146.

- Laclau, Ernesto (2012). "Boş Gösterenler Siyasette Niçin Önemlidir?" *Evrensellik, Kimlik ve Özgürleşme*. Ernesto Laclau (der.) içinde. Çev., Ertuğrul Başer. İstanbul: Birikim Yayınları. 95-109.
- Machiavelli, Niccolò (2016). *Prens*. Çev., Gamze Alpaslan. İstanbul: Olympia Yayınları.
- MacRae, Donald (1969). "Populism as an Ideology." *Populism: Its National Characteristics*. Ghita Ionescu ve Ernest Gellner (der.) içinde. Hertfordshire: The Garden City Press. 153-165.
- Moffitt, Benjamin ve Simon Tormey (2013). "Rethinking Populism: Politics, Mediatization and Political Style." *Political Studies*, 62(2): 381–397.
- Moffitt, Benjamin (2020). *Popülizmin Küresel Yükselişi: Performans, Siyasi Üslup ve Temsil*. Çev., Onur Özgür. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mouffe, Chantal (2019). *Sol Popülizm*. Çev., Aybars Yanık. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mudde, Cas (2004). "The populist zeitgeist." *Government and opposition*, 39(4), 541-563.
- Mudde, Cas ve Cristóbal Rovira Kaltwasser (2015). "Vox populi or vox masculini? Populism and gender in Northern Europe and South America." *Patterns of Prejudice*, 49(1-2): 16-36.
- Müller, Jan-Werner (2016). *What Is Populism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Özçetin, Burak (2019). "The show of the people' against the cultural elites: Populism, media and popular culture in Turkey." *European Journal of Cultural Studies*, 22(5-6): 1-16.
- Özdemir, Murat (2010). "Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma." *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (1), 323-343.
- Özkazanç, Alev (2020). *Bir Musibet: Yeni Türkiye'de Erillik, Şiddet ve Feminist Siyaset*. Ankara: Dipnot Yayınları.

- Saresma, Tuija (2018). "Gender Populism: three cases of Finns party actors' traditionalist anti-feminism." *Populism on the Loose*. Urpo Kovala, Emilia Palonen, Maria Ruotsalainen, ve Tuija Saresma (der.) içinde. Finlandiya: Jyväskylä yliopisto. 177-200.
- Shils, Edward. (1956) *The Torment of Secrecy: The Background and Consequences of American Security Policies*. Glencoe, IL: Free Press.
- Spierings, Niels vd. (2015). "Gender and populist radical-right politics: an introduction." *Patterns of Prejudice*, 49(1- 2), 3-15.
- Stavrakakis, Yannis ve Giorgos Katsambekis (2014). "Left-wing populism in the European periphery: the case of SYRIZA." *Journal of Political Ideologies*, 19(2): 119-142.
- Taggart, Paul A. (2000). *Populism*. Philadelphia: Open University Press.
- Zizek, Slavoj (2017). "Popülist Cazibe." *Büyük Gerileme: Zamanımızın Ruh Hali Üstüne Uluslararası Bir Tartışma*. Heinrich Geiselberg (der.) içinde. Çev., Kolektif. İstanbul: Metis Yayınları. 211-224.



Kültür ve İletişim

culture&communication

Yıl: 26 Sayı: 51 (Year: 26 Issue: 51)

Mart 2023-September 2023 (March 2023-September 2023)

E-ISSN: 2149-9098



2023, 26(1): 201-205

****Kitap Eleştirisi****

Fatma Sariaslan*

Politics and Expertise: How to Use Science in a Democratic Society

Siyaset ve Uzmanlık: Demokratik Bir Toplumda Bilimin Kullanılması

Pamuk, Zeynep (2021). *Politics and Expertise: How to Use Science in a Democratic Society*, Princeton: Princeton University Press.

London School of Economics and Political Science'ta öğretim üyesi olan Zeynep Pamuk'un *Politics and Expertise: How to Use Science in a Democratic Society* [*Siyaset ve Uzmanlık: Demokratik Bir Toplumda Bilim Nasıl Kullanılmalı?*] başlıklı kitabı, bilim ve demokrasi arasındaki ilişki için yeni bir model ortaya koyma iddiasında. Kitap aynı zamanda Amerikan Siyaset Bilimi Derneği Siyaset Teorisinin Temelleri Bölümü Birinci Kitap Ödülü sahibi.¹ Kitap, bilim-demokrasi ilişkisi ekseninde COVID-19 salgınına ilişkin politika yapım süreçlerine dair –salgının etkilerinin azalmasıyla daha serinkanlı bir biçimde değerlendirebileceğimiz bir ortamda– oldukça ufuk açıcı bir perspektif sunuyor. Bilindiği gibi COVID 19 salgını nedeniyle, gerek küresel otoritelerin gerekse hükümetlerin politika yapım süreçleri, bilim kurullarının tavsiyelerinden önemli ölçüde etkilenmişti. Bu olgudan hareketle kitapta, hükümetlerin politikalarında bilimsel uzmanlığın kullanımının halkın ihtiyaçları ve

* İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Uluslararası İlişkiler Bölümü
Orcid no: 0000-0002-9295-6477, fatma.sariaslan@medeniyet.edu.tr

¹ The American Political Science Association Foundations of Political Theory Section First Book Award, 2022.

değerleriyle uyumu tartışılarak, bu ikisinin nasıl daha uyumlu hale getirilebileceği araştırılıyor.

Kitabın birinci bölümü; kamu politikasında bilimsel tavsiyenin kötüye kullanımına dair bir örnekle başlıyor.² 2012'de İtalya'nın küçük kasabası L'Aquila'da yedi deprem uzmanının cinayetten suçlu bulunduğu ve altı yıl hapis cezasına çarptırıldığı bir mahkeme kararını ele alan Pamuk bu davada uzmanlara yöneltilen suçlamanın, depremi tahmin edememeleri değil; herhangi bir tehlike olmadığına dair halka yanıltıcı bir güvence vermeleri olduğuna dikkat çekiyor (s. 2). L'Aquila vakasının bir benzerini COVID-19 salgınında küresel ölçekte yaşadığımızı ileri süren Pamuk, salgının hem hükümetlerin bilimsel uzmanların tavsiyelerine bağımlılığını hem de bu ikisi (politika ve uzmanlık) arasındaki ilişkideki sorun alanlarını çok daha büyük ölçekte gözler önüne serdiğini belirtiyor. Ayrıca birçok ülkenin salgın karşısındaki politik tutumunun ciddi hatalar içerdiğini ve menfi sonuçlar doğurduğunu ileri sürüyor.

Kitabın ikinci bölümünde Pamuk; bilimin belirsiz, eksik ve tartışmalı olduğu gerçeğinden yola çıkarak, sosyal değerlerin kaçınılmaz bir biçimde bilimsel araştırma ve tavsiyeleri şekillendirmede etkili olduğuna dikkat çekiyor. Bu noktada yazar bilimin değer yargılarıyla olan bağının bilincinde bir yaklaşım sergiliyor. Bu bölümde Weber'in bilim ve siyaset arasında keskin bir ayırım ve iş bölümü olduğu iddiasından yola çıkılarak, mevcut bilimsel bilginin gerek sivil gerekse politik alandaki tartışma zeminini belirlediğine vurgu yapılıyor. Bilim insanlarının neyin önemli ve faydalı olduğuna dair sahip olduğu yargıların, gündemi ve siyasi kararların çerçevesini nasıl şekillendirdiğine işaret ediyor. Bu noktada yazarın, bilim çevrelerinin tavsiyelerinin önemini hiçbir şekilde yadsımadığını da belirtmek gerekiyor. Ancak Pamuk bilim-siyaset ilişkisindeki sorunların tavsiye süreçlerinde etkin bir biçimde çözülebileceği görüşüne de temkinli bir biçimde yaklaşıyor.

Kitabın üçüncü ve dördüncü bölümleri, uzmanlığın politik süreçlerde kullanılmasında ortaya çıkan çelişkileri ve bunların, halkın katılımı yoluyla nasıl ele alınacağını araştırıyor. Bu noktada yazar, politik değerler ve kararların bilimin ne

² Bilim çevreleri ve sivil toplum arasındaki etkileşim üzerinde büyük etkisi olan bu olayı kısaca özetlemek gerekirse; 2009'un başlarında bir dizi küçük sarsıntının ardından, altı sismolog ve hükümet yetkilisi, halka açık düzenledikleri bir toplantıda, sarsılmanın daha büyük bir depremin habercisi olma ihtimalinin "düşük olduğunu" söyledi. Günler sonra, 6 Nisan 2009'da 6,3 büyüklüğünde bir deprem meydana geldi, L'Aquila'nın Orta Çağ binaları dâhil birçok bina çöktü ve 309 kişi öldü ve 1.600'den fazla kişi yaralandı. L'Aquila depremi, çağdaş tarihin en feci depremlerinden biri olarak kabul ediliyor. Deprem ardından açılan dava 3 yıl sürdü.

üreteceğini ilk etapta şekillendirdiğini savunuyor. Bu bakımdan Pamuk'a göre bilim, "iktidarın yapısal bir biçimi" anlamına geliyor (s. 49). Salgının ilk çıktığı dönemde, hastalık modellerine hangi değişkenlerin dâhil edileceğine ilişkin Imperial College London ve Institute for Health Metrics and Evaluation (IHME) gibi bilimsel kurumların tercihlerinin, uygulanacak politikaları şekillendirdiğine dikkat çekiyor. Pamuk bu kurumların sunduğu ilk modellerin, daha geniş sağlık önlemleri veya nüfus alt gruplarının ne düzeyde etkilendiği üzerinde çalışmak yerine, sınırlayıcı bir şekilde, toplam ölüm sayısına odaklandığını belirtiyor. Yazar bu süreçte salgının kısa vadeli sonuçlarının sağlık açısından incelendiğini ve salgına karşı uygulanan politikaların sosyo-ekonomik etkilerinin neredeyse tümüyle ihmal edildiğini hatırlatıyor. Sosyal izolasyonun ve bunun bir sonucu olarak derinleşen ekonomik gerilemenin ruh ve beden sağlığı üzerindeki etkileri, artan aile içi şiddet ve madde kullanım oranları ya da diğer hastalıklar için tedavilerin gecikmesi gibi hususların dikkate alınmadığı vurgulanıyor. Öte yandan, aşı üretimine yönelik araştırmalarda ciddi ilerlemeler kaydedilse de aşılarla ilişkin tereddütlerin sosyolojik dinamiklerine dikkat edilmediği, belirlenen tedavi protokollerinin uygulanması konusunda insanların çekimser kaldığı ifade ediliyor.

Kitabın dördüncü bölümünde somut bir öneri olarak muhalif bir "bilim mahkemesi" tavsiyesi yer alıyor. Bilimin kamu tarafından denetlenmesini kolaylaştırmak amacıyla bu türden bir öneri getiren Pamuk, bir vatandaş jürisinin veya rastgele seçilmiş vatandaşlardan oluşan bir müzakere organı olarak tanımlanan "minikamu"nun (*minipublic*) bu noktada yararlı bir model olacağını ileri sürüyor (s. 104). Bu mahkemenin, hükümetin koronavirüsün yayılmasını yavaşlatmak için ulusal bir tecrit uygulayıp uygulamayacağı gibi kısmen bilimsel meselelerde kullanılmasını öngörüyor (s. 113). Pamuk buradaki asıl gayenin, neyin doğru olduğunun vatandaşlarca belirlenmesinden ziyade, "gerçeğin ne olduğu konusunda anlaşmazlık olduğu ve bilimin belirsiz ve eksik olduğu göz önüne alındığında, belirli bir politikanın amaçları için neye güvenilebileceğini" belirlemek olduğuna dikkat çekiyor (s. 118). Bilim mahkemelerinde alınan kararların politika yapıcılar açısından herhangi bir bağlayıcılığı olmadığını, yani mahkemenin politik kararları veren kişilere yalnızca tavsiyelerde bulunacağını ileri süren Pamuk, karar vericilerin mahkemeye "özel ağırlık ve dikkat" vermesi gerektiğini ifade ediyor (s. 124, 128). Küçük bir vatandaş grubundan müteşekkil bir bilim mahkemesinin politika yapımına doğrudan etki etmesi

güç gibi görünmekle birlikte, mahkemede yapılacak tartışmaların kamuoyunu şekillendirerek dolaylı olarak politika etkisi elde etme ihtimalinin bu öneriyi kırılğan ve nahif olmaktan çıkardığı söylenebilir. Nitekim Pamuk da mahkeme kararı, kamuoyunun kararını aynı yönde etkilediği takdirde, karar vericilerin, mahkemenin kararını da dikkate almak zorunda kalacağını ileri sürüyor (s. 127).

Eser ayrıca bilimsel çalışmalara ayrılan kamu finansmanının yapısını da tartışıyor ve bilimsel araştırmalara fon sağlanması için alınan kararlarının politik çıkar zeminini titizlikle inceliyor. Bilimsel çalışmalara yönelik finansman kararlarının, sosyo-politik değişimin yönünü, hızını ve sınırlarını belirlemede çok önemli bir rol oynadığına dikkat çekiyor (s. 134). Bu bağlamda, özellikle kitabın beşinci ve altıncı bölümleri, bilimsel faaliyetlere yönelik kamu finansmanının siyasi sonuçlarını, tehlikeli araştırmaların kısıtlanmasına yönelik tartışmaları ve araştırma önceliklerinin belirlenmesinde kimlerin rol alması gerektiğini ele alıyor. Ayrıca hangi bilimsel tavsiyelerin uygulanacağı konusunda söz sahibi olanların sadece bilim çevreleriyle sınırlı olmadığına dikkat çeken Pamuk, aynı zamanda finansman kuruluşları ve hayırseverlerin de süreçte belirleyici olan rollerine dikkat çekiyor. Böylece toplumda neyin önemli bilgi sayılacağını ve neyin göz ardı edilebileceğini şekillendirmiş olanlar bu süreçte “tavsiye veren” ve “sözü dinlenen” rolleriyle ön cephede bilim insanları olurken, daha az görünür olan arka cephede ise bu bilim çevrelerini finanse eden kuruluşlar ya da “hayırseverler” yer alıyor. Pamuk, bilime ilişkin kamu finansmanının yalnızca bilim insanları tarafından belirlenmesinin yenilikçi araştırmalara ket vurabileceğine dikkat çekerken, diğer taraftan, birtakım “özel çıkarlar” için belirlenen fon aktarımının ise kamusal faydayı göz ardı edebileceğini vurguluyor.

Pamuk’a göre bilimsel araştırmalara yönelik finansmanın dağıtımına karar vermek için siyasi bir güç gerekiyor. Tam da bu noktada, demokratik bir toplumun bu gücü nasıl kullanması gerektiği sorusu gündeme geliyor. Peki, bilimsel özerkliğin değeri ile vatandaşların vergileriyle destekledikleri araştırmalar üzerinde söz sahibi olma hakkı arasındaki denge nasıl kurulacak? Konuyla ilgili olarak yazar kitabında üç öneride bulunuyor. Öncelikle, araştırma önceliklerinin belirlenmesinde daha demokratik yaklaşımların gerekliliği üzerinde duruyor. Bu noktada bilimin kamu yararını nasıl artırabileceğine dair görüşlerin daha katılımcı ve kapsayıcı mekanizmalar yoluyla şekillendirilmesi gerektiğine dikkat çeken Pamuk, bunun için tarihsel olarak ihmal edilen alanlara ve insan gruplarına, bilimin daha fazla

odaklanmasını öneriyor. İkinci olarak yazar, bilimsel araştırmalarda çeşitliliğin sağlanması ve yeniliğin teşvik edilmesi adına, muhalif görüşlerin ve geleneksel olmayan yaklaşımların da finanse edilmesinin daha demokratik bir yaklaşım olduğunu vurguluyor. Çeşitliliğin yalnızca bilimsel ilerleme için değil; aynı zamanda, bilimin demokratik kullanımı için de hayati olduğunu vurguluyor ve bu konuda umut verici bir öneri sunuyor: Bilimsel araştırmalara yönelik hibe tahsislerinde bağımsız değerlendirmenin yeterince etkili yapılmadığından hareketle, en azından bilimsel fonların bir bölümünün dağıtımında kura yönteminin kullanılması ve sıra dışı projeler geliştiren ve kariyerinin ilk aşamalarında olan araştırmacılar için fon tahsis edilmesi (s. 157-159). Üçüncü olarak Pamuk, yüksek risk taşıyan ve belirsizliği yüksek olan bazı bilimsel araştırmaların fonlarının tamamen geri çekilmesinin demokratik bir hak olduğunu savunuyor. Yazara göre bilimsel sürece katılan deneklere bireysel düzeyde zarar veren araştırmaların kısıtlanması yaygınken, topluma zarar verme riski taşıdığı gerekçesiyle araştırmaların sınırlandırılabilmesi durumunun daha çok tartışılması gerekiyor. Bu noktada yazar, bireysel/toplumsal ayrımının ahlaki açıdan keyfi olduğunu savunuyor. Pamuk, ölümcül otonom silahlar, kalıtsal gen düzenleme ve jeo-mühendislik gibi bazı araştırma alanlarının ortaya çıkardığı risklerin gezegen ölçeğindeki kapsamı göz önüne alındığında, araştırma özgürlüğüne ilişkin kaygıların zarar riskine karşı dengelenmesi gerektiğini savunuyor.

Sonuç olarak, dikkate değer felsefi analizler içeren kitap; salgın, iklim değişikliği, yapay zekâ ve çevre koruma konularından muhtelif örneklerle bilimin demokratik olarak nasıl yönetileceği ve kullanılacağı sorusuna tatmin edici bir yanıt niteliği taşıyor. Bu bağlamda yazarın, bilim ve demokrasi arasındaki ilişkinin sağlıklı bir biçimde gelişebilmesi ve küresel sorunlara daha etkili yanıtlar verilebilmesi için bilimsel bilgi üretiminin, halkın ihtiyaçları ve değerleriyle uyumlu hale getirilmesi gerektiğinin altını başarıyla çizen bir eser ortaya çıkardığı söylenebilir.