

**T.C.KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI  
İLETİŞİM BİLİMLERİ DALI**

**TOPLULUK TELEVİZYONLARININ ANAAKIMA KARŞI  
ALTERNATİF YAYIN OLUŞTURMA POTANSİYELİ:  
ALEVİ TELEVİZYONLARI ÖRNEĞİ**

**(DOKTORA TEZİ)**

**Bayram ÇAĞLAR**

**KOCAELİ, 2017**

**T.C.KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI  
İLETİŞİM BİLİMLERİ DALI**

**TOPLULUK TELEVİZYONLARININ ANAAKIMA KARŞI  
ALTERNATİF YAYIN OLUŞTURMA POTANSİYELİ:  
ALEVİ TELEVİZYONLARI ÖRNEĞİ**

**(DOKTORA TEZİ)**

**Bayram ÇAĞLAR**

**Prof. Dr. Cem PEKMAN**

**KOCAELİ, 2017**

**T.C.KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İLETİŞİM BİLİMLERİ ANA BİLİM DALI  
İLETİŞİM BİLİMLERİ BİLİM DALI**

**TOPLULUK TELEVİZYONLARININ ANAAKIMA KARŞI  
ALTERNATİF YAYIN OLUŞTURMA POTANSİYELİ:  
ALEVİ TELEVİZYONLARI ÖRNEĞİ**

**(DOKTORA TEZİ)**

**Tezi Hazırlayan: Bayram ÇAĞLAR**

**Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Kararı ve No: 21.06.2017/16**

**Jüri Başkanı: Prof. Dr. Cem PEKMAN.....**

**Jüri Üyesi: Prof. Dr. Barış ÇOBAN.....**

**Jüri Üyesi: Doç. Dr. Mehmet ARSLANTEPE.....**

**Jüri Üyesi: Doç. Dr. Mustafa YILMAZ .....**

**Jüri Üyesi: Doç. Dr. Bora ATAMAN.....**

**KOCAELİ, 2017**

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	vii
ABSTRACT .....	viii
TEŞEKKÜR .....	ix
KISALTMALAR .....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	xii
TABLOLAR DİZİNİ .....	xii
GRAFİKLER DİZİNİ .....	xiii
GİRİŞ .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR PERSPEKTİFİNDEN KÜLTÜRÜN YENİDEN ÜRETİMİ

1.KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR VE KİTLE İLETİŞİMİ .....	9
2.KÜLTÜREL ÇALIŞMALARDA TEMEL KAVRAMLAR.....	14
2.1.Kültür: Toprakdan Zihnin İşlenmesine.....	14
2.2.Popüler Kültür ve Tâbilerin Muhalefet Stratejileri .....	23
2.3.Kültür Endüstrisi ve Popüler Kültür .....	28
3.İDEOLOJİ VE GERÇEKLİK.....	29
3.1.İdeoloji Kavramı: Gerçekliğin Çarpıtılmış Hali .....	29
3.2.İdeoloji: Seçmeci-Yeğlenen Gerçeklik .....	42
3.3.İdeoloji, Hegemonya ve Medya .....	50
3.4.Hegemonya Kuran İdeoloji Medya İle Anlam Üretir.....	57
4.KÜLTÜR, İDEOLOJİ VE İKTİDAR.....	59

## İKİNCİ BÖLÜM

### ALTERNATİF MEDYA VE ANAAKIMA KARŞI YAYINCILIK: TÜRKİYE'DE ANAAKIM TELEVİZYON

1.ANAAKIM MEDYANIN HEGEMONYASI .....	62
1.1.KİA ve Anaakımlaşma.....	62
1.2.Anaakım Televizyonu Tanımlar .....	63
1.3.Anaakımda Haber İdeolojik Bir Metadır .....	66
2.ALTERNATİF MEDYA VE KARŞI HABERCİLİK .....	69
2.1.Alternatif Medya Kavramı ve Tanımlar.....	69
2.2.Alternatif Medya Muhaliftir .....	71
2.3.Topluluk ve Azınlık Medyası .....	79
2.4.Rizomatik Medya: Yolların Kesişmesi.....	81
2.5.Alternatif Medya Olarak Topluluk Televizyonları.....	83

<b>3.TÜRKİYE'DE ALTERNATİF MEDYA .....</b>	<b>85</b>
3.1.Türkiye'de Alternatif Medya Gereksinimi .....	85
3.2.Hak, Barış, Yurttaş Gazeteciliği/Haberciliği .....	89
<b>4.ANAAKIMIN ETKİN İLETİŞİM ARACI: TELEVİZYON.....</b>	<b>94</b>
4.1.Genel Olarak Televizyonun Etkileri .....	94
4.2.Televizyon ve Mevcut Habercilik Anlayışı .....	99
<b>5.TÜRKİYE'DE ANAAKIM TELEVİZYONCULUK .....</b>	<b>100</b>
5.1.Kamu Yayıncılığı: TRT .....	100
5.2.Türkiye'de Özel Televizyonculuk Süreci .....	103
5.3.Türkiye'de Medyanın Mülkiyet Yapısı.....	105
5.4.Türkiye'de Anaakım Merkezli Televizyon İzleme.....	107
<b>6.ATV: ANAAKIMIN AÇIK ÖRNEĞİ.....</b>	<b>109</b>
6.1.ATV Seyredeceksiniz .....	109

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ALEVİLİK VE ALTERNATİF MEDYA OLARAK ALEVİ TELEVİZYONLARI

<b>1.ALEVİLER: TARİHSEL VE TOPLUMSAL ARKA PLAN .....</b>	<b>112</b>
1.1.Aleviler ve Aleviliği Tanımlamak .....	112
1.2.Kavram Olarak Etkinlik ve Azınlık .....	115
1.3.Azınlık Kavramı ve Aleviler.....	118
1.4.Aleviler ve Ayrımcılık .....	119
1.5.Günümüzde Alevi Sorunları .....	120
<b>2.ALEVİ MEDYASI VE TELEVİZYONLARI .....</b>	<b>127</b>
2.1.Cem TV .....	131
2.2.TV 10 .....	133
2.3.Yol TV .....	135

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ, TEKNİĞİ, EVRENİ VE KATILIMCILARI

<b>1.ARAŞTIRMANIN AŞAMALARI .....</b>	<b>138</b>
1.1.Araştırmanın Amacı .....	138
1.2.Araştırmanın Sorusu .....	138
1.3.Araştırmanın Yöntemi.....	138
1.4.Araştırmanın Hipotezleri .....	139
1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları ve Katılımcılar.....	139
<b>2.ARAŞTIRMADA KULLANILAN TEKNİK .....</b>	<b>140</b>
2.1.Haber Çerçeveleme .....	140
<b>3.YOL TV VE ATV'DE HABER ÇERÇEVELEME .....</b>	<b>145</b>
3.1.Kanalın Adı.....	145

3.2.Haber Bülteni Süresi ve Haberin Genel Konusu .....	145
3.3.İncelenen Bülten Süresi .....	145
3.4.Toplam Haber Bülteni Süresi .....	146
3.5.Haberin Genel Çerçevesi .....	146
3.6.Haber ve Görüntü Kaynağı.....	146
3.7.Haber Kategorisi ve Çeşidi.....	146
3.8.Haberin Özel Konusu .....	146
3.9.Haberde Adı Geçenler .....	147
3.10.Haberde Adı Geçenlerle İlgili İfadeler .....	147
3.11.Haber Sunuş Çerçevesi .....	147
3.12.Haber Başlığı Çerçevesi.....	147
3.13.Basmakalıp Sözcükler, Stereotipler, İmgeler ve Tematik Bilgi .....	147
3.14.Haberde Ögelerine Göre Haberin En Önemli Unsuru.....	147
4.YOL TV ANA HABER BÜLTENİ ANALİZİ .....	148
5.ATV ANA HABER BÜLTENİ ANALİZİ .....	163
6.HİPOTEZLERİN SINANMASI.....	179
7.BULGULAR VE DEĞERLENDİRME .....	182
SONUÇ.....	188
KAYNAKÇA .....	203
EKLER.....	216
ÖZGEÇMİŞ.....	231

## ÖZET

Bu doktora tezi, ‘alternatif medya’ kavramını odak haline getirerek Türkiye’deki çeşitli topluluklar tarafından kurulan televizyon kanallarının, anaakım çizgisinde yayıncılık yapan televizyonlara alternatif olup olamayacağını tartışmaktadır. Tez, Birmingham Üniversitesi Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi’nin (Contemporary Cultural Studies Center) geliştirdiği medya kuramıyla alternatif medya kuramının ortak zeminine dayandırılmıştır. İngiliz Kültürel Çalışmalar Merkezinden Stuart Hall’un 1970’li yıllarda, Antonio Gramsci’ye referans vererek kullandığı ‘hegemonya’ kavramını, medya alanındaki haberlere uygulamasıyla KİA etkisi yeniden tartışılmaya açılmıştır. Söz konusu dönemde haberlerin etkisi ve izler kitlece nasıl okunduğu konusunda yeni bulgulara ulaşılarak toplumsal siyasal, kültürel ve ideolojik konumlanımın ‘etkilenme’ üzerinde belirleyici bir nitelikte olduğu saptanmıştır. Tezde ideoloji, hegemonya ve kültürün siyaset ve medya örüntüleri üzerinde durularak alternatif, radikal, rizomatik ve topluluk medyaları, sorunsal gereği daha çok televizyon haberciliğindeki yönleri araştırılarak hipotezler geliştirilmiştir. Çalışmada, Chris Atton, Olga Guedes Bailey, Bart Cammaerts, Nico Carpentier ve John Downing gibi alternatif medya kuramcılarının geliştirdikleri argümanların ışığında bir yazım gerçekleştirilmiştir. Tez, söz konusu toplulukların kendi medyalarını yaratma, seslerini duyurma ve kendilerini ifade etmede kitlesel bir iletişim aracı olan televizyon kanalının onlara sunduğu olanakların da üzerinde durmaktadır. Türkiye’de ana akım medyada yeterince yer bulamadığı varsayılan Alevi topluluklarına yönelik yayın yapan Yol TV’nin ana haber bültenleri üzerinden izler kitlelerine ulaştırdıkları iletilerin alternatiflik potansiyeli ölçülmüştür. Bunun yanı sıra ana akım televizyon kanallarından ATV’nin ana haber bülteniyle karşılaştırma yapılarak, Yol TV’nin ve diğer Alevi televizyonlarının olası alternatif haber anlayışı ortaya konulmuştur. Çalışmada nicel bir araştırma yöntemi olan içerik analiziyle birlikte haber çerçeveleme yönteminin teknikleri birlikte kullanılmıştır.

**Anahtar Sözcükler:** Kültürel Çalışmalar, Alevi Televizyonları, Alternatif Medya, Alternatif Televizyon, Yol TV, ATV.

## ABSTRACT

This doctoral thesis focuses on the ‘alternative media’ concept to discuss whether the television channels established by several groups in Turkey can be an alternative to the mainstream television channels. The thesis is based on the common ground of the media concept developed by the Contemporary Cultural Studies Center and the alternative media concept. When in 1970s, Stuart Hall from the English Cultural Studies Center used the ‘hegemony’ concept referring to Antonio Gramsci and applied that to media news, the influence of media was brought into question, again. New data was obtained regarding the influence of news in the period in question and the manner they were received by the audience and social, cultural and ideological positioning were found to be determinant on ‘being influenced’. The thesis focuses on the political and media patterns of ideology, hegemony and culture; analyzes the alternative, radical, rhizomatic and community media basically with regards to television reporting and develops hypotheses. The research text is written based on the arguments developed by alternative media theorists such as Chris Atton, Olga Guedes Bailey, Bart Cammaerts, Nico Carpentier and John Downing. The thesis further discusses the communities in question with regards to the opportunities offered by the television channel as a media tool to create their own media, to express themselves and to make themselves heard. Main news bulletins of Yol TV, a TV channel broadcasting mainly for Alevi communities, which is deemed not to have a significant place in mainstream media, were assessed with regards to the potential of the messages they deliver to be an alternative for the audience. Furthermore; a comparison was made with the main news bulletin of a mainstream television channel, ATV and potential alternative news mentality of Yol TV and other Alevi TV channels were revealed out. Content analysis among the quantitative research methods and news framing techniques were used together in the research.

**Key Words:** Cultural Studies, Alevi TV Channels, Alternative Media, Alternative TV Channel, Yol TV, ATV.



## TEŞEKKÜR

*“Topluluk Televizyonlarının Anaakıma Karşı Alternatif Yayın Oluşturma Potansiyeli: Alevi Televizyonları Örneği”* başlıklı doktora tezinin araştırma süresince katkılarını eksik etmeyen ve yol gösteren Sayın Hocam Prof. Dr. Cem PEKMAN’a, bu süre boyunca eleştirileri ve önerileriyle beni yönlendiren Sayın Hocam Doç. Dr. Mehmet ARSLANTEPE ve Sayın Hocam Doç. Dr. Mustafa YILMAZ’a teşekkür ederim. Ayrıca doktora süreci boyunca hemen her başım sıkıştığında görüşlerine başvurduğum değerli Hocam Prof. Dr. Hasan AKBULUT’a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

<b>AA:</b>	<b>ANADOLU AJANSI</b>
<b>AABF:</b>	<b>AVRUPA ALEVİ BİRLİKLERİ FEDERASYONU</b>
<b>ABF:</b>	<b>ALEVİ-BEKTAŞI FEDERASYONU</b>
<b>AÇ:</b>	<b>ALEVİ ÇALIŞTAYI</b>
<b>AFP:</b>	<b>AGENCE FRANCE PRESS</b>
<b>AGİK:</b>	<b>AVRUPA GÜVENLİK VE İŞBİRLİĞİ KONFERANSI</b>
<b>AİHM:</b>	<b>AVRUPA İNSAN HAKLARI MAHKEMESİ</b>
<b>AKP( AK PARTİ):</b>	<b>ADALET VE KALKINMA PARTİSİ</b>
<b>BBC:</b>	<b>BRİTİSH BROADCASTİNG CORPORATION</b>
<b>BİANET:</b>	<b>BAĞIMSIZ İLETİŞİM AĞI NET</b>
<b>BM:</b>	<b>BİRLEŞMİŞ MİLLETLER</b>
<b>CHP:</b>	<b>CUMHURİYET HALK PARTİSİ</b>
<b>DİA:</b>	<b>DEVLETİN İDEOLOJİK AYGITLARI</b>
<b>DHA:</b>	<b>DOĞAN HABER AJANSI</b>
<b>HBB:</b>	<b>HAS BİLGİ BİRİKİM</b>
<b>HBVAK:</b>	<b>HACI BEKTAŞ VELİ VAKFI</b>
<b>İHA:</b>	<b>İHLÂS HABER AJANSI</b>
<b>KİA:</b>	<b>KİTLE İLETİŞİM ARAÇLARI</b>
<b>MBK:</b>	<b>MİLLİ BİRLİK KOMİTESİ</b>
<b>MNG:</b>	<b>MEHMET NAZİF GÜNAL</b>
<b>NATO:</b>	<b>THE NORTH ATLANTİC TREATY ORGANIZATION</b>
<b>POAŞ:</b>	<b>PETROL OFİSİ ANONİM ŞİRKETİ</b>
<b>SETA:</b>	<b>SİYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI</b>

<b>T.C. :</b>	<b>TÜRKİYE CUMHURİYETİ</b>
<b>TCMB:</b>	<b>TÜRKİYE CUMHURİYET MERKEZ BANKASI</b>
<b>TBMM TV:</b>	<b>TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ TELEVİZYONU</b>
<b>TGRT:</b>	<b>TÜRKİYE GAZETESİ RADYO VE TELEVİZYONU</b>
<b>THY:</b>	<b>TÜRK HAVA YOLLARI</b>
<b>TOBB:</b>	<b>TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ</b>
<b>TRT:</b>	<b>TÜRKİYE RADYO VE TELEVİZYON KURUMU</b>
<b>TSK:</b>	<b>TÜRK SİLAHLI KUVVETLERİ</b>
<b>WHO:</b>	<b>WORLD HEALTH ORGANIZATION</b>

## ŞEKİLLER

Şekil-1 .....	73
Şekil-2 .....	76
Şekil-3 .....	82
Şekil-4 .....	92
Şekil-5 .....	143

## TABLolar

Tablo-4.1 .....	148
Tablo-4.2 .....	148
Tablo-4.3 .....	148
Tablo-4.4 .....	149
Tablo-4.5 .....	150
Tablo-4.6 .....	152
Tablo-4.7 .....	152
Tablo-4.8 .....	153
Tablo-4.9 .....	154
Tablo-4.10 .....	157
Tablo-4.11 .....	158
Tablo-4.12 .....	160
Tablo-4.13 .....	161
Tablo-4.14 .....	163
Tablo-5.1 .....	163
Tablo-5.2 .....	163
Tablo-5.3 .....	164
Tablo-5.4 .....	164
Tablo-5.5 .....	166
Tablo-5.6 .....	168
Tablo-5.7 .....	169
Tablo-5.8 .....	170
Tablo-5.9 .....	171
Tablo-5.10 .....	172
Tablo-5.11 .....	173
Tablo-5.12 .....	175
Tablo-5.13 .....	176
Tablo-5.14 .....	178

## GRAFİKLER

Grafik.4.4.1 .....	149
Grafik.4.5.1 .....	151
Grafik.4.6.1 .....	152
Grafik.4.7.1 .....	153
Grafik.4.8.1 .....	154
Grafik.4.9.1 .....	156
Grafik.4.10.1 .....	157
Grafik.4.11.1 .....	158
Grafik.4.12.1 .....	160
Grafik.4.13.1 .....	162
Grafik.5.4.1 .....	165
Grafik.5.5.1 .....	167
Grafik.5.6.1 .....	168
Grafik.5.7.1 .....	169
Grafik.5.8.1 .....	170
Grafik.5.9.1 .....	172
Grafik.5.10.1 .....	173
Grafik.5.11.1 .....	174
Grafik.5.12.1 .....	175
Grafik.5.13.1 .....	177

## GİRİŞ

Bu doktora tezi ideolojik, kültürel, siyasal ve toplumsal olarak herhangi bir toplumda egemen olan medya anlayışına yönelik olarak, altkültürlerin, etnik grup, dini azınlık ya da alt sınıfların, kendi medyalarını yaratma potansiyelinin ne derece gerçeklik kazanabileceğini tartışmaktadır. 1980'li yıllardan başlayarak ülkemizde hayata geçirilen neo-liberal politikalar özel televizyonların kurulmasına imkân vermiştir. Özelleştirme ve özellik kavramlarının toplum hayatıyla birlikte devlet merkezli yayıncılık anlayışında zorunlu değişikliğin getirdiği olanaklar sayesinde çok kimlikli ve çok kültürlü yapılarda önemli kırıldamalar yaşanmıştır. Ekonomik küreselleşmenin siyasal bir sonucu olarak insan haklarına ve inançlara özgürlük gibi kavramların dünya genelinde öne çıkmasıyla, alt sınıftakiler ve muhalifler de kendi medyalarını oluşturma potansiyeline erişmiş, küreselden yerele ve tersine ilişkilerin doğmasına olanak veren bu yeniçağ görünmeyeni görünür kılarken siyasal, inançsal ve toplumsal talepleriyle karşı bir kamusal alan yaratmıştır. Yaratılan bu kamusal alanda seslerini pek duyuramayan toplumsal kesimler kendi gazetelerini, televizyonlarını, web sitelerini, dergilerini oluşturarak egemen medya ile hegemonik bir mücadelenin içine girmeye başlamıştır.

Tezde özellikle alternatif medya olgusu üzerinde durulmuştur. Bu alternatiflik konusu ise Kültürel Çalışmalar kuramının önde gelen isimlerinden Stuart Hall'un, İtalyan düşünür Antonio Gramsci'den ödünç aldığı 'hegemonya' kavramı ile Louis Althusser'in 'devletin ideolojik aygıtları' argümanlarını anaakım ve topluluk medyaları arasındaki mücadeleye uygulayarak tartışmaktadır. Tezde Kültürel Çalışmaların teorik öncülleri ve kabulleri, alternatif medyanın son dönem önermeleri ve ileri sürdüğü yaklaşımların ışığında Alevi televizyonlarının yayın politikası hem medya iletileri hem de örgütlenme çatıları bakımından irdelenmiştir. Çalışmada topluluk medyası temsilcileriyle görüşmeler yapılırken, medya iletilerinde anaakıma benzer habercilik anlayışı gözlemlenen muhalif ve alternatif olma çabası içinde olduğu ileri sürülebilecek Yol TV'nin anahaber bültenlerinin içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizinde haber çerçeveleme yöntemi kullanılarak ana haber bültenlerinin iletileri değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Aynı analiz anaakım

medyadan ATV'ye uygulanarak karşılaştırmalı bir sonuç değerlendirmesine gidilmiştir.

Bu tez çalışmasının kuramsal yapısını İngiliz Birmingham Okulu Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin (Contemporary Cultural Studies Center) yaklaşımı oluşturmaktadır. Kültürel Çalışmalar yaklaşımı günümüzün post-modern toplumunun çok kültürlü yapısına uygun argümanlar ve çözümler üretmesi bakımından tez çalışmasına uygun kuramsal birikim ve yöntemler sunmaktadır. Tezin bir başka amacı araştırma nesnesi olarak kurgulanan alternatif-topluluk medyasının (burada Alevi televizyonları) örgütsel yapılanmasından, çalışanların mesleki formasyonuna kadar bir dizi konuyu ele almayı planlamasıdır. Kültürel Çalışmalar kapsamında gazeteciliğe (televizyonculuk) ilişkin kapsamlı araştırmalar yapılmadığına dikkat çekilmektedir. Kuramın araştırma geleneğinde gazetecilik anlam üretim araştırmaları, kurgusal film ve televizyon eğlence programlarının analizine göre çok daha az sayıda gerçekleştirilmiştir (Alver, 2011: s.259). Kurumsal, örgütsel ve bireysel olarak gazetelerin ve gazetecilerin, televizyon gazetecilerinin, medya alanında işgal ettiği yerin incelenmesi ve bunu Kültürel Çalışmalar perspektifinden şekillendirilmesi bu tezin hedeflediği amaçlardan birisidir.

Tez çalışması dört (4) bölümden oluşmaktadır. Birinci Bölüm '*Kültürel Çalışmalar Perspektifinden Kültür ve İktidarın Yeniden Üretimi*' adını taşımaktadır. Bu bölümde yukarıda anlatıldığı gibi Kültürel Çalışmaların ekseninde hegemonya, ideoloji, iktidar, kültür kavramlarına açıklık getirilerek söz konusu kavramların toplumda ve medyada işleyiş şekli ortaya konulmaktadır. Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin Marksist bir bakış açısına sahip olması nedeniyle birinci bölümde Marksist kuramcıların kültür, ideoloji ve hegemonya çerçevesinde toplumu ve medyayı değerlendirişlerine sınıfsal bir temelden yaklaşılmıştır. Marksizm'in temel argümanları ve öncülleriyle bir yaklaşım ortaya koyarak Marx, Althusser ve Gramsci gibi teorisyenlerin devlet, sınıf, ideoloji ve devletin ideolojik aygıtları, bunların sınıf egemenliği çerçevesinde kurdukları varsayımların ve hegemonyanın özellikleri üzerinde durulmuştur. Bu teorisyenlerin doğal bir takipçisi olan fakat onları bire bir taklit etmeyen, onların varsayımları ve kuramları üzerinden hareket eden Kültürel

Çalışmalar ekolünün öne çıkmış isimleri Richard Hoggart, Stuart Hall ve Raymond Williams'ın hatta John Fiske'nin kültür, ideoloji, popüler kültür, hegemonya ve karşı hegemonya, toplumdaki direnç odakları ve adacıkları, seçkin ve işçi sınıfı kültürleri gibi konulara yönelik çalışmaları ve yaklaşımları irdelenmiş, çağdaş anaakım medyanın, parlamenter ve sınıflı demokratik toplumlardaki hegemonyanın tesisine ne gibi katkılarda bulunduğu bu görüşler çerçevesinde bakılmıştır.

Özellikle Stuart Hall ve Raymond Williams'ın kültür, ideoloji ve hegemonya konusundaki temel yaklaşımları yoğun olarak irdelenmiş, bu düşünürlere ek olarak John Fiske'nin gündelik hayattaki popüler kültürün ve ürünlerinin, egemen sistemin dayatmasına karşı aslında muhalif bir kültürel duruşu ifade ettiği ve hegemonyaya karşı müzakere pratiği geliştirdiği vurgusu yapılmıştır. Buradaki kuramsal yaklaşımda ideolojinin hayatın her alanına hükmedemediği, egemen sınıflar bloğunun hegemonya kurmada müzakere yolunu seçmesinin gerekliliği hatta bunun zorunlu bir durum olduğu belirtilmiştir. İdeoloji ve kültürün bu kuramsal yaklaşıma göre neredeyse bir-birlerinin yerine kullanıldığına dikkat çekilmiş, egemen kültürün karşısına başka kültürler ve tabi ki ideolojiler çıktığı gerçeği vurgulanmış, hegemonya mücadelesinin hayatın her alanında sürdüğü fakat kavramın çoğunlukla iktidar ile ilişkili olduğu kaydedilerek, DİA'nın bu süreçteki rolü ve önemi üzerinde durulmuştur.

Tezin "*Alternatif Medya ve Anaakıma Karşı Yayıncılık*" başlıklı İkinci Bölümünde, anaakım ve alternatif medya konuları üzerinde yoğunlaşarak, birinci bölümdeki hegemonya, ideoloji, kültür ve medya bağlamlarında bir yaklaşım benimsenmiş, anaakım yayıncılık ve onun etkin iletişim aracı televizyonun gücü üzerinde durulmuştur. Bu bölümde anaakım ve alternatif medya ve tabi ki alternatif televizyon yayınları ve kurumları hakkında bilgi verilerek kavramın literatüre girişi açıklanmış ve azınlık, radikal, muhalif, tabandan gelen, alternatif, topluluk, rizomatik özellikli medyaların özellikleri anlatılmıştır. Atton, Carpentier, Camaerts, Downing ve Bailey vd, gibi iletişim araştırmacılarının temel argümanları işlenmiş ve kavramın dünya genelinde ve Türkiye özgülünde tartışılması yapılarak örnekler verilmiştir. Türkiye'de alternatif medya örnekleri ve bu alanda çalışma yapan iletişim



bilimcilerin yaklaşımları, kurum ve kuruluşlarda çalışan ya da yönetici konumunda bulanların alternatif medya hakkındaki değerlendirmelerinin ışığında söz konusu yayıncılık anlayışının gerekliliği ve hatta zorunlu bir hâl aldığı noktası üzerinde durulmuştur. Alternatif medya kavramının son yıllarda Internet dolayımı gerçekleştirilen yayıncılık için kullanılması genel bir yaklaşımı ifade etse de geleneksel medya organlarının hegemonyası ve öncelik sıralamasında yerini koruması, alternatif KİA'ların, özellikle yoksunlaştırılmış, yoksul bırakılmış, ötekileştirilmiş ve seslerini duyurmada yetersiz kalanların mecburi iletişim alanı olduğu görülmüştür. Bu bakımdan bu bölümde alternatif medya daha çok KİA ekseninde ele alınarak, özellikle televizyon yayıncılığının alternatif potansiyelinin hem global hem de yerel düzeyde irdelenmesi gerçekleştirilmiştir. Alternatif medya yayını yapmak isteyenlerle bu yayınları talep edenlerin sosyal, sınıfsal, siyasal, etnik, etik, dini özelliklerinden kaynaklanan yaklaşımın bir ürünü olması hasebiyle adeta zorunlu bir gereksinim haline geldiği öte yandan çağdaş toplumlarda demokrasinin bir gereği olarak alternatif medya kanallarının çoğulculuk ve çeşitliliğe katkı sunduğu, yine bu bakımdan bir arada yaşama zeminine imkân oluşturabileceğine dikkat çekilmiştir. Alternatif medyaya yönelen toplumsal kesimlerin genellikle toplumda görmezden gelinenlerin, radikal siyasal hareketlerin, etnik azınlıkların, marjinallerin, genel nezdinde meşruiyet tartışmasını da törpüleyebileceği ve daha çok hoşgörü ve kültürel yakınlaşmayı, sınıf dayanışmasını, karşı hegemonyayı tesis etmede bir araç olarak kullanılabilmesi kaydedilmiştir.

Bu bölümde bir KİA olarak televizyonun tarihsel gelişimi, süreç içinde konumlanması, kullanım şekilleri, sosyal ve kültürel değerlendirmesi, anaakım habercilik anlayışı ve televizyonda haberlerin ideolojik yapılandırılması, haberde toplumsal kesimlerin temsili, televizyonun bilgi ve enformasyon kaynağı olarak nasıl kullanıldığı üzerinde durulmuştur. Televizyonun bir iletişim aracı olarak etkilerinin kuramsal çerçevede vurgulanmasının ardından Türkiye'deki televizyon yayıncılık sürecine ilişkin bilgiler verilmiştir. Ülkemizde televizyonun kamusal yayıncılık anlayışındaki bütüncül ve modernist bir bakış açısıyla 1990'lı yıllara kadarki TRT dönemi, ardından neo-liberal ekonomik ve siyasal politikalarla özel televizyon

kanallarının nasıl ve ne amaçla inşa edildiği üzerinde durulmuştur. Bu süreçte televizyon kanallarının temsil ettikleri sınıfsal kompozisyon ve kimlerin sermaye ve yatırımlarıyla gerçekleştirildiği, doğası gereği siyasal iktidarla ilişkilerinin onları hegemonya kurmada ve egemen ideolojik söyleminin üretilmesinde nasıl bir yere konumlandığı konusuna da değinilmiştir. Kamu yayıncılığı yapmak üzere hayata geçirilen TRT'nin hükümetlerin sözcülüğünü yapmak zorunda kalması, ona alternatif olmak iddiasıyla ortaya çıkan diğer özel televizyon kanallarının gerçekte böyle bir amaçları olmaması, birbirinin aynı özelliklere sahip birden fazla televizyon kanalının kurulmasının çeşitliliği artırmanın aksine diğerlerini taklit etmesi, hatta Amerika ve Avrupa'daki programları ve habercilik anlayışını hâkim kılmaları, özgün bir çizgi tutturamamaları sonucunu doğurmuştur. Siyasi iktidarla kurdukları dikey ve çapraz ilişkiler nedeniyle genelde hükümetlerin sözcüsü konumuna gelen söz konusu televizyon kanalları, zaman zaman bu kurumla çatışma içine girerek aleyhte (alternatif değil) habercilik ve yayıncılık yapsalar da bu gerginliğin geniş yığınların doğru bilgi ve enformasyona ulaşmasını sağlamaya yönelik olmadığı, daha çok çıkar çatışması ve menfaatlerdeki çelişkiler üzerinde olduğu bilinmektedir. Böylesi bir zeminde doğru bilgi ve habercilikten ziyade kitlelerin manipüle edildiği bir iletişim ortamının şekillenmesi kaçınılmaz görülmektedir.

Televizyon kanalı sahiplerinin sınıfsal yapısı gereği sermaye çevrelerinden geliyor olmaları, onların alternatif bir yayıncılık sergilemelerini başından olanaksız kılmaktadır. Böyle bir iletişim aracının geçmişte ve şimdi de kurulması büyük sermaye ve profesyonel çalışanları gerektirmektedir. Bu yüzden emek dünyası, ezilenler, ötekileştirilmiş topluluklar, marjinalleştirilmişler (LGBT), azınlıklar, etnik ve dini topluluklar, gayr-i Müslim kesimler, çevre sorunları ve çözüm önerilerinde bulunanlar, kadın, çocuk, hayvan hakları savunucuları gibi ilk akla gelen ve toplum algısının pek alışık olmadığı haber aktörlerinin, egemen ideolojinin taşıyıcısı olarak tarif edilen anaakım merkez medya organlarında yer almadığı bilinen bir gerçektir. Ya da adı geçen medyada yer alış şekilleri ve temsilleri haklar temelinde olmayıp ötekileştirilmiş bir anlayışa muhatap olmaktadır. Genelde bu temalar ve sorunlar sadece trajik bir haber konusu olarak ekranlara taşınmış ve izleyiciyi sömürerek reytinge hizmet etmesi amacıyla kullanılır olmuştur. Tezin bu bölümünde Türkiye'de

medya sahipliği konusuna bu bakış açısıyla yaklaşarak çeşitli bilgiler verilmiştir. Öte yandan yine bu çerçevede yapılan çeşitli araştırmalara atıfta bulunularak, ülkemizde televizyonun hala egemen bir iletişim aracı olduğu, televizyon izleme oranları, alışkanlıkları ve güvenilirlik konusu da irdelenmiştir. Türkiye’de kamu yayıncılığı gerçekleştiren TRT ve özel televizyonların George Gerbner’in ifade ettiği gibi tam bir ‘anaakımlaşma’ içinde olduğu vurgulanmıştır. Bu bölümde Postman, Halloran ve Gerbner gibi iletişim bilimcilerin televizyona ilişkin bulguları ve düşünceleri temel veri olarak kullanılmıştır.

Üçüncü Bölümün başlığı ise *‘Alevilik Sorunu ve Alevilerin Alternatif Televizyon Yayınları’*’dır. Bu bölümde Aleviliğin tarihsel ve toplumsal arka planına ilişkin bilgiler verildikten sonra günümüzde yaşadıkları sorunlar, etniklik-azınlık bağlamlarında maruz kaldıkları ayrımcılık irdelenmiştir. Bu konuda yakın dönemde yapılmış çeşitli araştırmalarla ve onların ileri sürdüğü argümanların ışığında bilimsel veriler ortaya konulmuştur. Alevilerin, 2009 yılındaki AKP (AK Parti) hükümeti tarafından hayata geçirilen dört (4) ayrı Alevi Çalıştay’ında (AÇ) tartışılan talepleri ve çözüm önerilerine ilişkin bilgiler de verilmiştir. Her ne kadar bu çalıştaylardan hukuki manada bir sonuç çıkmamış olsa da Türkiye toplumu nezdinde meşruiyetleri ve aynı zamanda talepleri bilinir olmuştur. İşte tezin bu kısmında Alevilerin hangi talepleri nasıl dile getirdikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda kendi iletişim araçları ve örgütleri tarafından sıkça dile getirilen bu taleplere ilişkin üç temel noktaya vurgu yaptıklarını hatırlatmak gerekmektedir. Bunlar; 1) Cemevlerinin ibadethane sayılması, 2) Din derslerinin zorunlu olmaktan çıkarılması ve 3) Eşit yurttaşlık. Bunların ışığında bir bölüm yazımı gerçekleştirilmiş, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) kararları ve benzer kararlarının ülke içindeki mahkemelerden verilmesine karşın yasal bir düzenlemenin yapılmadığı vurgulanmıştır. Bu bölümün ikinci kısmında ise söz konusu talepleri dile getiren bu konuda yayın yapan ve bu anlamıyla da alternatif bir medya olarak tanımlanabilen Alevi televizyon kuruluşlarının yayın politikası, Alevi toplumu, dernekleri ve cemevleriyle ilişkileri ortaya konulmuştur. Bu üç televizyon Cem, TV 10 ve Yol TV’dir.

Yol TV'nin Alevilerin üç ayrı temsil şekline birini oluşturduğu söylenebilir. Bölümde söz konusu televizyonun yayınlarına Alevilerin taleplerinin nasıl yansıdığına öncelik verilmesine karşın, 'ötekiler' olarak bilinen emekçiler, azınlıklar, kadınlar, marjinaler, mağdur edilenler, sosyal paydadan daha az yararlananlar gibi alternatif medyanın ilgi göstermesi gereken alanlara yönelik yayınlarının olup olmadığına bakılmıştır. Bu bölümde Alevi televizyonların başta ekonomik gelirleri olarak reklâm paylarına da değinilerek bir alternatif medya mecrası olarak Alevi televizyonunun yaşadığı zorluklara dikkat çekilmiştir. Söz konusu televizyonların toplulukta aidiyet duygusu yaratırken bu ilişki neticesinde de ekonomik ve sosyal dayanışmayı yarı-amatör personel yapısından zamanla profesyonel personel düzeyine kadar çıkardıkları belirlenmiştir. Örneğin gazeteci Enver Aysever'in bir dönem Cem TV'nin yayın yönetimine getirilerek televizyonun yayın politikasını belirlemesi böyle bir uygulamadır.

Dördüncü Bölüm, bu tezin odağında bulunan Alevi sorunu ve bu alanda yayın yapan televizyon kanallarından biri olan Yol TV ile anaakım merkez medyadan ATV'nin ana haber bültenlerinin veri analizlerine ayrılmıştır. Bu bölümde 'araştırmanın amacı, sorusu, hipotezi, evreni, tekniği, katılımcıları, sınırlılıkları, bulguları ve değerlendirilmesi' yapılmıştır. Bölümde söz konusu televizyonların; Yol TV ve ATV'nin öncelikli olarak haber yayını çerçeveleme ve öne çıkarma yönündeki habercilik anlayışına bakılarak Alevi sorunları, meclis içi ve meclis dışı muhalefetin temsili, insan hakları, demokrasi, azınlıklar, ötekilerin temsili, haber kaynakları, gündem yaptıkları konular bağlamında incelenerek haberlerin sıralaması üzerinden *siyasi, ideolojik, sınıfsal, azınlık hakları, etnik konular, kültürel değerler* çerçevesinde bulgular aranmıştır. Haber analizleri bazı alternatif medya kuramcılarının öncelikli gördükleri toplumsal kesimlerin siyasal ve ekonomik talep ve çıkarlarının öne çıkarılması yaklaşımları ışığında yapılmış, ayrıca İngiliz Kültürel Çalışmalar Merkezi'nin (KÇM) iletişim kuramının argümanlarıyla değerlendirmede bulunulmuştur. Alternatif medya özelliği taşıdığı hipoteziyle hareket edilen Yol TV'nin anaakımla karşılaştırılması yapılarak bu sav sınıanmıştır. Bu yayın kuruluşunun ya da benzer yayın kuruluşlarının egemen iktidar ve tâbi olanların bloğu

arasındaki hegemonik mücadeledeki yeri Antonio Gramsci'nin sınıf mücadelesindeki tarihsel blok kavramıyla ilişkilendirilerek değerlendirmede bulunulmuştur.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR PERSPEKTİFİNDEN KÜLTÜR VE İKTİDARIN YENİDEN ÜRETİMİ

#### 1.KÜLTÜREL ÇALIŞMALAR VE KİTLE İLETİŞİMİ

Kültürel Çalışmalar 1964 yılında İngiltere’de Birmingham Üniversitesi’nde Richard Hoggart öncülüğünde Raymond Williams ve daha sonra Stuart Hall’un katılımıyla Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi (Contemporary Cultural Studies Center) adıyla kurulmuştur. Merkezin çalışmalarında ırk, etniklik, cinsiyet, çevrecilik, medya, ideoloji başlıca ele alınan konulardır. Merkezin kurucuları Neo-Marxist, Yeni-Sol ideolojik perspektife sahip sol entelektüel kesimlerden oluşmaları nedeniyle çalışmalar daha çok işçi sınıfı kültürü, sıradan insanların kültürü, etnik ve ırk gibi konulara yoğunlaşmalarını beraberinde getirmiştir (Güngör, 2013: s.303) Bu bağlamda Merkez kültür, söylem, iktidar, ideoloji ve medya analizlerini araştırmalarının temel konusu yapmıştır. Medya analizlerinin odak noktasında metinlerin ve kültürel pratiklerin anlamlarının sosyal dolaşıma bağlanması yer almaktadır. Bu yaklaşımda popüler kültürün, hegemonyal ideoloji aktarmasından ve yanlış sosyal uzlaşma yaratmasından ziyade direnme potansiyeline sahip olan karakteri incelenmektedir (Alver, 2009: s.32-33).

Kültürel Çalışmaların metin çözümlemelerini, etnografik çalışmaları, psikanalizi, alan araştırmalarını, alımlama çalışmalarını ve söylem çözümlemelerini yöntem bilim olarak kullandığı bilinmektedir. Bu yüzden kuramın daha çok disiplinler arası bir çalışma alanı olduğuna vurgu yapmak gerekmektedir. Kültürel Çalışmaların başlangıçta yoğunlaştığı alan iktidarla ilişkili olan kültürdür. Bu alanda yoğunlaşılmasının en önemli nedeni ise Stuart Hall’un üzerinde hassasiyetle durduğu Amerikanlaşmanın dünyaya hükmeden kültürel dominantlığıdır. Hall’un buradaki kaygısı etnik kültür ve kimliklerin yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olmasıdır (Güngör, 2013: s.304-305). Fakat Kültürel Çalışmaların öncüleri yaptıkları çalışmalarda kendilerini tek bir alanla sınırlamamış, sembolik etkileşimcilik, sembolik antropoloji, dilbilim, semiyoloji, eleştirel kuram, yapısalcılık, post-

yapısalcılık, psikoanaliz ve eylem kuramlarıyla yakın ilişki içine girmişler ve çoklu-disipliner çalışmaları hayata geçirmişlerdir (Alver, 2009: s.33).

Merkezin çalışmaları '*kültür*' kavramından hareket eder. Kültürün birçok tanımı bulunmakla birlikte bir tanıma göre insan topluluklarına kimliklerini veren ve onları birbirlerinden ayırt eden özelliklerin toplamı olarak tarif edilebilmektedir (Mutlu, 2012: s.205). Kültürel çalışmalar kapsamında kültür kavramı önemli bir yer tutarken medya metinlerinin incelemesi de başlıca hedeflerden biri olmuştur. Merkezin çalışmalarında kültür kavramını, kötü metinleri, bulvar ve endüstriyel olarak hazırlanmış kitlesel medya ürünlerini kültürün temel yapı taşlarından biri yaptığı vurgulanmaktadır (Alver, 2007: s.135). Bu çerçevede merkezin yaptığı çalışmalarda metin analizci alımlama çalışmaları önemli yer tutmuştur. Kültür yönelimli medya araştırmalarında üretim, alımlama ve medya metin biçimleri üzerinde duran yaklaşım ve buradan hareketle de söylem konusuna ağırlık verilmiştir. Grossberg, merkezin araştırmalarında söylem olgusunu iktidar bağlamında irdeleyip çözümlerken, iktidar ve anlamın dil aracılığıyla ortaya konulduğuna dikkat çekmiştir (Aktaran: Alver, 2007, s.140).

Stuart Hall ise kültür kavramına temsil noktasından bakmaktadır. Onun yorumuna göre bu temsiliyet kültürel temelde ve bağlamda anlam üretmektedir. Fakat bu basit ve doğrudan bir süreç değildir. Tül Akbal Süalp, Hall'un kültürü bir mücadele alanı olarak gördüğüne vurgu yapmaktadır. Bu alanda tüm iktidar ilişkileri vardır fakat aynı zamanda bağımsız dinamikleri de içinde barındırmaktadır. Yine bu alanda baskın ve tahakküm edici olanla çekinik olan arasında sürekli bir mücadele bulunmaktadır (Aktaran: Kirel, 2012: s.365). Popüler kültür konusunda önemli çalışmalar yapan ve Kültürel Çalışmaları perspektifine dâhil edilen John Fiske, popüler kültürün bir mücadele alanı olduğunu ifade ederken, Hall'un, bu durumu iktidar bloğuna karşı halkın tepki vermesi olarak kaydettiğine dikkat çekmektedir. Fiske, bu sürecin Marksist bağlamdaki sınıf savaşımı kavramından farklı olduğunu ve kültür alanının çevresinde kutuplaştığı merkezi bir çelişki hattı olarak ortaya çıktığını tespit etmektedir (Fiske, 2012: s.41). Merkez, araştırmalarında sol argümanları gündelik hayata, siyasal alana ve medya çalışmalarına temel yaparken,

özellikle Louis Althusser'in (1918-1990) ideoloji ve Antonio Gramsci'nin (1891-1937) hegemonya belirlenimlerine başvurmaktadır. Dahası Kültürel Çalışmalar perspektifinde tüm kültürel boyut hâkim ve bağımlı gruplar arasındaki savaşmalar bakımından çözümlenmektedir (Mutlu, 2012: s.209).

Kültürel Çalışmaların ilk çalışmaları dünyada sosyal ve siyasal hareketlerin yoğun olarak yaşandığı bir döneme rastlamıştır. Medyanın toplum üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkileri 'medya tarihi' boyunca tartışma konusu olmuştur. Özellikle medyanın kitleler üzerinde etkili olduğu tezinin Amerikan ampirik araştırmalarında 1920'li yıllardan başlayan ve 1960'lı yıllara kadar süren 'kuvvetli etki' modellerinin egemenliğinin yeniden tartışmaya açıldığı, yeni bir dönemin başlangıcı olarak kendine yer bulan Kültürel Çalışmalar yaklaşımı, medya izleyicilerinin, takipçilerinin ya da izler kümelerinin konumlanması hakkında paradigmayı dönüştüren çıkışla önemli bir süreç başlatmıştır. Merkezin medya metinlerini okuma biçimleri tezi, medya ve iletişim çalışmalarında yeni boyutun ortaya çıkmasına neden olmuştur.

İletişim alanındaki kaynak (araç) odaklı medya araştırmaları konusuna 1940'lı yıllardan başlayarak 'izleyici' perspektifli araştırmalar yön vermiştir. Amerika'da 'halkın tercihi' adlı kamuoyu yoklamasıyla Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson ve Hazel Gaudet, ardından Joseph Klapper, Elihu Katz ve Paul Lazarsfeld'in 'kişisel etki', 1960-1970'li yıllarda Karl Erik Rosengren gibi medya araştırmacılarının 'Kullanımlar ve Doyumlar' yaklaşımı, izleyicileri ya da bireyi biraz daha öne çıkarmışlardır. Fakat bu araştırmalar ve ölçümler her ne kadar 'izleyici' ve 'bireyin' medyayı kullanma biçimini anlamaya yönelik ise de bunlar medya ve iletişim çalışmaları açısından 'sınırlı etkiler' kategorisine yerleştirilmiştir (Güngör, 2013: s.123). Bu çalışmalar daha çok birey temelli olması bakımından 'doyum-kullanım' ve 'anlık-geçici' kullanım biçimleri olarak kayda geçerken, izlerkitlenin tam bir profilinin çıkarılması konusunda Kültürel Çalışmaların, iletişim ve medya araştırmalarını beklemek gerekmiştir. Kültürel Çalışmalar, medya ve iletişim çalışmalarında tarihsel, ideolojik, sınıfsal, psikolojik, bireysel ve toplumsal yapıyı özellikle de kültürel olgulara bakarak izlerkümünün yönelimlerini incelemiştir. Bu



araştırmalara ‘alımlama analizi’ adı verilirken araç merkezli iletişim ve medya çalışmalarından aktif (etkin) izleyici, kullanıcı anlayışına geçişte yeni bir paradigmanın şekillenmesine öncülük etmiştir.

Alımlama (reception) iletişim sürecinde mesajın amaçlanan kişi, küme ya da izlerkitleyle buluşma anını, ortamını ve sürecini dile getiren bir kavramdır. Alımlamada bu süreç alıcının mesajı alırken dinamik olduğu yani iletişim mesajının (metninin) basitçe ve edilgin bir biçimde tüketilmesi değil onun etkin olarak yeniden üretildiği an olarak kabul edilmektedir (Mutlu, 2012: s.17-18). İ.Ang (1985), J.Radway (1984) ve D.Morley (1980,÷1986) alımlama metodolojisini kullanarak önemli çalışmalar gerçekleştirmişlerdir.

Alımlama yöntemi izlerkmeyi bir yandan etkin bir konuma yerleştirirken bir yanda da iletilerin okunuşu ve yorumlanmasına yönelik açılım sunmuştur. Özellikle kuvvetli etki dönemlerindeki mesajın ‘sihirli bir mermi’ olarak düşünüldüğü ve kaynağın gönderdiği iletileri hiç sorgulamadan absorbe (yutulduğu) edildiği varsayılırsa bu yöntemin medya metinlerine bakışı tekrardan incelenmesi ve bunun da izlerkme ya da kullanıcı merkezli yapılması gerektiği gerçeğine vurgu yapması dikkat çekicidir. Günümüzde hâlâ birçok kesim medyanın etkili olduğunu düşünmektedir. Bu da geçmişteki paradigmanın kalıcı etkisinin büyük olduğunu ortaya koymaktadır. Fakat iletişim çalışmalarında ve medya metinlerin kullanılması veya tüketilmesinde, izlerkmenin çok değişik tepkileri olduğu, olabileceği yapılan ampirik çalışmalarla ortaya konulmuştur. Alımlama analizi tekniğinin geliştirilmesinde Stuart Hall’un önemli etkisi ve katkısı olduğu belirtilmektedir (Güngör, 2013: s.127).

Bilindiği zere Hall, medya metinlerinin okunmasına ve alımlanmasına yönelik ‘kodlama’ ve ‘kodaımı’ şeklinde bir açıklama getirmektedir. Medyatik iletilerin üretim anıyla alımlama anı arasındaki uyum düşüncesini reddeden Hall, izlerkitlenin üç ayrı okuma biçimi olduğunu ifade etmektedir (Maigret, 2013: s.190). Stuart Hall’un modeline göre anlamlı bir söylem olan televizyon programı bir değiş tokuş sürecinde gerçekleşir. Dolayısıyla bu değiş tokuşun her iki yanında yani kodlanmasında ve kodaımındaki oluşturucu unsurlara ayrılması gerekir. Anlamlın

üretimi ve yeniden üretimi kodlama ve kodaçım lanmada aynı evrelerden geçmektedir. Kodlama verilecek olan anlamı, kodaçım lanma da alınacak olan anlamı taşımaktadır (Mutlu, 2005: s.130). Kitle iletişim araçlarınca önerilen kodlama karşısında Stuart Hall, üç alımlama ya da kod çözümü konumu önermektedir. Hegemonik (egemen), müzakereci (uzlaşma) ve muhalif biçim (red) olarak ifade edilen bu okuma biçimlerinde izlerküm enin/izleyicinin medya metinlerini alımlama özellikleri ortaya konulmaktadır. Bu yaklaşımda medya metinleri izlerkitle tarafından bir takım sorgulamalardan geçirilmektedir.

Hegemonik okuma durumunda bir izleyicinin doğrudan ve sınırlama olmadan, örneğin televizyon haberlerinin ve bir aktüalite programının yan anlamını özüm sediği ve iletiyi bu kodlamada kullanılan referans koduna göre çözümlediği kaydedilmektedir. Yani izleyicilerin iletileri üretildiği gibi yuttukları ya da bunlara kandıkları düşünölmektedir. Fakat yine de egemen okuma biçiminde gerilimler ve çelişkiler bulunabilmektedir. Bunun nedeni ise taşınan ideolojinin egemenlerin kendi aralarında ve egemenlik altındakilerle anlamlı etkenler ve medyatik örgütler arasındaki rekabetin ürünü olmasıdır. Uzlaşmacı yani müzakereci okuma biçiminde iletileri alanlar gönderenle uyum içindedir fakat bunun sınırları bulunmaktadır. Bu durum ulusal çıkarların kişisel ya da sınıfsal çıkarlarla çelişmesi, işçi maaşlarının donmasını savunan medya haberlerini ulusal çıkar adına savunan işçilerin aynı zamanda greve de gidebileceği örneğiyle açıklanmaktadır. Muhalif okuma biçiminde ise medya metinlerindeki kodlamaya karşı koyabilmek için yabancı referanslar ortaya çıkarmaktadır. Bu durumda alımlayıcı benimsediği ideolojiyi yan anlamlarını eleştirdiği ideolojiyle karşılaştırır. Burada Stuart Hall'un 1970'li yıllardaki analizleri neticesinde ulusal çıkar yerine işçilerin 'sınıf' çıkarını koyduğu tespiti yapılmaktadır (Maigret, 2013: s.191).

Maigret, David Morley'in ampirik (deneysel) çalışmalarının Hall'un modelini doğruladığını belirtmektedir. Morley, çalışmasını 'Nationwide' adlı TV programının izleyicileri üzerinde gerçekleştirmiş, BBC'de (British Broadcasting Corporation) yayımlanan 'bu sabah' adlı haber programını 29 grup izleyici üzerinden sorgulayıp medya metinlerinin okunmasında kırılma çizgilerini ortaya koyarak bir bakıma

Hall'u doğrulamıştır (Maigret, 2013: s.192). Alımlama çalışmasında bir başka dikkat çeken çalışma Tamar Liebes ve Elihu Katz'ın 1990 yılında yaptıkları Amerikan 'Dallas' dizisi çalışmasıdır. Adı geçen araştırmacıların farklı uluslardan etnik, cinsiyet, din, sınıf ve yaştan bireylerle yaptıkları çalışma, Hall'un kodlama ve kodaçımı şeklindeki formüle ettiği metin çözümlemesini doğrular niteliktedir. Çünkü bu ampirik çalışmada Dallas'ı izleyen her ulustan insanların farklı alımlama biçimleri ortaya koydukları görülmüştür (Güngör, 2013: s.129).

Kültürel Çalışmalar, toplumların sosyal tarihlerinin ve onların kültürlerinin medya iletilerini yorumlamada etkili olduğuna dikkat çekmektedir. Öte yandan Stuart Hall'un, özellikle ideolojik etkide medyanın kendisinin değil onun arkasındaki güçlerin yattığı şeklindeki yaklaşımı oldukça dikkat çekici bulunmuştur. Kültürel Çalışmalar perspektifinden hareketle medya çalışmaları günümüzde daha farklı alanlara yönelmeye başlamıştır. Bu çalışmalarda özellikle 1980 sonrası şekillenen neo-liberal dünya görüşünün etkisi ve sonuçları olarak toplumsalın parçalanmasının ardından yeni oluşan toplulukların, siyasi grupların, inanç (dini) temelli bir hayat yaşayan kesimlerin, marjinal tanımına muhatap olanların ve bunun gibi ötekilerin ve farklıların medya ile ilişkileri üzerine yoğunlaşmıştır. İletişim araştırmacıları yaptıkları çalışmalarda günümüzde izlerkitlenin gerek özel televizyon ya da yayıncı kuruluşların gerekse 1970'li yıllarda düşünülen 'kamu yararına' bütüncül yayın yapan devlet televizyonculuğuna alternatif arayışlar içine girdiği tespitinde bulunmaktadır. Her ne kadar egemen medya yayıncılığının etkisinin kırılmasına yönelik karşı çıkışların tarihi eski de olsa alternatiflik olgusu günümüzde özellikle toplumsal hareketlerin, etnik ve dini kimlik siyasetinin, çeşitlenmiş ve ihtiyaçları değişmiş toplumsal kesimlerin aradığı iletişim biçimi yaratmada bir çıkar yol olarak görülmektedir.

## **2.KÜLTÜREL ÇALIŞMALARDA TEMEL KAVRAMLAR**

### **2.1.Kültür: Topraktan Zihnin İşlenmesine**

Kültür, Latince kökenli 'cultura' kelimesinden gelmektedir ve öncelikle toprağı işleme, ekin ya da hayvan, şeylerin bakımı anlamında kullanılmış ve daha sonraları

toprağın ekilmesinden zihnin işlenmesine değin genişlemiştir (Thompson, 2013: s.149; Eriksen, 2009: s.18; Eagleton, 2005: s.10)\*. Kùltür, kullanım ve tüketim maddelerinden çeşitli halk gruplarının yapısal hak ve görevlerinden, insan düşünce ve becerilerinden, inanç ve alışkanlıklarından oluşan tümel bir bütündür (Malinowski, 1992: s.66). Kùltür, gelenekler aracılıyla yaratılan, âdetler üreten, toplumsal sürekliliğı sağlayan geçmişten bize yadigâr kalan miras; kolektif düşünme, örgütlenme ve birlikte yaşama ve insan tarafından keşfedilmiş bir gerçeklik ve temsildir. Kùltür, belirli bir toplum tarafından yaratılır ve fiilen mevcuttur ve aynı zamanda sürekli olarak kendini yeniler (Kartarı, 2014: s.29). Kùltür bir halkın, dönemin, grubun ve genel olarak insanlığın belli bir yaşama biçimini anlatan bağımsız bir ad, entelektüel ve özellikle sanatsal etkinliğin ürünleri ve uygulamalarını anlatan bağımsız ve soyut bir olgudur; müzik, edebiyat, resim, heykel, tiyatro ve filmidir (Williams, 2012: s.109).

İnsan topluluklarına kimliklerini veren ve onları birbirlerinden ayırt eden özelliklerini toplamı (Mutlu, 2012: s.205) olarak ifade edilen kavram; gençlik kùltürü, inci (pearl) kùltürü, işçi sınıf kùltürü, entelektüel kùltür, toprağı ekip biçme kùltürü, Türk veya Gal (Welsh) kùltürü gibi tasnif edici bir özelliğe de göndermede bulunmaktadır (Hartley, 1994a: s.68).

Kùltürün gündelik kullanımda ve akla yatkın en az iki anlamı bulunmaktadır; bunlardan birincisi sanat, edebiyat ve müzikte ulaşılan en yüksek aşama ve üretilen eserlerdir. İkincisi ise yetiştirmek (cultivate) fiilinin çok daha eskiye dayanan bir kullanımından elde edilen mikroskobik organizmaların ya da bitki türlerinin yapay ortamlarda büyütölüp geliştirilmesini ifade etmesidir (Billington vd, 2010: s.33) Kùltür sembolik bir kavrayıştır ve buna göre anlamların üreticisidir. Bunlar sayesinde bireyler birbiriyle iletişime geçer ve deneyimlerini, anlayışlarını ve inançlarını paylaşırlar (Thompson, 2013: s.158).

-----  
\*“Kùltür” kavramının kökenine ve onunla irtibatlı olan İngilizce ‘cultivate’, ‘uygarlık’ gibi olgulara ilişkin geniş ve ayrıntılı bilgi için; Williams, Raymond (2012). “Culture”. Anahtar Sözcükler (Çev.Savaş Kılıç). İstanbul: İletişim, s.105-112, “CULTURE” (Kùltür, hars) maddesi ve Eagleton, Terry (2005). Kùltür Yorumları (Çev.Özge Çelik). İstanbul: Ayrıntı, her iki çalışmada konuya ilişkin geniş bilgi içermektedir.

Kültür toplumsal hayat içinde üretilip tüketilmektedir. İnsan eliyle yapılmış özel kültürel ürünler toplumsal ilişkiler içinde üretilerek tüketilir ki kültürel ürünler bu süreçte alınılarak dağıtılmakta ve uygun bir şekilde düzenlenip yorumlanarak yeniden üretilmektedir. Kültürel formlar spesifik tarihsel koşullar bağlamları içinde onları izleyen/okuyan/seyredenlerce yeniden imâl edilip yansıtılmakta ve bu üretim de yine toplumsal ilişkiler ve koşullar çerçevesinde şekillenmektedir. Söz konusu kültürel ürünlere yönelik karşı anlam ve yorum üretimi de yine aynı koşullar içinde gerçekleşmektedir (Kellner ve Durham, 2006: s.xxi). Kültür insanların sosyal pratiklerinden gelen anlam üretim süreçlerdir, hiç durmadan süren bu anlam üretimi toplumsal kimliklerinin üretimini sağlamaktadır. Kültür daima oluşum içindedir ve asla tamamlanmaz ve her toplumsal sistem bir kültürel anlam sistemi olarak hizmet eder. Kültür yaşayan bir süreçtir; yalnızca kendi içinde gelişip boy atabilir ve dışarıdan ya da yukarıdan dayatılamaz (Fiske, 2006: s.1; 2012: s.35). John Thompson (2013) , kültürel görüngülerin (fenomen) toplumsal çatışma sorunlarıyla yakından ilgili olduğunu belirterek şunları söylemektedir:

“Kültürel görüngüler her şeyden önce anlamlı inşalar, sembolik biçimler olarak görülür ve kültür analizi bu biçimde yerleşik anlam örüntülerinin yorumlanması olarak anlaşılır. Ama kültürel görüngüler aynı zamanda güç ilişkileri ve çatışma içinde de yer alırlar. Gündelik sözcükler ve eylemlerin olduğu kadar ritüeller, festivâller ve sanat eserleri gibi daha ayrıntılı görüngüler de her zaman belirli sosyo-tarihsel durumlarda, belirli kaynakları kullanan ve değişen güç ve otorite dereceleri bahşedilmiş özgül bireyler tarafından üretilir veya sahnelenirler. Bu anlamlı görüngüler bir kere üretildikten ve sahnelendikten sonra belirli sosyo-tarihsel durumlarda bulunan söz konusu görüngüyü anlamlandırabilmek için belirli kaynakları kullanan diğer kişiler tarafından dolaşıma sokulur, alınılar, algılanır ve yorumlanır. Kültürel görüngüler bu şekilde bakıldığında güç ilişkilerini muhafaza etmeye ya da sekteye uğratmaya hizmet eder. Bu görüngüler gündelik yaşamları sırasında alınılayan ve algılayan kişilerce çoklu, belki de farklı ve

çelişkili yorumlara bağlı olarak değişime uğrarlar ve kullanıma sokulurlar” (Thompson, 2013: s.161).

Geçmişte, kültüre ve kültürlü insanlara bakış konusunda seçkinci bir yaklaşımın bulunduğu ve bunun aynı zamanda sınıflı toplum yapılarının özellikleriyle yakından ilgili olduğu bilinmektedir. Bu yaklaşımın kültürü ve kültürlü insanları aslında bir egemen sınıf bakış açısıyla ilişkilendirildiğinin kanıtı olarak tarif etmek mümkündür.

Kültürlü insanlar; yaşadıkları çağın en iyi bilgisini en iyi fikrini yayma, egemen kılma, toplumun bir uçtan diğerine taşıma tutkusuna sahip olan kişileridir. Bilgiyi kaba, görgüsüz, zor, soyut, profesyonel ve dışlayıcı olan her şeyden kurtarmak, insanileştirmek, kültürler ve bilgiler grubunun dışında etkin hale getirmek için çabalayan ama yine de çağının en iyi bilgi ve düşüncesi olarak koruyan kişidir (Aktaran: Williams, 2005: s.14), şeklinde somutlaştıran Matthew Arnold’un ‘*Kültür ve Anarşi*’de (1869) tanımladığı ‘seçkinci’ bir yaşam tarzını ifade eden yorumunun aksine günümüz toplumlarında kültür; bir söylem kurmak, hikâyeler, imajlar, gösteri ve çeşitli kültürel formlar, pratik ve anlamların işleyişinde politik ve ekonomik olarak yer almak olarak konumlandırılmaktadır.

Kültür ve kültürlü insanlar kavramı çağdaş düşünürleri de sınıfsal çözümler yapmaya itmiştir. Richard Hoggart, *The Uses of Literacy* (1957) başlıklı eserinde, 1950’li yıllar baz alındığında gelir düzeyi düşük orta ve alt sınıf çalışan kesimin ya da işçi sınıfının çocuklarının eğitimi tamamlamadan okuldan ayrılmak zorunda kaldığını belirtirken (Hoggart, 1957: s.337), Pierre Bourdieu, kültürel sermayenin aileden ya da sonradan eğitimle elde edildiğini ifade etmektedir. Eğitim de başarılı olanların genellikle iyi gelire sahip ailelerin çocukları olduğunu kaydeden Bourdieu, ekonomik gelirle eğitimde başarı ve kültürel ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir (Stafford, 2002: s.274). Bourdieu, bir yandan eğitim sisteminin bir kültürel sermaye oluşturduğuna vurgu yaparken, diğer yandan da Marksist bir sınıf anlayışıyla geliri düşük ailelerin çocuklarının toplumsal ve kültürel sermaye edinmedeki başarısızlıklarını ampirik olarak ortaya koymuştur (Timur, 2011: s.224).

Bourdieu, Althusser'in DİA'larındaki 'ideoloji' üreten kurumlar olarak gördüğü okul ve eğitim sistemine benzer bir şekilde, geliştirdiği 'kültürel yeniden üretim' kavramında okulların toplumsal kurumlarla birlikte, toplumsal ve ekonomik eşitsizlikleri kuşaktan kuşağa aktararak sürdürmeye yardım ettiğine de dikkat çekmiştir (Giddens, 2012a: s.758). Bourdieu, kültürü simgesel (sembolik), iktisadi, sosyal sermaye gibi 'habitus'ların yani alanların içinde değerlendirerek, biçimsel bir sermaye formu olduğunu ifade ederken, özellikle günlük hayatta yani yaşam tarzında bu sermayelerin belirgin özellikler taşıyan davranış şekilleri ve kültürler oluşturduğuna vurgu yapmaktadır. Her sınıfın ve onu oluşturan bireylerin (öznelere) kendine özgü iktisadi, toplumsal ve kültürel bir sermayesi bulunduğunu ve bunların belli piyasalarda karşılaştığını ve insan ilişkilerini şekillendirdiğini kaydeden Bourdieu, habitusu; zihinsel ve toplumsal yapıların günlük toplumsal etkinlikler içinde vücut bulmasını sağlayan nakledici veya taşıyıcı mekanizmalar olarak tarif etmektedir (Eagleton, 1996: s.221).

Kültürel sermaye piyasada çeşitli yaygınlıklara bağlıdır ve edinilebilmektedir. Bu edinme şekli toplumsal ve sınıfsal yapıyla yakından ilişkilidir ve amaçlı yani kasti bir edinme sürecine tabi değildir. Kültürel sermaye bu yüzden farklılık yaratan bir özelliğe sahiptir ancak bu bireysel bir çaba ile bir kişide toplanmamıştır. Doğuştan gelen miras kalan ve sonradan elde edilenlerle ortaya konulan özellikleri barındırmaktadır. Kültürel sermaye sınıflar arasındaki farklılıkları ortaya koyduğu gibi sınıfların kültürel sermayeleri de farklıdır (Bourdieu, 1986: s.47-48). Kültürün sermaye olduğu bağlamıyla ilişkilendirildiğinde popüler kültür bir çeşit sınıfsal özelliğe sahiptir, fakat bunu işçi sınıfını da aşan ve tâbi olan tüm sınıfların kültürel sermayesi olarak yorumlamak daha doğru olacaktır.

Arnold, Hoggart ve Bourdieu'nun kültür ve onun eğitimle ilişkisini kurmaları, kavramı sadece formal bir eğitim süreciyle ilişkilendirmeleri nedeniyle eleştirildikleri de olmuştur. Williams, özellikle Matthew Arnold'un yaklaşımını eleştirerek söz konusu tanımlamasıyla ilgili "tüm bunlar kültür" diyerek kinâyeli bir şekilde yoruma tabi tutmaktadır (Williams, 2005: s.14). Bu çerçevede Arnold, '*Kültür ve Düşmanları*' adlı eserinde işçi sınıfını ve hem de onları yönlendirdiklerini

belirttiği gazeteci ve siyasetçileri ‘küçük bir azınlık’ olarak görmekte ve egemen olmayan sınıfın yapıp ettiklerini, gösterilerini ve mitinglerini anarşi olarak değerlendirmektedir. Bu kültürel yapının ve anarşinin nedenini ise aristokrasinin gücünün azaltılması ve işçi sınıfından erkeklere genel seçimlerde oy hakkı verilmesinin bir sonucu olarak değerlendirip ağır eleştirilerde bulunmaktadır (Storey, 2009: s.20). Arnold yine de kaba, yoz, bilgisiz kişilerin en azından devrim istemediğini ifade ederek teselli bulurken yönetime talip olmalarını, ‘kültürsüz’ ve ‘eğitimsiz’ durumları nedeniyle istememektedir (Williams, 2005: s.14). İşçi sınıfının bir takım yönetsel ve politik hak isteklerinde bulunduğu dönemde, Arnold’un geliştirdiği ‘kültür’ tanımı kavramının mükemmeliyet değil, aşinalık; bilinebilir değil yalnızca bilinen değerlere atıfta bulunduğu vurgulanmaktadır. Arnold’a göre toplum, halk ya da sınıf kültürlenmelidir fakat bu bir ulusal devlet fikri, kolektif bir toplumsal düzen şeklinde olmalıdır (Williams, 2005: s.14). Dolayısıyla kültür ve onun temel ereğinin ne olacağı açıkça bir siyasal sistem ve sınıf egemenliğiyle karşılık bulmuş olmaktadır.

Kültür, seçkin tanımdan uzaklaşarak yeni ve güne özgü unsurların devreye girmesiyle daha geniş bir anlam kazanmıştır. Kültür, insan eliyle yapılan gazete haberleri, televizyon programları, fikirler, popüler müzik, sportif olayları izlemek, gece kulüplerine gitmek ya da herhangi bir kafede bir şeyler yiyip içmek gibi pratikleri de içermektedir (Kellner ve Durham, 2006: s.xiv). Richard Hoggart, 1930’lı yıllardaki İngiliz işçi sınıfının günlük yaşam pratiklerini ‘kültür’ olarak değerlendirmekte hatta bunu ‘zengin bir hayat tarzı’ olarak yorumlamaktadır. Ona göre işçilerin plajlarda denize girmeleri, birahanelerde içmeleri, pikniklerde eğlenmeleri, bir birlerine sundukları hediyeler, çay partileri vb, günlük pratikleri topluluk ve sınıf aidiyet duygusunu geliştirdiği için kültürel bir değer olarak sınıflandırılmalıdır (Storey, 2009: s.40).

Bu bakımdan kültür sıradan günlük hayatın içinde bilinen olduğu gibi insan eliyle üretilmiş özel, sıra dışı, olağanüstü olguları da kapsamaktadır; roman ve film gibi. Bunların algılanması ve yorumlanması insanın dünyaya bakış açısını da değiştirmektedir. Kültürel metinler ideoloji kuramına göre okuyucuyu zorlar (sevk



eder), belirgin bir şekilde taraflı ve çıkarlar doğrultusunda egemen (dominant) grubun gömülü (iliştirilmiş veya saklanmış) değerleri çerçevesinde üretmek için devreye sokulmaktadır (Kellner ve Durham, 2006: s.xiv).

Bu bağlamıyla her hâkim düzenin ayakta kalabilmesi için kendi astlarına (subordinate gruplara) yeterince anlam sunmak zorunda olduğu kültürün de bu çerçevede aynen ideoloji kavramındaki gibi anlam oluşturduğuna vurgu yapılmaktadır (Eagleton, 1996: s.72). Fakat Hoggart, gerek egemen kültürün gerekse ideolojinin işçi sınıfı ve onun kültürü üzerinde fazla etkili olamayacağını iddia etmektedir. O, işçi sınıfının ‘romantize’ ettiği gündelik yaşam kültürünün, kültür endüstrisi, kitle ya da Amerikan merkezli popüler kültür karşısında dirençli olacağını düşünmektedir. Sunulan ürünler ya da metaların tüketiciler, izleyiciler, alımlayıcılar tarafından kendi amaçlarına hizmet etmedikçe asla tam olarak etkili olamayacağını ileri sürmektedir (Storey, 2009: s.40).

Gerek egemen gerekse alt sınıfların yaşam pratiklerinden dönüştürdükleri ve oluşturdukları kültür, yaşanan ve yaşatılan bir anlam üretim süreciyle ilgilidir. Bu yönüyle kültür anlamın ve bilincin üretimi ve yeniden üretimidir. Böyle bir açıdan kültürel üretim toplumsal, ekonomik ve politik alanlarda meydana gelirken, hegemonyanın inşasına en büyük dayanak oluşturan common sense (ortak duyu) anlamında da kullanıldığı belirtilmektedir (Hartley, 1994a: s.68). Klasik Marksizm’e göre sınıf egemenliğinin hizmetindeki entelektüeller kültür üretiminin hizmetinde bulunup faaliyet göstermektedirler. Bu entelektüeller dominant (baskın-hâkim) kurumları yüceltmekte düşüncelerini edebiyat, yazılı basın, medya ve televizyonlar ya da filmler aracılığıyla yaymaktadırlar (Kellner ve Durham, 2006: s.xv). Günümüzde kültür belirleyicidir ancak salt belirleyici olarak kalmayıp sosyal aktivitelerin şekillendirilmesinin bir parçası olarak işlev görmektedir. Bu nedenle toplumsal güç ve iktidarı üretmek için kullanılan bir anlamlandırma alanı olarak öne çıkmaktadır (Hartley, 1994a: s.71).

Hartley’in ifade ettiği gibi günümüzde kültür, ideoloji, iktidar ve hegemonya ile yakından ilişkilidir. Klasik Marksizm’e göre devlet yapısı içinde kültür, hegemonya ve ideolojiyle birlikte ‘üst-yapısaldır’; fakat hepsinde olduğu gibi kültür de günlük

pratik yani temelde-ekonomik yapıdan tam bir bağımsızlık içinde değildir. Raymond Williams, bu çerçeveden baktığı kültürü kendi içinde yorumlar ve analiz ederken, ‘etkin kültür’, yani belli bir toplumda belli sosyo-tarihsel koşullarda oluşan ve başat olan ‘etkin kültürün’ varlığından söz etmektedir. Etkin hâkim kültür bir toplumda merkezi bir öneme sahiptir; tek bir gelenek tek bir gerçek tarih temeli oluşturmaktadır. Burada aslanan seçmeci etkin kültürde, bu kültürel yapının seçmeci bir özelliğe sahip olması, geçmiş ve şimdinin mümkün olan tüm olanından belli anlamlar ve pratikler vurgulanmak üzere seçilmesi, diğer anlamların ve pratiklerin göz ardı edilmesi ve dışlanması söz konusudur. Etkin merkezi kültür belli bir toplumdaki eğitim süreçleri ile aile gibi kurumlar içinde çok daha geniş toplumsal öğrenim süreçleri, çatışmanın pratik tanımları ve örgütlenmesi, entelektüel ve teorik düzeyde seçili ‘gelenek’ oluşturma suretiyle gerçekleştirilmektedir. Tüm bu süreçler etkin bir hâkim kültürün üretilmesi ve yeniden üretilmesinin daimi parçaları haline gelmesi olarak yorumlanmaktadır. Etkin kültürün deneyimlenmiş insan hayatlarının ve sosyal pratiklerinin bir parçası haline gelen bir unsur olarak gerçekliği aile, eğitim vb, kurumlara bağlıdır (Williams, 2005: s.52-55).

Fakat etkin kültür yani merkezi başat kültür içinde ve bunun çeşitli alanlarında kendine özgü alternatif hatta muhalif kültürel çizgiler de bulunabilmektedir. Belli bir etkin-hâkim kültür içinde bütüne uydurulabilecek ve müsamaha gösterilebilecek alternatif anlamlar ve değerlerin, alternatif görüngülerin (fenomen) ve tutumların, hatta bazı alternatif hislerin bulunması mümkündür (Williams, 2005: s.54). Etkin ve hâkim kültürün karşısında alternatif ve muhalif toplumsal yaşam ve kültür biçimlerinin gerçekleri, tarihsel açıdan değişikliğe açık ve hâkim kültürün kendisi hakkında bir olgu olarak fevkalâde kayda değer kaynaklara sahip olarak konumlanabilmektedir. Kültürün, ideolojik temelli oluşumuyla birlikte daha çok hegemonyanın tesis edilmesi gibi pratikler seçerek toplumsal arenada faaliyet gösterdiğini vurgulamak gerekmektedir. Williams, hegemonya ve ideolojinin özelliklerine benzer bir şekilde etkin kültürün toplumun her kesimine hâkim olabilecek bütünselliğe ulaşamadığına dikkat çekmektedir. Bu bağlamda hiçbir üretim tarzının dolayısıyla hiçbir egemen toplum ya da toplum düzeninin ve dolayısıyla hiçbir egemen kültürün gerçekte insan pratiklerinin enerjisini ve niyetinin

tümünü kapsayamadığını ya da kontrol altına alıp tüketemediğini ifade etmektedir (Williams, 2005: s.58).

Egemen tarzın dışında ona karşıt olan insan pratikleri de bulunmaktadır. Kültürün bu alanında karşıtlığı onun egemen sınıfın çıkar alanı içinde olup olmamasıyla yakından ilgilidir ve temel bir öneme sahiptir. Söz konusu karşıtlık egemen sınıfın başat çıkarlarıyla çelişen veya çatışan bir oluşum içine girme potansiyeline sahipse ya etkin-hâkim olana eklemlenmekte ya da egemenler tarafından imha edilmeye çalışılmaktadır. Ancak egemen sınıfın belirli sınırlılıklarından dolayı tanıyamadığı ya da tanımlayamadığı ilgi alanı dışında kalan sahalarda filizlenen, etkin-hâkim kültüre alternatif kültürler ve pratikler sistemin işleyiş doğasından kaynaklanan nedenlerle, örneğin kapitalist toplumda ürün ve kâr ilişkisi gibi egemenlerce görmezden gelinebilmektedir. Bu alternatif yapılanmalar böyle kaldıkları sürece sistemin içinde kendilerine yurt edineceklerdir; ancak sisteme açıktan muhalif konuma geçtiklerinde yine ağır bir hücumla uğrayacaklardır (Williams, 2005: s.58-59).

Etkin kültürün sürdürülebilirliği sınıf egemenliği ve ideolojik bağlamla da ilgilidir. İdeolojinin toplumsal yaşamdaki fikir, inanç ve değerleri üreten genel maddi süreç olduğu, bu tür bir tanım, hem siyasi hem de epistemolojik olarak yansız ve terimin geniş anlamında alındığında “kültüre” yatkınlığıyla dikkat çekmektedir. İdeoloji veya kültür bu anlamda belirli bir toplumdaki bütün anlamlandırma pratiklerini ve simgesel süreçleri kapsayan bir kompleksin tamamına karşılık gelir; toplumsal pratiklerin kendilerinden çok, bunlar siyaset, ekonomi, akrabalık kuramı vb, alanına girer ve bireylerin bu pratikleri yaşama biçimlerini ima eder. Bu anlamda alındığında ideoloji değerleri hakkında mutabık kalınan sanatsal ve entelektüel çalışmalarla sınırlanan dar anlamda “kültürden” daha geniş ama belirli bir hayat biçiminin bütün etkinlik ve kurumlarını kuşatan antropolojik kültür tanımından daha dardır (Eagleton, 1996: s.55). Dolayısıyla Williams’ın etkin kültür olarak ileri sürdüğü kavramın ideolojiyle birçok noktada ortak zemini bulunmaktadır.

## 2.2.Popüler Kùltür ve Tâbilerin Muhalefet Stratejileri

Hegemonya ve ideolojide olduğu gibi egemen hâkim kùltür başat olmasına rağmen, onun uzanamadığı özerk alanların da bulunması modern toplumun özelliklerinden biridir. Özellikle kapitalist toplumlarda muhalif ve alternatif, geleneksel özelliklere sahip özgün kùltürel yapılanmalar varlığını sürdürür, hatta var olan egemen kùltür biçimlerini değişikliğe uğratarak yeni anlam biçimleri de yaratır. Bunlar günümüzde popüler kùltür alanları olarak değerlendirilmektedir.

Egemen kapitalist sektörden farklı iki popüler kùltür alanı daha bulunmaktadır. İlki popüler tarih ve eylem alanıdır. Bunlar televizyon ve tiyatro oyunlarında metropol kùltürünce yöresel bulunan romanlarda ve sözlü tarih, video ve filmlerin bazı yenilikçi biçimlerinde ortaya çıkmaktadır. Muhalif tiyatro ve televizyondaki yeni biçimlerden çeşitli sokak gösterilerine, yerel topluluk sanatlarına ve politik mücadele içindeki halkçı devrimci sanata kadar geniş alanda, bu tür kùltürel faaliyetler kendini hissettirmektedir. En eski ve yerleşik kùltürlerde bile alternatif radikal kùltür biçimleri son yıllarda yeniden oluşmaktadır. İkinci alan modernizmin zıddı olan popüler müzik türlerinde görölmektedir. Bazı popüler ‘evcil’ oyun ve romanlarda günlük hayat ve durumların biraz duygusallığa kaçan örneklerinde kendini şekillendirir (Williams, 1989: s.140-141). Popüler kùltür modern kitle üretiminin hâkim olduğu toplumlarda bir çeşit direnme kùltürü de oluşturabilmektedir; hegemonyal ideolojinin aktarılmasından ve yanlış uzlaşma yaratmasından ziyade direnme potansiyeline sahip bir karakterde olduğuna dikkat çekilmektedir (Alver, 2009: s.33).

Popüler kùltür tâbiler ile güçsüzlerin kùltürüdür. Bu yüzden içerisinde daima toplumsal sistemi dolayısıyla da toplumsal deneyimin merkezinde yer alan egemenlik altına alma ve tâbi kılma güçlerinin izlerini, iktidar ilişkilerinin güç gösterilerini taşımaktadır. Bu aynı zamanda güçlüye direnmenin onlardan sıyrılmanın belirtisi olarak değerlendirilmektedir ve onun kendi içinde çelişkili bir yapıya sahip olduğu kaydedilmektedir (Fiske, 2012: s.15). Popüler kùltür modern toplumların temel özelliklerinden biri olması nedeniyle alternatiflik nüveleri barındırmaktadır; oysa otantik halk kùltürünün böyle bir özelliği bulunmamaktadır. Bu nedenle popüler

kültürden farklıdır. Popüler kültür dönüştürücü bir niteliği sahip olmasına karşın elinde olanla yetinmek zorundadır. Dahası söz konusu popüler kültür halkın yaşamında alternatifler oluşturma kapasitesine sahip olduğu için bir çeşit yeniden üretim özellikleri taşır ama kapitalist egemen üretim biçimine benzemeyen unsurlar barındırdığı için de ideolojiktir (Fiske, 2012). De Certeau, çağımızın en önemli popüler kültür üreticisi televizyon aracılığıyla yayılan imgelerin tüketilmesiyle kent uzamında süpermarketlerden satın alınan ürünlerin ve basın aracılığıyla yayılan anlatı ve efsanelerinin kullanımının benzer olduğunu belirtmektedir. Fakat bu kullanım ‘hileli’ ve kendini sistem içinde hissettirmeden ama çoğunlukla da muhalif şekilde organize eder. De Certeau söz konusu durumu şöyle ifade etmektedir:

“Gün ışığına çıkarılacak bu imalât bir üretimdir, bir yaratıcılıktır. Ancak gizli bir üretim ve yaratıcılıktır. Televizyon aracılığıyla üretim, kentsel üretim, ticari üretim benzer kullanım özellikleri gösterir. Sistem tarafından tanımlanan ve bu sistemlerin boyunduruğu altında bulunan bölgelere çaktırmadan yayılır ve dağılır. Çünkü bu sistemlerin giderek daha kapsamlı bir biçimde yayılmaları nedeniyle tüketiciler, ürettikleriyle ne yaptıklarını gösterebilecek bir yer bulamazlar. Merkezi, gürültücü ve göz alıcı olduğu kadar ussal ve yayılmacı olan bir üretim biçimi, tüketim olarak nitelendirilen başka bir üretim biçimiyle örtüşmektedir. Bu üretim kurnazdır, dağınıktır ama her yere sızar. Sessizdir ve neredeyse görünmezdir, çünkü bu üretim kendini, kendisine ait ürünlerle belli etmez. Kendini egemen ekonomik düzen tarafından dayatılan ürünlerin kullanma biçimleriyle ortaya koymaktadır” (De Certeau, 2008: s.46).

İnsanların egemenler tarafından üretilen kültür ürünlerini ya da meta ürünlerini egemen üretim ve tüketim biçimini istediği yönde değil kendi arzuladıkları, biçimlendirdikleri yönde şekillendiren, reddedişi de içinde barındıran popüler kültür pratikleri halkın kendine ait kültürüdür (Fiske, 2012: s.27). Fakat, halkın kendi deneyimlerinden elde ettiği değiştirip dönüştürdüğü ürünlerin kendi kontrolü altında olmasını isteyen egemen sistem bu sürece bir çeşit müdahil olarak ‘dâhil etme’ taktikleriyle devreye girmektedir.

Dâhil etme egemen düzenin, onun karşıtları tarafından ürettikleri karşıt dili absorbe (içerme, eli geçirme, yutma) etme pratikleri olarak ifade edilmektedir. Bu bir çeşit hırsızlık ve kendine katma olarak boyun eğen ya da tâbi grupların karşıtlıklarını ifade etme aracından yoksun bırakılması olarak değerlendirilmektedir. Toplumdaki muhalefetin izin verilmiş ya da denetim altına alınmış aksiyonları ve öz üretimleri bir şekilde kontrol edilebilir olacaktır. Böylece egemen sistemin genel hâkim anlayışına tehlike oluşturabilecek kadar etkili bir güce sahip olmaları engellenecek öte yandan geniş kitlelerin kendilerini görece rahat, özerk hissetmeleri sağlanmış olacaktır (Fiske, 2012: s.30).

Bu süreç bir çeşit hegemonik üretim olarak tanımlanabilir; dâhil etme egemen ideolojide ve başat kültürde olduğu gibi her an her kesimin ve pratiğin içine sinemeyeceğinden veya yerleşemeyeceğinden, popüler kültür temsilleri ve ürünleri yeni çıkış alanları yaratacaktır. Bu bağlamıyla Stuart Hall, sosyalizmin kurulacak alanlarından biri olarak popüler kültür alanına önem vermektedir ve bu zeminin hegemonik mücadelede önemli bir mevzî teşkil ettiğini belirtmektedir (Aktaran: Hall, 2013: s.62). Çünkü popüler kültür sınıf mücadelesi bakımından pratik olarak günlük hayatın içinde yer almaktadır ve egemen başat ideoloji ve kültür, hükmünü tüm hayata hâkim kılamadığından dolayı halkın kendi öz deneyimleriyle oluşturacağı taktiklerle başa çıkması pek mümkün ve kolay görünmemektedir. Bu yüzden sistemde yaratacağı çatlaklar önemli fırsatlar sunabilmektedir.

Ünsal Oskay, popüler kültürün ideolojiyle yakından ilgili olduğunu aktarmaktadır. Çağdaş popüler kültürün öge ve türlerinin mekanik yeniden üretim teknikleri ve yöntemleri ile üretilmesi, dağıtılması, üretici ile tüketicisinin farklı uzam ve yaşamlarda deneyimlenmesi, popüler kültür nesnelere ilişkin üretim sürecine ilişkin bilgilenme ve etkileme olanaklarının dar oluşu, imâl edildikleri yerleri, plâk basımevlerini, basımevlerini (yayınevi-matbaa), radyo ve televizyon ağları aracılığıyla etkiler gibi gözükse de aslında bunlara bağımlı olduğuna dikkat çekmektedir. Öte yandan popüler kültür ürünlerinin kullanıcıları ve üreticileri, bir çeşit içerik üreticileri, üretim sürecinde kültür nesnelere üretirken belirli ve saptanabilen bir

sınıfsal kategoriye uygun olarak değil amorf bir tarzda işlemektedir. Bu bakımdan sınıfsal değil genelin kültürel ürünü olarak sayılması gerektiği vurgulanmaktadır (Oskay, 1982: s.198). Her ne kadar ortak bir üretim olarak genelin kültürü ve pratikleri olarak değerlendirilse de popüler kültür egemen başat kültürle baş edemeyen ya da halka dayatılan egemen kültür anlayışına karşı dolaylı tepki gösterenlerin yani güçsüzlerin kültürü olarak değerlendirilmektedir.

Fransız düşünür Michel De Certeau, bu süreci güçsüzün güçlüye karşı verdiği asimetrik bir savaş çeşidi olan ‘gerilla’ mücadelesine benzeterek bir analogi kurmaktadır. Ona göre gerilla taktiği zayıfların mücadele sanatıdır ve zayıflar sınıflı toplumlardaki mücadelesinde egemenlerin karşı konulamaz muazzam gücüne karşısında yenilgiye uğramamak için doğrudan bir kapışmanın ve meydan savaşının içine girmemektedir; bundan ziyade bu ‘sınıf savaşımı’ sistemin kendi içindeki öğelerle sürdürülmektedir. Düşünür, bu tarzı bir kültürel savaş biçimini yani egemen sistem içinde güçlülerin hantal, yaratıcılıktan yoksun, aşırı örgütlenmiş yapısı ve onun stratejilerine karşı zayıfların, yaratıcı, çevik ve esnek taktik saldırıları olarak değerlendirmektedir (Fiske, 2012: s.31-46). Böylece popüler kültür ve ürünleri zayıfların ve tâbilerin kültürel alanda ürettikleri değiştirilmiş, dönüştürülmüş ve sıyrılmaca özellikleri taşıyan, sistemin zayıf noktalarına saldıran veya kullanan bir ‘sınıflar mücadelesi’ alanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu savaş çeşidi somut pratikleri kapsadığı gibi göstergesel ürünler üzerinden de devam ettirilmektedir. Valentin Voloshinov, hayatın içindeki tüm göstergeleri sınıf mücadelesinin bir yansıması olarak görmektedir. Farklı sınıflar aynı dilin bir parçasını kullanmasına karşın sonuçta farklı yönelimlere göndermelerde bulunarak ideolojik denilen alanda kesişmektedirler (Aktaran: Hall, 1996: s.40). Popüler kültür bir çeşit davranıştır fakat bu davranış çeşitli dolayimlardan geçerek ‘sıyrıлма’ taktikleri oluşturarak hayat bulmaktadır. Sıyrıлма dâhil etmeye benzer şekilde bir metnin, ürünün, metanın halkın ürettiği ve dönüştürdüğü popülerin bir parçası haline gelmesidir. Fakat sıyrıلمانın çok önemli özelliği onun direnişçi bir çeşit muhalif nitelikte olması farklı okuma ve kullanım biçimine özgü fırsatlar sunması gerekmektedir (Fiske, 2012: s.46).

Popüler kültür halk tarafından üretildiği için kültür endüstrisi ürünlerinin dışında kalmaktadır. Bu bakımından kültür endüstrisi tarafından toplumun tüketimine sunulan meta ve diğer ürünler halk tarafından red ya da kabul edilerek ancak dönüştürülerek yeniden yaratılmaktadır. Halkın tamamının ortak olduğu bir kültür üretimi olan bu deneyim toplumdaki sınıfsal konum belirleyiciliğini de aşmaktadır. Muhafız, farklılık ve ayırım duygusu yaratması bakımından tek bir sınıfa özgü olma niteliği bulunmamaktadır. Bu nedenle tek bir toplumsal kategoriye indirgenememektedir (Fiske, 2012: s.36-37).

Popüler kültür gündelik yaşam ile kültür endüstrileri ürünlerinin arasındaki ortak kesimde halk tarafından üretilmektedir; bu kültür halka yukarıdan dayatılmaz, kendi içinden aşağıdan doğmaktadır. Bu yönüyle de sistemin sağladığı temel esas aldığından sunulanı değiştirip dönüştürmekle ama sistem içinde kalarak yani verilenle idare etme sanatı olarak kayda geçirilmektedir (Fiske, 2012: s.38). Kültür endüstrisi çağımızda en belirgin şekilde televizyon üzerinden dolaymlanan bir üretim süreci içindedir. Televizyon üzerinden topluma anlamlar ve hazlar sunarak dolaşıma sokan egemen kültür endüstrisi esasında bir çeşit kapitalist üretim mantığına özgü meta üretimini hayata geçirmektedir; fakat bu üretim direkt metalarda somutlaşmadığından bu ürünlerin işleyişi ve tüketim özellikleri de farklı olmaktadır. Bu ürünler tüketim anında bir takım değişikliklere ve yorumlamalara tâbi kılınmaktadır. İzlerkitleler bir çeşit tüketici konumunda olmakla birlikte kendilerine sunulan ürünlerden yeni anlamlar üretebilmektedir. Bu yüzden televizyon reklâmları kültür endüstrisine tüketici sunmak için anlam tüketimlerini yeğlenen tarzda egemen sisteme bağlamak istemektedir. Modern kapitalist toplumlarda kültür endüstrileri ekonomik ihtiyaçları toplumsal sistemin disipline edici ideolojik ihtiyaçlarına yönelik eşitleme eğilimi içindedir. Bu yüzden tüm kültürel metalar merkezileştirici, disipline edici, hegemonyacı, kitleleştirici ve metalaştırıcı güçlere bağımlıdır. Bu bağlamıyla kültür endüstrisi ile popüler kültürün kesiştiği alanlar aslında tümüyle bir toplumsal mücadele alanı olarak tanımlanmaktadır (Fiske, 2012: s.39-41). Ancak popüler kültür halkın büyük çoğunluğunca oluşturulduğundan ve tam da bu nedenle ırk, cinsiyet, sınıf, yaş, etnisite vb, gibi kategorileri kapsadığından tek bir ideolojik ve tek bir hâkim anlayış ve üretimden söz etmek mümkün olmamaktadır. Geçişken ve



değişebilir toplumsal katmanlar içinde geliş-gidişler olabileceğinden tam bir hegemonya kurmak da gerçekleşmemektedir (Fiske, 2012: s.43).

### **2.3.Kültür Endüstrisi ve Popüler Kültür**

Popüler kültürün ezilenleri de aşan ve aynı zamanda geniş kitlelerin kapitalist üretim ve toplumsal sisteme yönelik bir direniş formu olduğu yönündeki argümana karşı duruşlar da bulunmaktadır. Frankfurt Okulu olarak bilinen ve önemli temsilcileri Max Horkhimer ve Theodor Adorno'nun geliştirdiği 'kültür endüstrisi' çözümlemesinde, kültürel alanda üretilen hemen her şeyin sistemin belli merkezlerinden yönlendirilip yönetildiğini ileri sürerek, mevcut kapitalist üretim koşullarında popüler kültür ürünlerinin muhalif ya da direnişçi yönlerinin bulunmasının mümkün olmadığını iddia etmektedirler. Horkhimer ve Adorno popüler kültür ve kitle kültürü gibi kavramlara karşı olarak kültür endüstrisi terimini benimsemişlerdir. Çünkü kitle kültürü ürünlerinin kitleler tarafından veya halktan kaynaklandığı şeklindeki görüşlere direnmektedirler (Kellner, 2010: s.235). Kültür endüstrisi yukarıdan yani iktidar sahiplerince endoktrine edilmektedir. Kültürün insanileştirici yönünden daha çok ideolojik bir tahakküm biçimi olarak görev ifa etmektedir. Çağımızda basının, radyonun ve sinemanın baskın kültürel biçimler olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Kültür endüstrisi ürünlerini zararsız gören aydınlar, gerilimi azaltan davranış kalıplarını yaymak suretiyle bunların egemen olmasını sağlamaktadırlar. Ayrıca Adorno, kitlelerin bilinç dışı güvensizliklerini tinsel yapılardaki sanat ve ampirik gerçeklik arasındaki son farklılık kalıntısı, dünyayı kültür endüstrisinin kendileri için kurduğu şeklinde algılamayıp kabul etmediklerine vurgu yapmaktadır. Bu endüstri bağımsız bireyleri engellemekte bilinçli olarak kendileri için karar alma ve yargıda bulunma özerkliğini ortadan kaldırmaktadır (Adorno, 2010: s.245-249). Adorno, bu konuda şöyle bir çözümleme yapmaktadır:

“Düşük kültür, toplumsal denetim bütünsel olmadığı sürece barındırdığı haşarı isyankârlık uygarlaştırıcı dizginleme yoluyla yok edilir. Kültür endüstrisi yöneldiği milyonların bilinç ya da bilinçsizlik düzeyi üzerinde yadsınamaz bir biçimde spekülasyon yapar. Buna göre kitleler birincil

değil ikincildir. Hesaplanmışlardır ve mekanizmanın eklentileridirler”  
(Adorno, 2011: s.110).

Adorno, kitlelerin kültür endüstrisinin inandırmak istediği gibi ‘kral’ olmadığını onların bu durumun öznesi olmayıp sadece nesnesi olduğunu ileri sürmektedir. Bu süreçte kitle iletişim araçları radyo, televizyon, yazılı basın kendini kültür endüstrisine uygun müşteri ve bu kültürün zararsız olduğu alana kaydırmaktadır; böylece bu alanda ne kültür ne de iletişim araçları ya da tekniklerinin bir önemi kalmaktadır, önemli olan onlara üflenen efendilerinin sesidir. Kültür endüstrisi kitleleri kendilerine uyumlayarak var olmaktadır; amacı, önemi ve önceliği etkilerin direkt olarak yönlendirmesidir ve bu gizlenmiş önceliğe sahiptir. Bunun sonunda yetkililer yani karar alıcılar sanat (yüksek kültür) yapıtlarını kasıtlı ya da kasıtsız olarak yok etmişlerdir (Adorno, 2011: s.110-111).

### **3.İDEOLOJİ VE GERÇEKLİK**

#### **3.1.İdeoloji: Gerçeğin Çarpıtılmış Hali**

İdeoloji; siyasi, hukuki, etiksel, estetiksel, dinsel, felsefi görüş ve fikirlere ilişkin bir sistemdir (Rosenthal ve Yudin, 1972: s.226-227), sanatta, hukukta ve ekonomik çabalarda, bireysel ve kolektif hayatın bütün belirtilerinde kendini gösteren en yüksek bir dünya görüşüdür (Gramsci, 1967: s.59). Bu terim ilk olarak 1796 yılında Fransız filozof Destutt de Tracy tarafından düşüncelerin ve duyuların, bunların ortaya çıkışlarının, birleşimlerinin ve yaratılış sonuçlarının sistematik olarak incelenmesiyle ilgilenecek yeni bir bilim projesini tanımlayabilmek amacıyla kullanılmıştır (Thompson, 2013: s.42). İdeoloji, yani düşüncelerin bilimi onu metafizikten ayırmak amacıyla kullanılmıştır. Bu bilimsel anlamıyla ideoloji epistemoloji ve dil bilim kuramında uzun süre yerini korurken, temel modern anlamını başlatan ve onun farklı bir anlamla yüzleşmesine neden olan Napoleon Bonaparte (Napolyon) kaynaklı olarak popülerleşmesidir (Williams, 2012: s.185). Napolyon, yönetimi döneminde, aydınlanma çağının fikirlerinde ısrar eden düşünürlere yönelik, uygulanması mümkün olmayan demokrasi gibi yanlış düşüncelere ve isteklere halkı yönlendirenleri ‘ideolojik olmakla’ tarif etmesi,

kavrama yeni bir anlam kazandırmıştır. Aydınlanma çağının fikirlerinin ideolojik olarak ifade edilmesiyle kavram yanlış bilinçle anılır olmuştur. Williams, Napolyon'un sözü geçen saldırısını genişletmesiyle ideolojinin soyut, uygulanamaz ya da fanatik kuram anlamını kazandığını belirtmektedir (Williams, 2012: s.186). Bu anlamıyla ideoloji gerçekleşmesi mümkün olmayan hayali bir tasarım olarak idrak edilmeye başlanmış ve çoğunlukla devrimci düşüncelerle ilişkilendirilmiştir. 19.yüzyılın başlarından itibaren muhafazakâr düşünürlerin kullandığı biçimiyle ideolojinin yerici anlamı Karl Marx ve Friedrich Engels'in 1845 yılında kaleme aldıkları "*Alman İdeolojisi*"nde ve bunu takip eden zamanlarda da devam etmiştir. Bu bakımdan ideolojinin yerici popüler anlamıyla önceki dönemler arasında bir süreklilik bulunmaktadır (Williams, 2012: s.186). İdeoloji bir insanın ya da bir toplumsal grubun zihinde egemen olan fikirler, tasarımlar sistemidir. Bu tasarımların doğruluğu ve yanlışlığı hakkındaki betimleme Alman İdeolojisi'nde katıksız yanılısma, katıksız rüya yani hiçlik olarak tasarlanmıştır (Althusser, 2000: s.47-48).

Bazı düşünürlere göre Marx ve Engels'in ideoloji alanına yaptığı katkıyla, onun yapısında tamamen değişiklik oluşturmuş ve aşağılayıcı-yerici bir öz kazanmıştır (Lefebvre, 1976: s.70). Karl Marx'ta ideoloji kavramı bir sınıfın egemenliğini maskeleyen ve yönettikleri kesimler üzerinde yanılısma yaratmak için kullandıkları fikirler ve düşünceler kümesi olarak anlam bulmaktadır. Bilinç, fikir, tasarım, düşünce terimlerini ideoloji ile aynı çizgide kullanan düşünür bir toplumsal formasyondaki egemen olan düşüncelerin, o toplumdaki egemen sınıfın o çağın egemen düşünceleri olduğunu belirtmesiyle dikkati çekmektedir. Söz konusu düşünceler tüm toplum tarafından benimsenirken esasında bunların alt sınıfların yani yönetilenlerin günlük hayatta dolayım oldukları ve aleyhlerine gelişen fikirler ve pratikler olduğu da vurgulanmaktadır. Marx ve Engels söz konusu durumu şu şekilde ifade etmektedirler:

"Egemen sınıfın düşünceleri, bütün çağlar, egemen düşüncelerdir. Bir başka deyişle toplumun maddi gücü olan sınıf, aynı zamanda egemen zihinsel üretici güçtür. Maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf, aynı zamanda zihinsel üretim araçlarını da elinde bulundurur. Bunlar o

kadar birbirinin içine girmiş durumdadırlar ki, kendilerine zihinsel üretim araçları verilmeyenlerin düşünceleri de aynı zamanda bu egemen sınıfa bağımlıdır. Egemen düşünceler, egemen maddi ilişkilerin fikirsel ifadesinde başka bir şey değildir. Egemen düşünceler, fikirler biçiminde kavranan maddi egemen ilişkilerdir. Şu halde bir sınıfı egemen sınıf yapan ilişkilerin ifadesidirler. Başka bir deyişle bu düşünceler, onun egemenliğini meydana getiren bireyler, başka şeyler yanında, bir bilince de sahiptirler ve sonuç olarak düşünürler; bu bireyler bir sınıf olarak egemen oldukça tarihsel çağı bütün genişliğince belirledikçe, elbette ki bu bireyler sınıflarının bütün genişliğince egemendirler. Ve öteki şeyler bakımından olduğu kadar, düşünürler, fikir üreticileri olarak egemendirler ve kendi çağlarının düşüncelerinin üretimi ve dağıtımını düzenlerler. O halde onların düşünceleri, çağlarının egemen düşünceleridir. Örneğin kraliyetin, aristokrasinin ve burjuvazinin iktidar için çekiştikleri ve dolayısıyla iktidarın paylaşılmış olduğu bir devirdeki bir ülkede kuvvetlerin ayrımı öğretisinin artık ‘ebedi yasa’ olduğu öne sürülen egemen öğreti olduğu görülür” (Alman İdeolojisi, 1992).

Marx, yanlış fikirlerinin yapısını *camera obscura*\*ya benzeterek bir tanımlama yapmıştır. Sınıflı toplumları ve özellikle rekabetçi kapitalist toplumun yapısındaki

-----  
**\*Camere Obscura:** Ortaçağda kullanılan ve daha sonra biraz daha geliştirilmiş olan bu alette aynalar yardımıyla düz bir yüzey üzerine bir manzaranın imajı yansıtılıyordu ve çeşitli resimler elde ediliyordu (Lefebvre, 1976: s.75). Söz konusu aletin çağımızın başat kültür üreticisi televizyonun ortaya çıkmasını sağlayan kameranın temeli olduğu belirtilmektedir. Ortaçağda kullanılan bu alet televizyonu mümkün kılan kameranın gelişmesine vesile olmuştur. *Camera Obscura*; yüzyıllarca bir sanatçı aleti olmuştur. 1802 gibi erken bir zamanda hayata geçirilen ‘resimleri cama kopyalama ve gümüş nitrat üzerinde ışık etkisiyle gölge görüntüler oluşturma yöntemiyle’ bir çeşit fotoğraf oluşturulmuştur. Bu teknolojiyi geliştirenler söz konusu buluşu ‘bilimlerin ve sanatların yararına’ diye tanımlamışlardır. Adı geçen teknolojinin ve aletin işleyiş şekli ve toplumsal rolü bakımından Fransız devletinin tekel haklarını ele geçirmesi fakat patent hakkının daha önce Londra’da elde edilmiş olması önemini açıkça ortaya koymaktadır (Briggs ve Burke, 2011: s.195-196). Marx’ın ideolojiyi tanımlarken esasında gerçeği değil gerçeğin temsilini yani baş aşağı çevrilmiş biçimini örnek vermesi çağının popüler iletişim aracı haline dönüşmeye aday fotoğrafa (ya da onun elde edilmesini sağlayan araca) duyduğu yakın ilgi ve buna uygun bir metafor olarak kullanması önemlidir. Çünkü Marx, özellikle egemen sınıf ideolojisinin somut olan gerçeği belli araçlar ve yöntemlerle aslına uygun ancak bir oranda ters yüz ettiğini düşünmekteydi.

egemen sınıf tanımlaması yapan düşünür ideolojiyi iki yönlü tasavvur etmektedir. Örneğin yükselen burjuva sınıfın durumunu ve onun ideolojisini belli bir süreliğine evrensel değerler olarak görmektedir (Lefebvre, 1976: s.81). Marx, fikirlerin, anlayışların ve bilincin üretiminde insanın maddi faaliyetlerinin var olduğuna dikkat çekerek toplumsal formasyonun yapısı gereği bilincin yani ideolojinin gerçekliğinin ters yüz edildiğini, insan ve onların sahip oldukları ilişkilerin tüm ideolojilerinde sanki *camera obscura* daymış gibi baş aşağı çevrilmiş bir biçimde görüldüğünü kaydetmektedir. Bu nedenle insanların kendi öz doğaları hakkında bilgilerinde bir çarpıklık olduğunu ileri süren Marx ve Engels, bunların ister gerçek ister hayali olsun bilincin onların pratiklerinden kaynaklandığını, yaşadıkları gerçeklikleri kavrama noktasında hayali bir tasavvur içinde iseler bunun da sınırlı toplumsal ilişkilerinin bir sonucu olduğunu belirtmişlerdir. İnsanlar yaşadıkları toplumsal ortamda üretim ilişkileri ve toplumsal siyasal yapı tarafından egemen sınıfın düşüncelerinin tesiri altında kalmaktadırlar (Marx ve Engels, 1992: s.42).

Bu çarpıklığın ya da gerçekliğin bilinçli bir şekilde baş aşağı çevrilmesi ise zikredilen toplumsal kesimlerin sınırlı faaliyetleri yani kendi sınıfsal durumlarıyla doğrudan ilişkilidir. Marx'ın, ideolojinin daha doğrusu tasavvurun, bilincin ve düşüncelerin kurgucu yönünün gerçek yaşamda bittiğinde bunun yerini pozitif bilimin alacağına, insanın pratik faaliyetlerinde boş sözlerin sona ereceğine, onların yerine ise gerçek bilginin geçeceğine dikkat çektiği bilinmektedir (Alman İdeolojisi, 1992).

Gerçek bilgi ve aynı zamanda bilinç bu bağlamıyla ifade edildiği gibi pozitif bilim olarak anlam ve karşılık bulmaktadır. Marx'a göre bu tarihsel materyalizmdir. Bu bağlamda hayali bir yönü bulunan ideoloji söz konusu unsurlardan kurtulduğu anda bilime özgü nesnel bir aşamaya geçebilmektedir.

Marx, *Ekonomi Politikin Eleştirisine Katkı*'da, ezilenler veya yönetilen sınıfların, bir üstyapı kavramı olan ideolojiyi sosyal altüst oluşlar ve büyük bir değişim yaşanırken hukuki, siyasal, dini ve artistik ya da felsefi alanlardaki şekillerini ayırt edeceğini kaydetmektedir:

“Varlıkların toplumsal üretiminde insanlar aralarında zorunlu, kendi iradelerine bağlı olmayan belirli ilişkiler kurarlar; bu üretim ilişkileri, onların maddi üretici güçlerinin belirli bir gelişme derecesine tekabül eder. Bu üretim ilişkilerinin tümü toplumun iktisadi yapısını, belirli toplumsal bilinç şekillerine tekabül eden bir hukuki ve siyasal üstyapının üzerinde yükseldiği somut temeli oluşturur. Maddi hayatın üretim tarzı, genel olarak toplumsal, siyasal ve entelektüel hayat sürecini koşullandırır. İnsanların varlığını belirleyen şey bilinçleri değildir; tam tersine, onların bilincini belirleyen toplumsal varlıklarıdır. Gelişmenin belli bir aşamasında toplumun maddi üretici güçleri, o zaman kadar içinde hareket ettikleri mevcut üretim ilişkilerine ya da bunların hukuki ifadesinden başka bir şey olmayan mülkiyet ilişkilerine ters düşerler. Üretici güçlerin gelişmesinin biçimleri olan bu ilişkiler, onların engelleri haline gelir. O zaman bir toplumsal devrim çağı başlar. İktisadi temeldeki değişim kocaman üstyapıyı, büyük ya da az bir hızla altüst eder. Bu gibi altüst oluşların incelenmesinde, daima, iktisadi üretim koşullarının maddi altüst oluşu ile-ki bu bilimsel bakımdan kesin olarak saptanabilir-, hukuki, siyasi, dini, artistik ya da felsefi biçimleri kısaca insanların bu çatışmanın bilincine vardıkları ve onu sonuna kadar götürdükleri ideolojik şekilleri ayırt etmek gerekir. Nasıl ki bir kimse hakkında, kendisi için taşıdığı fikre dayanılarak bir hüküm verilmezse, böyle bir altüst oluş dönemi hakkında da bu dönemin kendi kendine değerlendirilmesi göz önünde tutularak bir hükme varılamaz; tam tersine bu değerlendirmeleri maddi hayatın çelişkileriyle, toplumsal üretici güçler ile üretim ilişkileri arasındaki çatışmayla açıklamak gerekir” (Marx, 1976: s.25-26).

Üretim ilişkilerinde yani temel olarak tarif edilen ekonomik alanda başlayan çelişkilerin üstyapıya yani devlet mekanizması ve onun kurumları olan hukuk, siyaset, din ve felsefe gibi biçimlerde, sosyal bir devrim sürecinde ideolojik olanla gerçek olanın ayrılacağı, bu çelişkilerin saydam bir şekilde ortaya çıkacağına dikkat çekilmektedir. Bu süreç içinde insanların kendi öz doğalarının farkına varacağını

söyleyen Marx, insanların varlıklarını belirleyen şeyin bilinç değil, bunun tersine onların bilincini belirleyen toplumsal varlıkları olduğunu ifade etmektedir. Bu yönüyle ideoloji toplumun tüm katmanlarında kendine yer bulmuş bir üstyapı kurumudur ve toplumdaki egemenlik ilişkilerini gizleyen, maskeleyen ve gerçekliği eğip büken bir niteliktedir. Fakat bu yaklaşım ideolojinin tamamen yanlış ve sürekli bir yanılsama yarattığı anlamına gelmemektedir. Terry Eagleton, özellikle günümüzün ideoloji üreticisi olarak görülen televizyon üzerinden yanlış bilinç ve illüzyon konusuna çarpıcı bir yorum getirmektedir:

“Gelişmiş kapitalist toplumlarda iletişim araçları genellikle egemen ideolojiyi yaygınlaştıran etkili araçlar olarak görülür; birçok insan boş zamanını televizyon izleyerek geçirir ama eğer televizyon izlemek yönetici sınıfın işine yarasa bile bunun temel nedeni, televizyonun bu sınıfın ideolojisinin her şeyi kabul etmeye yatkın avama taşınmasına yardım etmesi olmayabilir. Televizyona ilişkin olarak siyasi açıdan önemli olan şey muhtemelen onun ideolojik içeriğinden çok televizyon izleme ediminin kendisidir. Uzun süreler televizyon izlemek bireyleri edilgen, yalıtılmış kişisel rollere bağlar ve üretken siyasi amaçlar için kullanabilecekleri zamanlarının büyük bir kısmını tüketir. Televizyon bir ideolojik aygıttan çok bir toplumsal kontrol biçimidir... İleri kapitalizmin tipik yurttaşının uyutulmuş televizyon izleyicisi olduğu yolundaki ters ütopyacı (dystopian) görüş de bir mittir. Uyutulmuş televizyon izleyicisinin cebine giren maaş tehlikeye düşer düşmez grev sözcüsü gömleği giydiği veya hükümetin arka bahçesinden otoyol geçireceğini duyar duymaz siyasi yönden oldukça etkin hâle geldiği görülür... Televizyonun burjuvaziye özgü değerleri aştığı doğru kabul edilse de Hint pilavının nasıl pişirileceğini veya kar yağıp yağmayacağını söylemesi gibi bir özelliği de bulunmaktadır. Ayrıca zaman zaman hükümetlerin bir hayli canını sıkan programlar da yayınlamaktadır. Bu aygıtların her zaman ve her bakımdan ideolojik olduğu söylenemez” (Eagleton, 1996: s.61-71, 209).

Gerçek yaşamda insanların büyük bir çoğunluğu kendi hak ve çıkarlarına aşırı hassas bir şekilde göz kulak olmakta ve yine insanların büyük bir çoğunluğu ciddi bir biçimde haksızlık üzerine kurulu bir yaşam biçimine bağlı olmaktan rahatsızlık duymaktadırlar. Bu durumda insanlar ya bu haksızlıkların ıslah edilmesi, işlerin yolunda olduğuna ya daha büyük yararlarla dengelendiğine veya kaçınılmaz olduklarına ya da aslında ortada haksızlık diye bir şey olmadığına inanabilmektedirler. *İşte bir egemen ideolojinin işlevi kısmen bu tür inançlar aşılamaktır.* İdeoloji bu işlevi, hoş karşılanmayan bazı özelliklerini örtbas ederek veya dışlayarak ya da bu tür özelliklerin kaçınılmaz olduğunu söyleyerek yerine getirmektedir. Bu son strateji doğruluk/yanlışlık meselesi açısından önem taşımaktadır. Çünkü *'var olan sistemde söz gelimi bir ölçüde işsizlik olması kaçınılmazdır'* denmesi doğru olabilir ama gelecekteki olası seçenekler içinde bu doğru olmayabilir. İdeolojik önermeler o an kurulu olan toplum için doğru olabilir ama var olan durumun dönüştürülmesi olasılığını engellemeye hizmet ettiği sürece yanlıştır. Bu tür önermelerin doğruluğu aynı zamanda daha iyi olan hiçbir şeyin tasavvur edilemeyeceği yolundaki örtük yalanların yanlışlığı demektir (Eagleton, 1996: s.53-54). Yine de ideoloji Marksist\* gelenekte ağırlıklı olarak gerçeğin baş aşağı sakatlanmış ve eğri büğrü olmuş bir yansıması olarak değerlendirilmeye ve görülmeye devam etmektedir. Eagleton'un ifade ettiği gibi ideolojinin yapısında görece gerçeklik özelliği de bulunmaktadır. İdeoloji; dayandığı koşulları, temelini ve anlamını bilmeyen, fark edemeyen, eylem ile akli bir ilişki kuramamış halde bulunan yani sonuçsuz olan ya da sonuçları tahmin ve bekleyişlerden ayrı bir doğrultuya yönelen teori olarak tanımlanabilmektedir. İdeolojiler içine giren gerçeklik ve gerçek-dışılık oranı çağlara, koşullara, sınıf ilişkilerine göre değişiklik göstermektedir. Yorumlanan ve aktarılan gerçekten hareket ederek genellemeler yapılan ideolojide, belli bir evrensellik özelliği de bulunmaktadır. İdeoloji, düşünce

-----  
\***Marksist** kuram daha çok kapitalist sınıfın egemen olduğu modern batı toplumlarının (Avrupa) çözümlenmesinden yola çıktığı için ideoloji kavramı da çoğunlukla bu sınıfın hegemonik ideolojisi olarak incelenmiştir. Bkz., Oskay, Ünsal (1982). "Popüler Kültür Açısından İdeoloji Kavramı", [http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/35/1/14\\_unsal\\_oskay.pdf](http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/35/1/14_unsal_oskay.pdf), Erişim Tarihi: 19.02.2016



bilimi unvanına uygun olmak için tutarlı bir iç bütünlük gayretiyle örneğin bir sınıf olarak batıda burjuvazinin iktidara yürüdüğü dönemlerde, temel evrensel değerler olan özgürlük, eşitlik ve kardeşlik gibi önermeleri bağrında barındırabilmektedir (Lefebvre, 1976: s.77-81).

İdeolojiler topluma, siyasete, ahlâka, sanata vb, tüm sorunlara yanıt verme gayreti içinde olurlarken, bilimsel olmayan soyutlamalar yaparlar ve milletlerin, halkların, sınıfların mücadelesinde her zaman bir alet olarak kullanılıp sürece zorlama ve ikna gibi iki şekilde müdahale ederler. Bu süreçte Marx'ın da ifade ettiği gibi siyasal alanda apaçık yalanlara yardımcı olurlar. İdeolojiler tarihinde hayali ve aldatıcı tasarımlar, taşıdıkları, örttükleri ve ortadan kaldırdıkları ya da tam tersine ortaya çıkmasına yol açtıkları kavramlar ve bilgiler ile kimi zaman içi içe geçmektedirler. Soyut fikirleri özünde taşıyan ideoloji, kendiliğinden önemli bir yer işgal etmezken ekonomik ya da siyasi iktidarı elinde tutanlar için pratiklerini meşrulaştırmada aldatıcı tasarımlar haline gelmektedirler (Lefebvre, 1976: s.82-84).

Marx'a göre ideoloji sağlıklı bir toplumun normal bir özelliği olmayıp toplumsal iyileşmeye ilaç değil bir hastalığın semptomudur. Onun çalışmalarında ve ileri sürdüğü düşüncelerde ideolojinin toplumsal yaşamda olumlu, ilerici ya da kaçınılmaz bir unsur olduğuna ilişkin bir önermenin bulunmadığı temsil ettiği doktrinler ve fikirler, soyutlama, yanlış temsil ve yanılsama alanına ait egemen sınıfların çıkarına hizmet eden, bununla birlikte ideolojinin temel işlevinin mevcut durumu (statükoyu) muhafaza etme eğiliminde olduğu şeklindedir (Thompson, 2013: s.60). İktidar, ideoloji vasıtasıyla (aracılığıyla) kendisine yakın inanç ve değerlerin tutunmasını sağlayarak bu tür inançları, doğrulukları kendinden menkul ve görünüşte kaçınılmaz kılacak şekilde doğallaştırarak evrenselleştirmektedir. Egemenler ideoloji sayesinde kendilerine meydan okumaya kalkışan fikirlere çamur atarak, rakip düşünce biçimlerini muhtemelen açığa vurulmayan ama sistemli bir mantıkla dışlayarak ve toplumsal gerçekliği kendine uygun yollarla çapraşıklaştırarak meşrulaştırabilmektedir (Eagleton, 1996: s.23). Böylece ideoloji gerek meşruiyetini kurmada gerekse egemen sınıf ilişkilerini diğer anlamıyla sömürü ilişkilerini devam ettirmeye olanak sağlamaktadır.

Louis Althusser, ideolojiyi Marx'ın ifade ettiği gibi algılamaktadır. O da egemenlik üreten ilişkilerin egemen sınıf devletinin çeşitli aygıtlarıyla gerçekleştiğini belirtirken, Marx'ın kullandığı anlamda ideolojiyi hâkim sınıf ya da sınıflarla özdeşleştirir. Modern kapitalist devlet ideolojik aygıtlarıyla ki bunlar kilise (dini kurumlar), okul (eğitim), aile, iletişim araçları ve haberleşme (radyo-televizyon), hukuk, siyasal kurumlar (değişik partileri içeren sistem), sendikalar, güzel sanatlar, edebiyat ve sporun içinde yer aldığı kültürel yapılardan oluşmaktadır (Althusser, 2000: s.33-34). Fakat bunlar devletin baskı aygıtı değil ideoloji üretme aygıtlardır. Althusser'in bu çerçevelemesine yapılan eleştirel değerlendirmede ideolojinin sadece hâkim (egemen) sınıfa özgü bir bütünlük içeren anlayış olmasının sorunlu bir kavramsallaştırma oluşturduğuna dikkat çekilmektedir (Hall, 2010: s.371). Sermayeyi elinde bulunduran egemen sınıf aynı zamanda ideolojik aygıtları da elinde bulundurduğu için Devletin İdeolojik Aygıtları'nda (DİA) ideoloji tümüyle öncelik kazanmaktadır. Hiçbir DİA içinde ve üstünde hegemonyasını uygulamadan devlet iktidarını sürekli olarak elinde tutamaz. Bu durum aynı zamanda baskıya en son durumda olsa bile fakat yalnızca en son durumda çok hafifletilmiş, gizlenmiş, hatta sembolik bir baskının kurulmasına imkân vermektedir. Sınıflı modern toplumlarda bütünüyle ideolojiye dayanan aygıtlar olmadığı için ideolojinin ikinci bir işlevi daha bulunmaktadır. Bu bağlamıyla ideolojik aygıtlar dini kurumlar ve okul, ceza, ihraç, seçme gibi uygun yöntemler sadece kendi çobanlarını değil sürülerini de disipline etmeye yaramaktadır (Althusser, 2000: s.35-36).

Söz konusu ideolojik aygıtlar nispeten özerk olan devlet yönetimini ve iktidarı elde etmek için verilen sınıf mücadelesinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Örneğin 1789 Fransız Devrimine öncülük eden burjuva sınıfı sadece kendi egemenliğini tesis etmek için değil aynı zamanda feodal devletin ideolojik aygıtı konumundaki kiliseyi hedef almış, söz konusu dini kurumları baskı altına almayı kendine önemli hedeflerden biri olarak belirlemiştir. Burjuvazinin hegemonyasını kurmak amacıyla eski dönemin iktidar sınıflarının ideolojik kurumları olan kilisenin servetlerine el koyması ve yeni kurumlar yaratarak ikame etmesi bunun göstergeleridir (Althusser, 2000: s.41).

DİA'lar iktidardaki sınıfa ya da sınıf ittifaklarına toplumsal ve siyasal hayatın her alanına hükmedecek tarzda bir güç vermez; yani bu egemen sınıf(lar), devletin baskı aygıtında olduğu gibi kolayca yasalar çıkaramamaktadır. Bu durumun nedeni sadece eski hâkim sınıfların DİA'larda uzun zaman önemli mevzilere sahip olmalarından değil aynı zamanda boyun eğdirilen (ezilen) sınıfların direnişinin bu aygıtlarda, gerek var olan çelişkileri kullanarak gerekse mücadeleyle savaş mevzileri kazanarak sesini duyurma aracı ve fırsatı bulabilmelerinden ileri gelmektedir (Althusser, 2000: s.37).

Öte yandan Althusser, ideolojinin günlük hayatın pratiğiyle iç içe olduğunu hatta birey olarak ifade edilen öznelerde somutlaştığını, *'her ideolojinin somut bireyleri özneler olarak çağırdığını ve adlandırdığını'* ifade etmektedir (Althusser, 2000: s.63). Bu yaklaşım egemen sınıfın fikirlerinin tam anlamıyla bireyler ve özneler üzerinde hâkim olduğu 'yanlış bilinç' ve yanılsama kavramına atıfta bulunsa da 'her ideoloji' ifadesinde başka fikirlerin ve düşüncelerin var olduğu, öznelerin de bu 'çağrılara' bağlı bulunduğu ideolojik temelde yanıt verdiği sonucuna ulaşmak mümkündür. İdeolojinin tüm toplumdaki bireyleri, özneler haline getirerek zihinsel ve pratik olarak yeniden ürettiği kaydedilirken sıradan bir hitap olarak "hey sen oradaki" şekline sahip bu çağrının genel bir yönelimin tek tek tüm özneler nezdinde algılanıp, yorumlanıp ve anlamlandırıldığına dikkat çekilmektedir. Althusser, bu çağırma biçiminde özneleri dönüştürerek hareket ettiği, deneylerde, çağırma ile haberleşme araçlarının (medya vb), çağırma eyleminin sonucunda neredeyse hiçbir zaman yöneldiği kişiyi ıskalamayacak biçimde gerçekleştiğini belirtmektedir. İster sözlü çağrı ister düdük sesi olsun bu hitabın sonunda öznenin, çağrılanın gerçekten kendisi olduğu ve bu çağırma tanıdığı belirtilmektedir (Althusser, 2000: s.63-64). Althusser'in buradaki teorik saptaması özellikle haberleşme araçları olarak ifade ettiği televizyon ve radyo haber bültenleri, çeşitli görsel ve işitsel programlar ya da gazetelerdeki haberler ve tüm reklâmların seslenişindeki biçimle büyük uyum göstermektedir. "İyi akşamlar sayın seyirciler", " sevgili dinleyenler", "bu marka şampuanı kullanırsanız, saçlarınız dökülmez" şeklindeki çağrılarda genel bir sesleniş olmasına rağmen izleyici, okuyucu veya o anda orada bulunan birey bunun kendisine yönelik olduğu somutluğu ile hareket edecektir. Bu bakımdan ideolojinin söz konusu seslenişi olan 'çağırma' politik, ekonomik, kültürel, sanatsal ve hayatın

tüm alanlarında bireyleri özneler (agents) olarak somutlaştırır ve ideolojinin (egemen ya da değil) taşıyıcısı haline getirir.

“Çağırma” (interpellation) konusuna değinen başka düşünürler bir kültürde bulunan temsillerin medyada; televizyon, film, dergi, ilân ve reklâm alanındaki sanat formlarında, bireylerin bu temsil biçimleri tarafından taşınan ideolojileri deyim yerindeyse kabul etmeye mecbur bırakan işlemler olduğu kanaatine varmaktadır. Althusser’in hitap etmeyi ‘seslenme’ ve bunun sonucunda da elde edilen başarıyı ‘çağırma’ (Silverman, 1983: s.48-49), bu sürecin de ideolojik inanç sistemlerinin bir toplumda bulunan temsil sistemlerine hâkim olarak ya insanları doğrudan doğruya çektiği ya da onları çağırarak temsille ve ideolojiyle tanımlamayı öğrenen deneklere dönüştürdüğüne dikkat çekilmektedir (Berger, 2011: s.67). Althusser’e göre egemen ideoloji insanları kapitalist sistemin yararına denetlenmelerini sağlayarak etkilemektedir. Egemen ideolojinin en temel etkisi bireyin kendisini ‘özgür bir öznellik, bir inisiyatiflikler merkezi’ ve kendi eylemlerini kendi gerçekleştiren ve bunlardan sorumluymuş hissi yaratmasıdır (Lodziak, 2003: s.29).

Bu durumda tüm DİA’lar benzer özelliklere sahiptirler ve aynı işlevi görürler. DİA’lar hangisi olursa olsun aynı hedefe, üretim ilişkilerinin yeniden üretimine yani kapitalist sömürü ilişkilerinin üretimine; kendine özgü yollardan katkıda bulunur. Siyasal aygıt bireyleri ve toplumu, devletin siyasal ideolojisine uydurur. Bu işleyiş dolaylı ve dolaysız olarak demokratik ve parlamenter yönetim sistemiyle gerçekleşmektedir. Basın ya da haber aygıtı olan DİA tüm yurttaşları radyo, televizyon aracılığıyla günlük milliyetçilik, şovenizm, liberalizm, ahlâkçılık gibi anlayışla doldurup ve biçimlendirmektedir (Althusser, 2000: s.43). Althusser, DİA’lar arasında başat rolü eğitime yani okula vermektedir. Söz konusu çalışması *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*’nı kaleme aldığı dönemler, günümüz koşullarından farklı bir siyasal-sosyal atmosfere sahip olması nedeniyle bu çok geçerli bir nedendir. O, özel ya da devlet kurumu olsun eğitim kurumlarının sömürü ilişkilerinin üretiminde ve yeniden üretiminde en etkili yapı olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre kapitalist toplumsal formasyonda üretim ilişkilerinin yani sömürülenlerin sömürenler ve aralarındaki ilişkilerde büyük bir bölümünün yeniden

üretimi, egemen sınıfın ideolojisinin okullarda toplu halde kafalara yerleştirilmesi ile kaplanmış birkaç becerenin öğrenilmesi ile sağlanmaktadır. Kapitalist düzen adına hayati olan bu sonucu üreten mekanizmalar elbette evrensel olarak egemen burjuva ideolojisinin temel biçimlerinden biri olan okuldur (Althusser, 2000: s.45). Tüm toplumsal sınıfların çocukları anaokulundan başlayarak yıllar boyunca eğitim-okul DİA'sının egemen ideolojiyle kaplanmış becerileri ya da sadece katıksız egemen ideoloji olan ahlâk, felsefe, yurttaşlık gibi sistemi yeniden üretmeye yarayan bilgileri ve anlayışlarıyla yetiştirilmektedirler. Bu sürecin farkında olan çocukları, öğrencileri ya da toplumu bu etkiden kurtarmak için mücadele eden öğretmenleri birer kahraman olarak gören Althusser, bunların sayılarının fazla olmadığını, egemen eğitim sisteminin dışında yeni yöntemler denediklerini ancak bu çabanın da yine egemen ideoloji tasarımına “cömert, vazgeçilmez ve doğal” gibi temaları çağrıştırmaması nedeniyle hizmet ettiğini vurgulamaktadır (Althusser, 2000: s.46).

Bu bağlamıyla ideolojinin sadece zihinsel bir olgu olmadığını imleyen düşünür, onun pratik hayatın içinde şekillendiğini, özneler bir yönüyle bireylerle birlikte var olduğuna dikkat çekmektedir. İdeolojinin toplumsal hayatta yeniden üretildiğini bunun ise pratik bir sürece karşılık geldiğini belirten Althusser, bireylerin ve öznelerin tümüyle ideolojik aygıtlar aracılığıyla kurulduğunu söylemektedir. Sözü edilen birey şu ya da biçimde davranmakta, şu ya da bu pratik tavrı kabul etmekte ve dahası özne olarak kendi bilinciyle özgürce seçtiği fikirlerin bağımlı olduğu ideolojik aygıtın kimi düzenlenmiş pratiklerine katılmaktadır. Tanrıya inanıyorsa ayini izlemek için kiliseye gidip diz çökmekte, dua etmekte, günah çıkarmakta, cezasını çekmekte ve doğal olarak pişman olmaktadır. Göreve inanıyorsa ona ilişkin ayin pratiklerinde yazılı göreneklere uygun davranışlara, adalete inanıyorsa tartışmaksızın hukuk kurallarına uymaktadır. Hatta kurallar çiğnendiğinde başkaldıracak dilekçe imzalayacak bir gösteriye bile katılmaktadır. Hayatın içinde pratik eylemlilikleri olan ve ideolojik aygıtın bir parçası haline gelen özne-birey yine bir cenazeye, spor karşılaşmasına, okulda bir derse ve herhangi bir siyasal partinin toplantısına ya da mitingine katılabilmektedir (Althusser, 2000: s.58). Egemen sınıfların ideolojik aygıtlarla topluma hükmettiğini, ideolojik çarpıtmanın gizli bir güç tarafından teleolojik olarak gerçekleştirmediğini, zihinlere imgeler yükleyerek insanların

köleleştirmediklerini, tüm bu gelişmelerin kapitalist sistemin yeniden üretimi sonucu gerçekleştiğini ve pratik olarak tüm özneler tarafından kurulduğunu belirtmektedir. Başka düşünürler ideolojinin pratik hayatın içinde şekillendiği yaklaşımına katılmaktadır. DİA'ların etkili önermelerden biri de ideolojinin pratik olduğudur; özgül aygıtların veya toplumsal kurum ve örgütlerin ritüellerinin içinde konumlanan pratiklerinde ortaya çıkan bir ideolojiden söz edilmektedir. Polis ve ordu gibi baskıcı devlet aygıtları ile kiliseler, sendikalar ve medya gibi direkt olarak devlet tarafından örgütlenmemiş ideolojik devlet aygıtları arasında ayırım yapılmaktadır (Hall, 2010: s.371).

Stuart Hall, ideolojinin meydana çıkış sürecine vurgu yaparak daha çok kitlelerin zihninde maddi olarak ve farklı düşünce biçimlerinin ne gibi koşullarda hangi kaygı ve ilgiyle oluştuğunun önemli olduğunu belirtmektedir. Bu bağlamıyla ideolojinin daha çok politik perspektif içeren bir teori olduğunu söyleyerek, Antonio Gramsci'nin geliştirdiği 'tarihsel blok' kavramının, liderlik ve iktidarın somutlaşmasında hangi fikirlerin daha etkili olduğunu neden tüm toplum üzerinde bu fikirlerin egemen hale geldiğini açıklamada yardımcı olabileceğini kaydetmektedir. Özellikle istikrarlı ve sabit bir iktidarın oluşması, kitlelerin yeniden bir araya gelmesinde, tâbi olmalarında ve var olana boyun eğmelerine neden olan sürecin, yeni bir bilinçlenme süreci olarak görülmesi gerektiğini ifade ederek, ideolojinin yapısının bu durumu kavramaktan geçtiğini ileri sürmektedir. Hall'a göre ideoloji, farklı sınıf ve grupların toplumun işleyiş yollarını anlamak, açıklamak, yorumlamak, çözmek ve anlamlandırmak amacıyla zihinsel çerçevede diller, kavramlar, kategoriler, felsefi betimlemeler gibi temsil sistemleriyle mevzilenme halidir (Hall, 1996: s.25-26). Marx'ın genel bir ideoloji teorisi geliştirmediğini belirten Hall, ideolojinin onun eserlerindeki kullanım şeklinin tarihsel bağlamıyla yakından ilgili olduğunu, yanlış ve çarpıtılmış bilinç olarak ifade edilen ideolojinin kendi dönemindeki genç-Hegalcilerin fikrî yönlerini eleştirmek için kullandığını kaydetmektedir. Bu çerçevede anılan ideolojinin sınırlarının ve ifadesinin Marxist metinlerde yer alma biçimiyle ilgili olduğu günümüzde ise söz konusu tanımın daha betimleyici daha geniş ve sistematik olmayan bir perspektife oturtulduğuna vurgu yapmaktadır. Günlük kullanıma da geçen ideolojinin tüm sosyal organizasyonları kapsayacak

şekilde anlama ve tanımlama yönüne gidildiğini, günün koşullarına yönelik Marx'ın ifade ettiği çarpık ve yanlış bilinç algısının aşıldığını aktarmaktadır. Hall, günümüzde ideoloji teriminin daha geniş bir bağlamda, Marxist metinlerden daha az sistematik ve toplumsal düşünce alanlarındaki tüm organizasyonları adlandırmak, atıfta bulunmak ve gönderme yapmak amacıyla kullanıldığını belirtmektedir (Hall, 1996: s.26).

Öte yandan Marx'ın ideoloji terimini pratik bilgi anlamında da kullandığını ifade eden Hall, düşüncenin günlük deneyimlerin içinde şekillendiğini *Kapital*'de sürekli günlük bilinçten söz edildiğini kaydetmektedir. Düşüncelerin maddi süreçlerle bağlantılı olarak geliştiğini, kendiliğinden düşüncelerin kapitalist temsiller içinde kendi kendine sonuna kadar yaşandığını, başka bir deyişle gerçek, pratik olarak, deneyim olarak somutlaştığını söylemektedir (Hall, 1996: s.27). Bu yüzden pratik bilinç, yani o andaki burjuva bilinç gerçektir, yine tam da bu anlamıyla Marx söz konusu bilinci açıklamak ve tanımlamak için ideoloji terimini kullanmaktadır. Bir yanı sıra günlük pratiklerin ürünü olan temel ve üstyapı arasında özerk ve bağıntılı bir role sahip olan ideolojinin pozitif bilimle de çok yakın bir ilişkisi bulunmaktadır. İdeoloji sadece bir yanlış değildir, su götürür nitelikte ideolojik çıkarlar bilimsel bilginin ilerlemesine katkıda bulunabilmektedirler. Bilim de ideolojiye benzer özelliklere sahiptir ve özünde deneme ve yanılmayı taşır. Her ideoloji yanlış, her yanlış da ideoloji değildir (Eagleton, 1996: s.196). Örneğin Marx, burjuva ekonomi politikçilerin çalışmalarının kesinlikle bilimsel ve kapitalist topluma ilişkin olayların içyüzünü, bir dereceye kadar anlayabilme kapasitesinde olduğu düşüncesindedir. Diğer yandan aynı zamanda bu çalışmaların kilit noktalarda ideolojik çıkarlar tarafından engellendiklerini ve bu nedenle bu çalışmalarını hem bilimsel hem de ideolojik bulmaktadır (Eagleton, 1996: s.196; Hall, 1996: s.32).

### **3.2.İdeoloji ve Seçmeci -Yeğlenen Gerçeklik**

20.yüzyıl ileri kapitalizmde medya nitel ve nicel olarak 'kültürel' alanda tayin edici ve temel bir önderlik tesis etmiştir. Kitle İletişim Araçları (KİA) teknik, ekonomik, toplumsal ve kültürel kaynakları bazında ayakta kalabilmiş daha eski geleneksel kültürel kanallardan nitel olarak daha büyük bir dilimi yönetimi altına

almıştır. Modern iletişim araçları kültürel ve ideolojik alanı tedricen kolonileştirmiştir. KİA atomize olmuş sınıf ve gruplara bir hayat, anlam, pratik ve değer imgesi inşa etme imkânı sağlamıştır (Hall, 1994b: s.200). Fakat bu anlam, imge ve değerler oluşturma sistemi yaşanan günlük hayatı tam olarak ve ‘gerçekçi’ bir şekilde yansıtmaktan uzaktır. Gerçekte bir ayna olarak gözüken medya onun ötesinde bir işleve sahiptir. Medyanın gerçek dünyayı tam olarak yansıtmadığı iki farklı dünyayı birbirinden izole ettiği, medyanın her zaman toplumsal gerçekliği yansıtan bir ayna olmadığı belirtilmiştir (Shoemaker ve Reese, 1996: s.7). Bu yaklaşım daha çok eleştirel medya teorilerinde özünü bulmuştur. Marksizm’e referans veren söz konusu perspektif, gerçekliğin inşasında ideolojinin rolü üzerinde durmuştur. Marksizm tüm analizlerinde olduğu gibi medyaya da sınıfsal temelde yaklaşmış onu bilinç üreten bir süreç olarak değerlendirmiştir (Sholle, 1994: s.212). Böylece medyayı yargılayan ve işlevini sorgulayan onun ideolojik özünü ortaya çıkarmaya gayret eden eleştirel sürecin varlığı kendini göstermiştir. Bir yönüyle Marksizm’e dayanan eleştirel yaklaşım medya araştırmalarında davranışsal perspektiften ideolojik analize geçişte yeni bir aşamanın kaydedilmesine neden olmuştur. Bu süreçte anaakım medya araştırmalarında eleştirel perspektife kaymayı karakterize eden bir süreç ortaya çıkmıştır (Hall, 1994a: s.57).

Çoğulculuk ekseninde medyanın etkisi kırılırken ve medyadaki olguların ve yansıyanların toplumsal süreçlerden dolayımınarak geçtiği iddiası ideolojik etkiyi görünmez kıldığı, özellikle Amerikan davranışçı ampirik araştırma geleneğinin temelini oluşturan medyanın etkisinin sınırlı olduğu ve bu süreçte izleme, okuma, aktarma ve yorumlama gibi etkinlikler gerçekleşirken başka toplumsal örüntülerin de devreye girdiği tezi medyanın etkilerinin iddia edildiği gibi fazla olamayacağı görüşünün hakimiyetini sağlamıştır (Hall, 1994a: s.60). Eleştirel perspektif etki konusuna farklı açılardan özellikle de ideolojinin sınıfsal yapısı ve nitelikleri hakkındaki gözlem ve araştırmalarıyla yeni bir çerçeve sunmuştur.

Amerikan ampirik-davranışçı medya araştırmaları çizgisi medyanın toplumda var olan eğilimleri ve ortak bir alanda buluşma nosyonunu destekler niteliklere sahip olduğu, çoğulculuğu sağlama almanın temelde büyük bir iddianın ve toplumda



esasinda var olmayan çoğulculuğun sanki varmış gibi gösterilmesiyle eleştirilmektedir. Bu eleştirilerin temelinde medyayı da içine alan çoğulculuk anlayışının ideolojinin sonunu getirdiği sınıfsız bir toplum yapısı önerdiği ve var olan çelişkileri yok saydığı ileri sürülerek gerçeklikten uzaklaştığına dikkat çekilmektedir. Özellikle 1960'lı yılların karşı toplumsal hareketleriyle test edilen ve söylenenlerin aksine toplumda 'çoğulculuğun' uyuşma yarattığı mitinin sert bir şekilde sarsıldığı ifade edilerek, adı geçen toplumda esasında çoğulculuğun çok güçlü bir temeli olmadığını altı çizilmektedir. Karşı kültürlerin, sınıfsal ve gençlik ayaklanmalarının medyanın ileri sürdüğü bu tezi yerinden ettiği vurgulanmaktadır (Hall, 1994a: s.64-65). Bunun sonucunda da davranışçı medya araştırmaları etkisini önemli oranda kaybetmiş ve yeni özellikle ideolojik temeli esas alan yaklaşımlar ve çalışmalar yapılmıştır. Davranışsal perspektiften ideolojik perspektife doğru hareket gerçekleştirdikten sonra bu alandaki analizlerin bakış açısı da değişmiştir. Medyanın gücü, etkisi, toplumsal, siyasal ve kültürel yapılanması hakkında yeni çözümlerlerin gerekliliği de gereksinim olarak kendini dayatmıştır.

Medya araştırmalarında eleştirel perspektif, 'medya etkileri' konusunda egemen olan üç ana çizgiden hareket etmiştir. Bunlar kültürel, toplumsal ve siyasal olarak tanımlanmaktadır. Kültürel olarak, kitle kültürünün yayılması sonucunda yüksek kültürün yerinden edilmesi, bozulması ve önemsizleşmesi gerçekleşirken, siyasal açıdan yanlış çağrılar ve propaganda karşısında kitlelerin zayıflığı tezi ileri sürülmüştür. Medyanın toplumsal etkisi temelinde ise cemaat bağlarının, *gemeinschaft*'in aracı yüz yüze grupların dağılması ve kitlelerin medya yoluyla seçkinlerin ticarileşmiş etkilerine teslim olduğu ileri sürülmüştür (Hall, 1994a: s.59). Söz konusu iddialarının geçerliliğini ortaya koymak ve tartışmak amacıyla analizlerin yapılması gerekmiştir. Analizler medyayı ve onun etkilerini yeniden ele alırken kültür olgusu ve onunla ilişkili ağlar da mercek altına alınmıştır. Kültürel işlevlere sahipliğinin yanı sıra modern medyanın çoğulluğu temsil etmek ve yansıtmak gibi bir işlev ve görev üstlendiğini kaydeden Stuart Hall, bunları dört ana ekseninde toplamaktadır; kültürel, çoğulluğu yansıtmak ve göstermek, seçmeci olarak temsil etmek ve ideolojik olarak konumlanmak (Hall, 1994b: s.201-203). Bu işlevlerin analizini yaparken Hall, medyanın toplumsal bilgiyi seçmeci olarak

dolaşıma soktuğu, bu dolaşım sürecinin ise yeğlenen anlamlar ve yorumlardan oluştuğunu belirtmektedir. İdeolojik emek ve iş bölgesi olarak dolaşıma sokulan bilginin tamamının ideolojik bir programlanması mümkün olmadığından ve tek bir yönetici sınıfın tek bir ideolojik söylemi bulunmadığından dolayı bilginin seçmeci ve sınıflandırması açısından yoğun ideolojik emek ve iş bölgesi olması gerektiği belirtilir. Bu alanda görüntüde dünya hakkında daha çok bilgi ve görsellik elde edildiği izlenimi yaratılarak dünyayı daha anlamlı kılmak için çeşitli haritalar ve sınırlandırmalar geliştirilmektedir (Hall, 1994b: s.202).

Hall'a göre sınıf demokrasilerinde bir bütün olarak medya doğrudan doğruya devlet tarafından idare edilmez ve örgütlenmez. Ancak bazı ülkelerde bu örgütlenme biçimine yakın olsa da medyanın yani KİA'nın, yönetici sınıf adına konuşan yine bu sınıfın bir bölümü tarafından alt-üst edilmesi ve kolonileştirilmesi tam olarak gerçekleştirilemez. Sermayenin hiçbir temel çıkarı bir 'karşı-koyucu ses' olmadan iletişim kanallarının tamamını işgal edememektedir. Medyanın önerdiği son derece sınırlı bir repertuvardan hareketle oluşturulmuş şekillenmeler çarpıcı bir seçmecilik sergilese de gündelik yönetim ve pratiklerinde medya, işlerlikte olan yansız bir mesleki-teknik ideolojiler temelinde, örneğin bir hukuk kuralı gibi tüm taraflara eşit olarak uygulandığı belirtilen haber değerlerinin nötr yapısı dizisi çerçevesi içinde çalışmaktadır. Önyargıların işlenmesi açıkça bir kuraldan ziyade bir istisna oluşturur. Böyle olmasına rağmen başat ideolojiler medyanın söylemlerine nüfuz etmektedir (Hall, 1994b: s.204). Bu ortam verili toplumsal yapıdaki siyasal ve ekonomik, kültürel pratiklerin sonucunda şekillenmektedir. Başat ideoloji o andaki ve zaman içinde oluşmuş sınıfların hükmetme biçimi ve kurduğu ittifaklarla yakından ilişkilidir. Başat ideoloji merkezi medya üzerinde spontane olarak özellikle aydınlar ve entelektüellerin icra ettikleri pratiklerle somutlaşarak normal olarak işlemektedir. Bu süreç Gramsci'nin organik aydın olarak ifade ettiği her toplumsal grup ya da sınıfın kendine özgü ve kendiyile türdeş bir aydınlar katmanının oluşum sürecindeki dikkat çektiği zihni üretim rolüyle açıklamak mümkündür:

“Kapitalist işletme sahibi kendisiyle birlikte sanayi teknisyenini, ekonomi politik bilginini de yaratır; yeni bir kültürün, yeni bir hukukun

vb, örgütleyicisini de... Aydınlar, egemen toplumsal gruptan özerk ve bağımsız olarak görürler kendilerini. İdeolojik ve politik alanda sonuçsuz kalmaz bu özkonum... Geleneksel aydın kategorileri, toplumsal bütünlük ve birlik ruhu nedeniyle egemen toplumsal gruplardan özerk ve bağımsız olarak görürler kendilerini. Bu durum aydınların toplumsal bütünlüğü tarafından benimsenmiş bulunan bu konuma kolayca bağlanabilir. Tüm idealist felsefe ve aydınlar kendilerini bağımsız, özerk ve kendilerine özgü niteliklerle donatılmış sanmaktadırlar” (Gramsci, 1986: s.309-313).

Stuart Hall’un dikkat çektiği bir başka konu ise medya örgütlerinin bir fabrika benzeri üretim yapmalarıdır; fakat bu ürünler sembolik mallardır. Ona göre medya, mesaj ve karmaşık söylemlerle düzenlenmiş göstergeler üretmek ve temelde sembolik malların üretimi özgülünde örgütlenmiş toplumsal ve ekonomik aygıtlardır (Hall, 1994b: 204). Çağımızda bu ürünler en etkili biçimde televizyonlarda görülmektedir. Sembolik üretimi-ki bunların en yaygın biçimi haber olgusudur-gerçekleştirilen en temel medya araçlarından biri televizyondur ve ideolojik üretim yapmaktadırlar.

Bu bağlamıyla ideolojik üretim içinde olan araçlar, özellikle haberler konusunda işlerliğini ortaya koymaktadır. Medya çalışanlarının ideolojinin televizyondaki haber bültenlerinde işleyişine yönelik kapitalizmin mantığını ve işleyişi sorgulamadan haber aktarımı gerçekleştirildiğini ifade eden Hall, bu süreçte mantık öncüllerinin doğru kabulü ve önermelerin gerektirimi nosyonu sonunda ideolojik anlatım ve anlam oluşturulduğunu kaydederek bu konuya şöyle bir örnek vermektedir:

“İngiltere’deki Leyland fabrikalarındaki işçi eylemleri ve grevi hakkındaki haberlerin veriliş biçimi ideolojik mantık önermelerinin ve öncüllerinin varlığını ortaya koymaktadır. Leyland alet edevat yapımcılarının bugünkü grevi İngiltere’nin ekonomik durumunu daha da zayıflattığı gibisinden bir ifade, ekonominin nasıl işlediğinin, ulusal çıkarın ne olduğuna vb, ilişkin bir dizi sorgulanmaksızın kabul edilen önermeler dizisine yaslanmıştır. Çünkü bu ifadenin güvenirlilik

kazanması için kapitalist üretimin tüm mantığının doğru olduğunun kabullenilmesini gerektirmektedir” (Hall, 1994a: s.81).

Buradaki haber aktarım şekli tamamen bir egemen sınıfın temel algısının tüm topluma dayatılmasıdır fakat bunun kabul görebilmesi ve meşruiyet algısı yaratması için haberin yeterli mantık öncülleriyle anlam üretmesi gerekmektedir. Her hâkim düzen ayakta kalabilmek için kendi astlarına yeterince anlam sunmak zorundadır (Eagleton, 1996: s.72). Çağımızda medya bu konuda çok önemli bir işlev görmektedir. Alışıldık haber bültenlerindeki herhangi bir parça için de aynı şeyleri söylemek mümkündür; dünya hakkındaki ifade edilmemiş ya da sorgulanmaksızın kabul edilen bilgi parçalarından oluşan bir silsilenin bütün olmaksızın bültendeki her betimsel ifade sözcüğü tam anlamıyla kavranılamaz olacaktır. Ama söz konusu ifadeyi ideolojik açıdan gramatik kılan bu öngerektirimlerin ‘derin yapısı’ dünyayı anlamlı kılmak için bu ifadeleri yayanlar ya da bu ifadelerden anlam çıkarması istenen kişiler bakımından nadiren bariz hale gelir ve çoğu zaman da bilinç dışı olarak kalır. Aslında ifadenin tam da beyan edici ve betimleyici biçimi, ifadenin içine gömülü olduğu içerimlenmekte olan mantığı görünmez kılar. Bu durum söz konusu ifadeye karşı çıkılmaz bir aşikârlık ve bariz bir hakikat değeri kazandırır. Aslında şeylerin nasıl olduklarına ilişkin önermelerden ibaret olan şey gözden yiter ve yalnızca betimleyici ifadelerin özsel onaylanışı konumu edinir; ‘olaya ilişkin olgular’. Bunların gerektirim mantığının önü tıklandıktan sonra ifadeler kendi kendilerine işliyor gibi görünür. Bu ifadeler önermelerden bağımsızmış gibi ‘gerçeklik hakkındaki’ doğal ve kendiliğinden onaylamalar gibi algılanmaya başlar (Hall, 1994a: s.81-82).

Özellikle görsel karakteri bulunan medya araçları anlamlandırmanın en ikna edici gücünü oluşturur. Bu nedenle televizyon medya araçları içinde anlamlandırmada en etkileyici olanıdır ve onun gücünün büyük bir kısmı görsel ve belgesel karakterinden kaynaklanmaktadır (Hall, 1994a: s.83). Televizyonun önermeleri ve açıklamaları, söylemin bu şekilde gerçeğe, gözüyle görmenin kanıtına dayandırma tarafından alttan alta desteklenir. O nedenle televizyonun söylemi özellikle doğalcı bir olgusal söylem, ifade ve betimleme olarak görülmektedir. Bu

tipik söylem aslında doğal değil, doğallaştırılmış bir söylemdir; doğaya dayanmayan ama kendi hakikatinin bir tür garantisi olarak doğayı üreten bir söylem olarak tanımlamak daha uygun olmaktadır. Öte yandan görsel söylem zedelenmeye özellikle yatkındır, çünkü görsel söylemin bağımlı olduğu görsel tanıma sistemleri herhangi bir kültürde öylesine yaygındır ki, kurgu, seçme ve düzenlemenin müdahalelerinden muaf tutmuş gibi görünmektedir. Görsel söylemler, aktarıldıkları imgelerde gerçekliğin fiili izlerini yeniden üretmekte olduğu izlenimini doğurur. Bu bir yanılsama; doğalcı yanılsamadır. Çünkü bu ‘gerçeklik’ etkisi üreten sözel ve görsel söylemin bileşimi en maharetli ve en ince işlenmiş kodlama ve yordamlarını gerektirir. Ögelerin monte edilmesi, bağlantılandırılması ve dikilmesi, ‘anamlı’ bir anlatı ya da yorumlama sistemi oluşturacak şekilde işlenmesini gerektirmektedir (Hall, 1994a: s.83-84).

Günümüzde yani modern toplumlarda dünyadaki olayları betimlemek ve açıklamaktan sorumlu kurumlar olarak kitle iletişim araçları önemli bir konuma sahiptirler (Hall, 1994a: s.72). Bu araçlar başat iletişim sistemlerinde yeğlenen ya da sınırlanan anlamlar silsilesini sürekli kılmaktadırlar. Bu sürekli kılma, televizyon tekniğinin seçme ve dışlama, açıklamaların bir arada kullanımları, belli bir anlam yaratmak için televizyonun sözel ve görsel söylemlerinin bir arada eklemlenmesiyle gerçekleştirilmektedir. Medya bu işi yaparken, anlam oluştururken, ekonomik ve toplumsal bir örgüt olarak faaliyet göstermektedir. Anlamlandırma toplumsal bir pratiktir ve dil ve sembollerle üretilir. İletişim araçları bu anlam üretme tekniklerini kullanmaktadır. Dahası medya kurumları üreticilerinin bir ürün ortaya koymak için ellerindeki anlam üretim araçlarını ve teknik donanımı belli bir tarzda kullanım sağlayan özel bir toplumsal örgüt olarak evrimleştiği ileri sürülmektedir. ‘Bu açıklamayı değil de şu açıklamayı inşa etmek’, belli araçların özgül bir yeğlenimini (seçme-tercih) ve bu araçların anlam üretme pratiği sırasında bir arada eklemlenmesini gerektirmektedir. Bu süreç medyada anlamlandırma olarak değerlendirilmektedir. Anlamlandırma patriğinin sembolik bir karakteri bulunmaktadır: Anlam inşa etme sürecinde müdahale ve kullanım değerleri mesajın içerdiği sembolik değere bağımlıdır. Anlamlandırma pratiğinin sembolik karakteri tek olmasa da başat unsurdur (Hall, 1994a: s.73-74).

Althusser'e göre anlamlandırma belirli bir hammaddenin belirli bir ürüne dönüştürülmesindeki herhangi bir süreç, belirli araçlar yani üretim araçları kullanarak belli bir insan emeği tarafından gerçekleştirilen dönüşümdür (Aktaran: Hall, 1994a: s.85). Öte yandan anlamı belirleyen gerçekliğin yapısı değil anlam bir toplumsal pratik süresince anlamlandırma işinin başarılı olarak icra edilmesi koşuluna bağlıdır. Medya modern toplumlarda başat anlamlandırma araçlarıdır. Toplumsal formasyonlardaki ideolojik süreçlerin göreceliği özerkliği ya da ideolojinin öbür pratikler üzerindeki gerçek etkilerini yeterince kabul etmeden başat olan bu anlamlandırma sürecini açıklamak zordur. İdeoloji görece bağımsızdır ve anlam üretim sürecinde medya zaman zaman bu alana konumlanabilmektedir. Anlamlandırma siyaseti yoğunlaşması daha sonra medyanın merkezi ideolojik bir konuma yerleşmesine olanak vermektedir (Hall, 1994a: s.94-95).

Medyada doğallığı yansıttığı ileri sürülen 'durum tanımları' analizi dikkat çeken bir başka yaklaşımdır. Bu çerçevenin şeylerin tanımlanmasında ve hegemonya kurma sürecinin rıza üretiminde önemli bir unsur olduğuna vurgu yapmaktadır. Zamanla medyanın yansıtıcı rolünü şeyleri basitçe ve oldukları gibi göstermesi anlayışından kuşku duyulmaya başlanmıştır. Medyanın varsayılan doğalcılığını destekleyen şeffaf dil anlayışı sorunlaştırılmıştır; çünkü bir gerçeklik basitçe verili bir olgular dizisi olarak görülemez şeklinde değerlendirme yapılmaya başlanmıştır. Gerçek, gerçekliğin belirli bir tarzda kurulması olarak tarif edilmeye ve bu tanımlar tüm dil pratikleri yoluyla desteklenip üretilmeye, bu dilsel pratikler aracılığıyla 'gerçeğin' seçilmiş tanımları temsil ettiği noktasında bilgiler ortaya çıkmıştır. Bu bağlamıyla temsil etme (representation), yansıtmadan çok farklı bir nosyona vurgu yapmaktadır. Temsil etme; aktif bir seçme ve sunma, yapılandırma ve biçimlendirme işini ima etmektedir. Böylece medyanın bütün ideolojik çerçeveyi biçimlendirdiği görülmüştür. Medya şeylerin düzenini, bu düzeninin sınırlandırıcı perspektifini, şeyleri evrensel doğal ya da gerçekliğin kendisiyle bitişikmiş gibi doğal ya da kutsal kaçınılmazlıklarla donatan bir temsil etme tarzı olarak biçimlendirmektedir. Dünyaya ilişkin kısmi ve yanlı açıklamalara evrensel bir gerçeklik ve meşruluk kazandırmaya ve bu kısmi kurmacalar, gerçeğin sorgulanmaksızın kabul edilmesine oturtmaya

yönelik hamle aslında ‘ideolojik’ olanın karakteristiği ve tanımlayıcı mekanizması olarak bilinmektedir (Hall, 1994a: s.67-69).

### **3.3.İdeoloji, Hegemonya ve Medya**

Antonio Gramsci ideolojileri karmaşık, eşitsiz oluşumlar olarak görmektedir (Eagleton, 1996: s.76). Fakat Gramsci’nin yazılarında kilit konumundaki kategori hegemonyadır. Bu noktada ideolojiye göre hegemonya daha farklı bir olgudur. Çünkü ideoloji genellikle baskı yönüyle kullanılır. Hegemonya toplumda hem siyasi hem de ekonomik olabilir. Örneğin bir ekonomik sınıf ve grup kendi iktidarı için gerekli olan rızayı ideolojik araçlarla sağlayabilir fakat aynı derecede vergi sisteminde toplum yararına gerçekleştireceği bir takım nispi refahla, siyasi yönden kendine muhalif olabilecek işçi ve çalışan kesimde belirli bir refah yaratarak hedefine ulaşabilir (Eagleton, 1996: s.163).

Özellikle batı toplumlarında insanların kendi kendilerini yönettiği hissine kapıldığı parlamenter rejimler bulunmaktadır. Perry Anderson, parlamenter sistemi üzerinde medya, kiliseler ve siyasi partiler gibi kurumların eleştirel ama tamamlayıcı bir rol oynadığı kapitalizmin ideolojik aygıtlarının faaliyet merkezi olarak betimlemektedir (Aktaran: Eagleton, 1996: s.163). Hegemonya önderlik ve liderliktir. Antonio Gramsci’nin bu alana olan en sivrilmiş katkısı ve dikkat çeken özgünlüğü hegemonyanın bir ölçüde hukuksal meşru zorun yanı sıra ilke olarak tâbi durumdaki sınıfların ve toplumdaki grupların aktif rızalarının kazanılması yoluyla başarıldığını belirtmesidir. Modern toplumlarda düzenin sadece zora dayalı sürdürülemeyeceğini aynı zamanda rızanın da elde edilmesi gerektiğine dikkat çekilirken (Curran, 2006: s.132), hegemonyanın belli oluşumların tahakkümlerinin ideolojik zorla değil kültürel önderlikle sağlandığı (Hall, 1994a: s.96-97) ve bu sürecin Gramsci’nin adlandırdığı özgün tanımıyla ‘organik aydınlar’ tarafından işlendiği ve organize edildiği kaydedilmektedir. Gramsci’ye göre aydınlar geldikleri sınıf ve buldukları sosyal fraksiyonlarıyla ayırt edilebilmektedir ve her sınıfın kendi organik aydını bulunmaktadır (Storey, 2008: s.81).

Gramsci, hegemonya\* sözcüğünü normal olarak bir yönetici gücün kendi hâkimiyeti için hükmettiği insanların rızasını alma biçimi olarak ifade ederken; bunun yanı sıra sözcüğü zaman zaman hem rıza hem de baskı anlamını birlikte karşılayacak şekilde kullanmaktadır (Eagleton, 1996: s.162). Hegemonya fikri, hegemonya uygulanacak kesimlerin çıkar ve eğilimlerini dikkate alınmasını ve belirli bir uzlaşma dengesinin kurulmasını gerektirirken (Anderson, 1988: s.37), toplumda farklı düzeylerde uyuşması (consensus) imâ etmesine rağmen tüm çelişkileri ortadan kaldırdığı da düşünülmemektedir. Kavram bir toplumsal formasyondaki çatışmaların ideolojinin güvenli limanı içine çekilerek uzaklaştırıldığını öne sürmektedir. Güvenli limanda kalınabilmesi için hegemonyanın sürdürülmesi gereklidir ve devamlılık arz etmelidir. Egemen (hâkim) grup ya da sınıflar müzâkereyle ve tavizler vererek, boyun eğen sınıf ya da gruplar üzerinde yönetimini ve iktidarını kesinleyebilmektedir.

Hegemonya asla basit ve sıradan bir iktidar kurma süreci değildir o, daima müzâkere ederek egemen sınıf ve gruplar ile tâbi olan sınıf ve gruplar arasındaki karşılıklı direnç gösterilerek ve aynı zamanda işbirliğiyle gerçekleşmektedir. Stuart Hall, hegemonya kavramını ideoloji, ekonomik yapı, yaşanan pratik kültürel ve siyasal düzeylerde analiz etmiştir. Ona göre hegemonya toplumdaki asli ekonomik süreçler üzerinde etkili üstünlük sağlamış olan başat bir sınıf ittifakının ya da yönetici bloğun, toplumun hayat tarzlarını, âdetlerini ve anlayışlarını, bizatihi biçimini, kültür ve medeniyet düzeyini, doğrudan doğruya tikel bir sınıfın dar çıkarlarına yarar sağlamasa bile dönüştürür. Bu bağlamda hegemonya bir bütün olarak hayatın başat toplumsal ve üretim sisteminin gelişimini ve gelişmesini destekleyen bir yönde dönüştürebilecek ve yeniden biçimlendirebilecek şekilde toplum üzerinde sağladığı üstünlüğü geliştirdiği ve yaydığı tüm süreçleri kuşatır (Hall, 1994a: s.96-97).

-----  
\*Laclau & Chantal “*Hegemonya: Bir Kavramın Şeceresi*” konu başlıklı bölümde hegemonya kavramının ortaya çıkışına ilişkin Avrupa’da Marksist, Rusya’da Leninist ve Almanya’da Rosa Luksemburg ve arkadaşlarının siyasal mücadele tarihinde kullanım şekilleri üzerine ayrıntılı bilgi vermektedirler. Bkz; Laclau, Ernest, Chantal Mouffe (1992). Hegemonya ve Sosyalist Strateji (Çev. Ahmet Kardam ve Doğan Şahiner). İstanbul: Birikim.



Hegemonya tesis edecek güçler rıza üretimini sağduyu (common sense) ya da ortak duygudan yararlanarak inşa etme yolunu seçmektedir. Hegemonyayla birlikte hâkim sınıfın kesin bir şekilde sosyal ve kültürel olarak egemen olduğu vurgulanırken bunun zordan daha ziyade ekonomik ve siyasi olarak tüm ulus (genel) üzerinde uygulanmasıyla karşılık bulunduğu belirtilmektedir. Egemen sınıf çıkarlarını tüm toplumun ortak çıkarı gibi gösterirken boyun eğdirilmiş grup ya da sınıflara liderlik eder ve çıkarların birlikteliğini savunan bir iktidar bloğu oluşturur. Buradaki kritik nosyon ise hegemonyanın zora dayalı olarak tesis edilmemesidir; ayrıca hegemonya eşitsiz sınıf ilişkilerinde alt sınıfların rızasını alarak yönetme durumu olarak belirirken, bu pratiği kültürel alanda gerçekleştirmektedir. Çağdaş toplumlarda hegemonya kurmak için propaganda ve reklâmlar önemli bir yer tutmaktadır. Bir siyasi parti açıkça kendi çıkarı için propaganda ve tanıtım (reklâm) yapabilir; fakat bunu amaçlı olarak manipüle etmeden hegemonya kurmada başarılı olamaz. Bu bakımdan iktidarını kurması ve sürdürmesi zor olmaktadır. Hegemonya günlük hayatın içinde yaygın bir şekilde kendini gösterirken dominant (hâkim) sınıf, çeşitli temsiller ve eylemlerle (aktivite) genel işleyişin tek bir sınıfın yani baskın bloğun çıkarlarıyla doğal, kaçınılmaz, ebedi ve tartışılmaz bir şekilde genelin çıkarı olduğu konusunu işler.

Hegemonya kültürel alanda tesis edilirken toplumsal kurumlar bunun icracısı konumundadır. Devlet, hukuk, eğitim sistemi, medya ve aile bu kurumları oluşturmaktadır. Bu kurumların temel özelliği anlam üretme merkezleri olmasıdır; bilgiler ve anlamlar kültürel faillerdir (agents) ve toplumu işleme ve üretme bakımından önemli rolleri bulunmaktadır. Bu kurumlar konumları gereği bireysel ve sosyal bilinci üretirler ve açıkça devletin işlevini yerine getirirler. Buna karşın söz konusu kurumlar görece özerk bir formda bulunmaktadır. Çünkü bireyler ve genel manasıyla insanlar farklı kişilik, nitelik ve ideolojilere sahiptirler. Yine de bu kültürel faillerin (agents), kolektif biçimleri üzerinde hegemonya tesis edilmekte, 'ele geçirilmekte' ve 'kolonileştirilmektedir' (Hartley, 1994b: s133).

Hegemonyanın kurulabilmesi için iktidar bloğu salt egemen ekonomik sınıftan oluşmayan ittifaklarıyla boyun eğdirilen sınıflar adına uzmanlaşmış yönetici ve

aydınların çeşitli kesimleri ve bu sınıfların fraksiyonlarıyla, çıkarların mutabık (uyum) ya da tamamıyla özdeş gibi göstermesi gerekmektedir. Böylece iktidar bloğu bilinci ve temsil alanlarını ele geçirip toplumda bir bütün olarak pratikleri, başta kültürel olmak üzere bireysel deneyimleri de kapsayacak şekilde yeniden tanımlayarak tesis etmekte ve dolaşıma sokmaktadır. Bu süreç sadece siyasal ve ekonomik etkenlerle sınırlı kalmayıp kültürel alanları da kapsadığına özellikle dikkat çekilmektedir (Williams, 2012: s.175).

Hegemonya tesis eden sınıf hayatın kültürel yönünü depolitize ederken bunu 'iktidar' ve 'güçle' fakat zorla değil, common sense (sağduyu-ortak akıl) şeklinde işleyerek otorite kurma başarısı göstermektedir. Bu 'common sense'deki temel amaç iktidarın gücünü ve doğallığını ebedileştirme stratejisidir; bu işleyiş sistemin ve iktidarın doğasının değil insan doğasının (human nature) temel özelliği olarak vurgulanarak ideolojikleştirilmektedir. Fakat iktidar bloğu gücünü ve otoritesini tam anlamıyla her an her yerde egemen kılamadığı için bir 'karşı-hegemonyanın' varlığından da söz edilmektedir. Sınıflı toplumlardaki, sınıflar arası mücadele devam etmekte egemenler tarafından tesis edilen hegemonya özel mülkiyet, endüstriyel üretimin örgütlenmesi gibi sorunlar karşısında çeşitli muhalefet odakları ve hareketlerle yüzleşmektedir. Bu çatışma yani hegemonya kurma ve karşı hegemonya olarak başta ideolojik alanda meydana gelirken gittikçe politik ve ekonomik güç mücadelesine ve iktidarı ele geçirme sürecine dönüşmektedir (Hartley, 1994b: s.134; During, 1999: s.4).

Gramsci'nin karşı-hegemonyadan ziyade hegemonyaya karşı mücadeleden söz ettiğini iddia edenler bulunurken (Erdoğan ve Korkmaz, 2016: s.268), bazıları da kavramdaki hem alternatiflik hem de karşı olma (proleter hegemonya) durumuna dikkati çekmektedir (Williams, 2012: s.175; 2005: s.58). Kavramın kullanımına ilişkin çeşitli çözümlerde bulunulsa da siyasal, toplumsal, kültürel ve ekonomik anlamının dışında günlük dile de geçen 'hegemonya', basit anlamıyla güçler arasındaki mücadeleyi ve egemenlik ilişkilerinin üretimini ve yeniden üretimini ifade etmektedir. Gramsci *Modern Prens*'te söz konusu duruma ilişkin çok net bir analiz ortaya koymasa da karşı hegemonyanın ipuçlarını vermektedir:

“Prens kavramını çağdaş siyaset diline çevirmek gerekirse bir sıra ayrıma başvurmak gerekirdi. Prens, bir devlet başkanı, bir hükümet başkanı, tersine, *bir devleti elde etmek ya da yeni bir devlet kurmak isteyen bir siyasal önder de olabilir*. Bu son anlamında Prens, çağdaş dile siyasal parti olarak çevrilebilir. Bazı devletlerin gerçeğinde devlet başkanı başka bir deyişle, başat çıkara karşı mücadele içinde olan farklı çıkarları dengeye getiren ama mutlak olarak hiçbir çıkarı dışta bırakmayan öge, gerçekten de siyasal parti olmaktadır. Ne var ki bu parti geleneksel anayasa hukukuna aykırı olarak, hukuksal bakımdan ne hüküm sürmekte ne de hükümet etmektedir. Fiili iktidara sahiptir, hegemonya işlevini yerine getirmekte ve dolayısıyla sivil toplumdaki farklı çıkarları dengede tutmaktadır. Ama sivil toplum, siyasal toplumla fiilen o denli iç içedir ki bütün vatandaşlar, siyasal partinin aksine hükümet ettiği kanısındadırlar. Devamlı hareket halindeki bu gerçeklik üzerinde geleneksel türden bir anayasa hukuku oluşturmak olanaksızdır. Olanaklı olan yalnızca devletin bizzat ereği bakımından sonra ermesi, ortadan kalkması başka bir deyişle siyasal toplumun, sivil toplum içinde yeniden erimesini dile getirip destekleyen bir ilkeler sistemi oluşturmaktır” (Modern Prens, 1984).

Terry Eagleton *‘İdeoloji’* adlı eserinde Gramsci’nin karşı ya da devrimci bir hegemonyanın varlığından söz ettiğini söylemektedir. Hegemonya konusunda Gramsci, muhalefetin düşünceleri üzerinde de durur ve etkili bir mücadele veren hareketlerin karmaşık ittifakları olma zorunluluğundan bahsederek çeşitli ideolojik bileşenlerin varlığına dikkat çeker. Ortak iradeye dönüştürülen güçlerin birleşmesiyle devrimci hegemonya verili radikal ideolojiler üzerinde karmaşık bir çalışmayı, onların motiflerinin farklı bir bütün şeklinde yeniden birbirine eklenmesi gerektiği tespitinde bulunur. Gramsci, her egemen sınıfın üzerinde iktidarını uyguladığı insanların eğilim ve çıkarlarını dikkate alması zorunluluğundan ve bu nedenle ödün vermeye hazır olduğundan söz eder. Egemen sınıfların ideolojisinin de bir çeşit ileri nüveler içerdiğini hatırlatarak, *“Toplumsal egemen tabaklardan biri hala Batlamyuscu bir dünya anlayışına sahip olabilir yine de oldukça ileri bir tarihsel*

*konunun temsilcisi olabilir”* derken çağdaş devletin egemen sınıf yapısına ve yöneten egemen sınıfların özelliklerine vurgu yapar (Eagleton, 1996: s.176).

Günümüzde hegemonyanın kurulması ve rızanın üretilmesinde medyanın çok önemli olduğu belirtilmektedir. Gramsci, Marx’ın yolundan giderek iktisadi altyapı ve kültürel altyapı arasındaki ilişkiyi medyanın yükselişi ışığında çözümleyerek (Briggs ve Burke, 2011: s.132), rıza üretim sürecinde bu araçların hegemonik rolüne dikkat çekmiştir. Bu düşünürün bir çeşit takipçileri ve yeniden yorumlayıcıları olarak Hall ve Williams ise kavramı modern kapitalist çağa uyarlamışlardır. Biçimsel olarak demokratik sınıflı, seçim politikaları ve kamuoyunun önemli olduğu toplumlarda hem iktidar tekelinin hem de rızanın yayılımını açıklamaya çalışan herhangi bir teoride, ideolojinin yeri ve rolüne ilişkin hegemonya olgusunun kesinlikle temel bir önem kazandığına vurgu yapmışlardır (Hall, 1994a: s.98; Williams 2012: s.175). Bu yaklaşımda uyuşumu (consensus) tesis eden ve yeniden üreten kurumlar olarak, yansıtan ve destekleyen kurumlar olarak değil, uyuşum üretilmesine yardım eden ve rızayı imâl eden kurumlar olarak medyanın bulunduğu altını çizmişlerdir. Medya egemen sınıfların çıkarlarıyla genel çoğunluğun çıkarlarının eşitlendiği aynı çizgide birleştiği noktada uyuşum (consensus) oluşturan temsil araçlarından biridir (Hall, 1994a: s.99). Medya ya da yayıncılar parlamenter rejimlerde veya meşruiyetini halkın desteğini bu rejimlerden alan yönetim biçimlerinde uyuşum oluşturmakta önemli bir faktördür. Medyanın bağımsızlık ve tarafsızlığı (yansızlığı), yayıncılığın biçimsel usulleriyle bizzat bu usulleri yetkili kılan devlet ve siyaset sistemi arasındaki daha geniş çalışmaya bağımlıdır. Fakat kendilerini uyuşum (consensus) içinde yönlendiren ve aynı zamanda uyuşum üzerinde biçimlendirici bir tarzda işleyip, uyuşuma şekil vermeye girişirken medya ‘rızanın üretimini, uyuşumu yansıtırken aynı zamanda şekillendirmektedir de. Medya bu diyalektik sürecin bir parçası haline gelmektedir. Zaten medyayı devlet içinde temsil edilen başat(dominant) toplumsal çıkarların güç alanı içinde yönlendiren de bu rıza üretimi sürecidir. Bu süreçte medyanın tikel bir siyasal partinin ya da kapitalist çıkarların tikel bir bölümünün bakış açısını benimsemiş olması halinde haklı olarak partizanlıkla suçlanacağına işaret edilirken (Hall, 1994a: s.99), Naom Chomsky medya organlarının belli düzeyde de olsa egemenleri rahatsız edici muhalif tutum

takındığına veya takınabileceğine dikkat çekmektedir. Medyanın performansına hükmeden bazı yapısal etkenler yüzde yüz denetleyici değildir ve her zaman basit homojen sonuçlar üretmemektedir. Medya kuruluşlarının çeşitli organlarının sınırlı bir özerkliği bulunmaktadır. Bireysel ve mesleki değerlerin medyanın performansını etkilediği, medya politikalarının eksiksiz bir şekilde dayatılmadığı ve bizatihi medya politikasının benimsenen bakış açısını sorgulayan belli ölçüde muhalefete ve haber akışına izin verildiği bilinmektedir. Belli bir muhalefet, rahatsız edici gerçeklerin haber yapılmasını teminat altına almaktadır. Fakat bu türden muhalefet ve aykırı bilgilendirme (enformasyon) belirli sınırlar içinde ve marjda tutulmaktadır (Chomsky, 2012: s.16).

Kitlesel medyanın egemen ideolojiyi iletmekten daha fazla işlevi olduğuna dikkat çeken başka düşünürler, medyanın zaman zaman başat ideolojiyle çelişir gibi görünen haber ve programlara yer verdiğine vurgu yapmaktadırlar. Örneğin kitle medyasının kadınlar ve etnik azınlıkların ezilmesi konusunda daha önceki yıllarda hiç görülmedik bir biçimde ilgilendiği, ırklarla ilgili mitler içeren ve gittikçe genişleyen ve bunların varlığından söz edilen yayınlar yaptıkları gözlemlenmektedir. Egemen ideolojinin bu yaygınlığı ve genişliği özellikle kadınlar ve etnik azınlıkların talepleri, kapitalizme olan bağlılıklarıyla çatışma için girdiğinde gözle görülür bir hal almaktadır. Ayrıca bu durum egemen ideolojinin sembolik biçimiyle temsilinin kitle iletişim yoluyla yaygınlaşmasıyla daha da artması anlamında bu yüzyıl içinde egemen hale gelmiştir. Öyle ki medyada bazen ‘alternatif’ ve ‘hatta’ muhalif bakış açılarının ifade edildiğini görmek bile mümkün olmaktadır (Lodziak, 2003: s.34).

Devletin toplumsal, sınıfsal, ırksal, kültürel, ekonomik ve politik çatışmalardaki dolayımının rolüne ilişkin çeşitli sorunlar ve sorular bulunmaktadır. İşte bu yüzden ki medyanın ‘devletin ideolojik aygıtları’ olduğu tezi ileri sürülebilmektedir. Medyanın siyasasındaki yansızlığı ve nesnelliği kurumsal olarak değil yayıncının farkında olmadan ideolojik bir söylemin parçası olmasından ileri gelmektedir. Bu durum ise bilinç dışı bir faaliyet olarak değerlendirilmektedir. Nihayetinde medya bu süreçte güçlendirilen bir toplumsal düzene rızayı gerçekleştirir. Toplumsal denetim sorunu ve toplumsal düzenin sürdürülmesinde

toplumsal denetimde medyanın oynadığı rolün önemi açık bir gerçektir. Ama artık bu basitçe büyük çoğunluğun kendiliğinden temelleri üzerine ‘uzlaşma konusunda uzlaşmasında’ ortaya çıkan toplumsal düzen biçimi değildir. Güçlendirilen basitçe ‘toplumsal bağ’ olmayıp özel bir toplumsal düzene (*kapitalist*) rızadır (consent); bu da özel bir toplum biçimi etrafındaki uyuşmanın gerçekleşmesidir (Hall, 1994a: s.66-67, 101).

### **3.4.Hegemonya Kuran İdeoloji, Medya ile Anlam Üretir**

Medya belli bir sistemin ideolojik hegemonyasını kurmasına yardımcı olurken ve buna uygun anlamlar üretirken, belli başlı kodlama yöntemleri kullanılmaktadır. Bu kodlamaların çeşitli şekilleri bulunmaktadır. Hall’a göre medyada yer alacak olan olaylar farklı şekillerde kodlanabilmektedir. Kodlama, olaylara anlam yükleyen kodları seçerek, olayları kendilerine anlam yükleyen göndergesel bir bağlama yerleştirmek demektir, kurmaca kodlar da bu işlevi görmektedir. Dahası bu işlem gerçeklik ve doğalcılıkla sınırlandırılmamıştır. Olaylar medya aracılığıyla kodlanırken farklı bölgelerde yeğlenen kodlar olan ve toplumun çoğunun kabul edeceği ‘doğal’ açıklamaları cisimleştiriyor gibi gözükürken kodların seçimi yapılmaktadır. Bu sorunlu olayların kodlanması uyuşma dayalı olarak başat ideolojilerin repertuarı içinde tek bir bütün söylem oluşturmayıp bir başat söylemler çoğulluğu içinde yer almaktadır. Olaylar ki bunlar normal ortak duygusal (common sense) beklentileri ihlal eden ya da şeylerin verili eğilimlerinin tersine giden bir şekilde tehdit eden sorunlu ya da rahatsızlık verici olanlardır. Söz konusu olaylar toplumun beklediği yeğlenen kodlama biçiminde oluşturulmaktadır (Hall, 1994b: s.204).

Yeğlenen kodlama sürecinde başat ideolojinin beklediği ve istediği şekilde bir talep ya da amaçlı bir tercihten söz etmek doğru değildir; böylesi bir kodlamanın ideolojinin ufku içinde yeniden üretmek için yapılmadığı kodlayıcıların içerisinde buldukları ve seçimlerini yapmak zorunda oldukları anlam alanının kendisinin nesnel durumunun buna neden olduğu belirtilmektedir. Başat ideoloji bu alanı doğallaştırıp evrenselleştirmiştir. Bu yüzden bu kodlama yegâne (tek) biçim olarak

görülmektedir. Rasyonelcilik, yani akla yatkınlıkla desteklenen öncüller ve ön koşullar burada ideolojik maskeleye işlevi görmektedir. Sorgulamadan kabullenme süreci tarafından görünmez kılınmasına neden olmaktadır. Bu kodlamalar zaten bildik ve herkesin kabul ettiği şeyler olarak görülmektedir ve tahakkümü, iktidarı zaten var olan şeyler olarak kodlayarak rasyonalize etmekte ve genel kabul görülmesine sebep olmaktadır.

Bu rasyonelleştirme, doğallaştırma ve evrenselleştirme koşullaması tüm topluma o derece nüfuz etmiştir ki kodlayıcılar bu sürece bilinçli değil adeta kendiliğinden katılmaktadırlar. Söz konusu sürecin bilinç dışılığına dikkat çekilirken, özellikle mesleki fenomenal (görüngüsel) düzeyde gündelik pratiklerini yapılandıran ve her durumda etkili bir şekilde kodlayıcıyı kendi kullandığı malzemeyi ideolojik içeriğinden ve kullandığı kodların ideolojik etkilerinden bulanıklaştırmalarından uzaklaştıran bir meslek-teknik rutinleştirmelerin içinde hareket etmesine neden olmaktadır. Böylece örneğin medyada ‘haber değeri’, ‘haber anlamı’, ‘canlı sunum’, ‘heyecanlı fotoğraflar’, ‘iyi öyküler’, ‘sıcak haber’ vb, kavramlarla maskeleye gerçekleştirilmektedir (Hall, 1994b: s.204-205).

Bu bağlamıyla olaylar sistematik bir şekilde tek bir ideolojik kodlamayla kodlanamayacak olsalar bile sistematik olarak çok sınırlı bir ideolojik ya da açıklayıcı repertuara dayandırılma eğiliminde olacaktır. Hall, burada kodlayıcı ya da kodlayıcıların başat ideoloji alanı içinde ‘anamlı’ kılma çabası içinde olacağına vurgu yaparken kodlayıcıların, anlamın güvenilirliğini ve etkinliğini güçlendirmek istemesi nedeniyle tüm kodlamaları görsel, sözel ve sunumlar ile göz önünde bulundurarak izleyicinin ‘rızasını’ kazanmak adına bir üretim gerçekleştireceğinin altını çizmektedir (Hall, 1994b). Kodlayıcıların olayları kendi önyargısı çerçevesinde değerlendirmedeği bu kodlamaların içinde işlediği menzilin ya da meşruluğu gözetilerek gerçekleştirme yolunda ilerleyeceği kaydedilirken söz konusu sürece “tanımlama noktaları” adı verilmektedir. Bu da ‘yeğlenen’ ideolojik alanı telaffuz etme olarak şekillenen okuma biçimleri yarattığından kodlayıcıyı daha güvenli ve güçlü kılmaktadır (Hall, 1994b: s.205).

Hall, bu sürecin Gramsci'nin hegemonya kavramındaki 'rıza üretme' mekanizmasıyla örtüştüğünü hatırlatırken medyada kodlayıcılarının; haberci, programcı, film üretmenlerinin izlerkitlelerin rızasını kazanmak adına amaçlı olmayan, mesajın meşruluğunu belirlemek kastiyle bilinçdışı bir şekilde kodaçımının gerçekleşmesini sağlamak için başat ideoloji doğrultusunda kodlama gerçekleştirdiğini belirtmektedir (Hall, 1994b: s.205). Bu çerçeveden bakıldığında Hall, 'etkili iletişimin' gerçekleşmesi adına kodlayıcıların başat ideolojinin egemen fikirler ve anlamları çerçevesinde bir inşa ve üretim süreci içinde olduklarına dikkat çekmektedir. Tüm bu ideolojik olgular ve hegemonya tesisi belli bir kültürel ortamda gerçekleşmektedir. Üretim süreciyle ilgili bir alan olduğu için kültür Marksist kavramsallaştırmada bir altyapı kurumu olarak değerlendirilirken toplumsal, siyasal, felsefi, sanatsal veya gündelik yaşam içindeki yapıp edilenler kültürel alanın içinde kabul edilmektedir. Kültür ve etkin hâkim kültürün, hegemonya ve ideolojiyle ve bunların günümüzdeki temeli medyayla da doğrudan ya da dolaylı ilişkileri bulunmaktadır.

#### **4.KÜLTÜR, İDEOLOJİ VE İKTİDAR**

İktidar kurumu, ideolojiye göre daha spesifik ve daha kapsamlı bir olgu olarak değerlendirilmektedir. İdeolojinin toplumsal alanın tümüne hâkim olmadığı belirtilip karşı ideolojilerin mücadele alanına çıktığı ve direndiği kaydedilirken iktidarın yapısının mikro düzeylerde oluşabildiği ve ideolojiden daha kapsayıcı niteliklere sahip bir özellik taşıdığı ifade edilmektedir. Her ne kadar genel iktidarın toplumun hepsine hükmettiği belirtilse de esasında aile ve diğer ideolojik aygıtların bu genel iktidarın basit bir yansıması olmadığı vurgulanmaktadır. Genel iktidarın ve ona karşı mücadele edenlerin bazı özerk alanlardan yararlandığı fakat mikro düzeydeki tahakküm ilişkilerinde (egemen ve itaat eden) böylesi bir alanın bulunmadığı iddia edilmektedir:

“Toplumsal bir gövdenin bir noktası arasında bir kadın ile bir erkek arasında, aile içinde, öğretmen ile öğrenci arasında, bilen ile bilmeyen arasında geçen iktidar ilişkileri, bireyler üzerinde hükümran olan büyük



iktidarın düpedüz bir yansıması değildir. Bu iktidar ilişkileri daha ziyade büyük iktidarın köklerini saldığı hareketli ve somut topraktır. Onun işlev görebilmesini mümkün kılan koşulları sağlar. Aile günümüzde bile devlet iktidarının basit bir yansıması, uzantısı ve çocuklar konusunda iktidarın temsilcisi değildir; tıpkı erkeğın kadın karşısında devletin temsilcisi olmadığı gibi. Devletin işlediğı gibi işleyebilmesi için erkekten kadına ya da yetişkinden çocuca kendilerine özgü konfigürasyonları ve görece özerklikleri olan çok spesifik bir tehakküm ilişkisi olması gerekmektedir... Varsayım babanın, kocanın, patronun, yetişkinin, profesörün bir devlet iktidarını ve bu iktidarın da bir sınıfın çıkarlarını temsil ettiğidir. Öte yandan bu önerme ne mekanizmaların karmaşıklığını ne spesifikliklerini ne de bu çeşitliliğın açıkladığı dayanakları, tamamlayıcılıkları ve kimi zaman da engellemeleri hesaba katar... Bu durum iktidarın bağımsız olduğı ve iktisadi sürecin ve üretim ilişkilerinin dışında deşifre edilebileceğı anlamına da gelmez” (Foucault, 2012: s.110-111).

Bu bağlamda Foucault, iktidarın kökünün çok daha derinlerde ve mikro düzeyde ifade etse de son tahlilde yine de üretim ilişkilerinden bağımsız çözümlenemeyeceğini, iktidarın bağımsız bir yapı olmadığını belirterek Marksist sınıfsal bakışa gönderme yapmaktadır.

Özgürlüklerin genişletilmesine yarayacak olan ve toplumun yaygın kamu görüşünün temsilcisi olarak görülen gelişmeler zamanla iktidarın yeniden üretilmesine neden olmaktadır. Medya, basın, yayın, daha sonra da sinema ve televizyon biçimleri, iktisat ve iktidar mekanizmalarına zamanla dâhil olmuş birer maddeselliktir. Niklas Luhmann, medyanın gerçekliğı tasarlayarak toplumu yönlendirdiğini iddia ederken (Aktaran: Alver, 2006: s.162), gerçekliğın sabit olmayıp iktidarla ilişkili bir kimliğın ürünü olarak üretildiğini kaydetmektedir. Çünkü toplumda var olan iktidar mekanizmaları gerçeklik üretimini mümkün kılarken hem bunların oluşmasına yol açar hem de gerçeklik üretimi bireyleri ona bağlayıp birleştiren etkilerde bulunur (Foucault, 2012: s.173-174).

Bu bağlamıyla ideoloji, kültür, hegemonya ve iktidar kavramı özellikle Marksist siyasette ve onun devamı niteliğindeki temsilcilerinde toplumun içinde bulunduğu egemenlik ilişkilerini açıklamada temel analiz kavramları olarak kullanılmaktadır. Egemen kültür ve ideoloji, çağımızda özellikle medya ve onun etkin aracı televizyon tarafından üretilerek toplumu var olan egemen üretim ve tüketim biçimini benimsetmenin araçları konumundadır. Bu üretime karşı tâbi sınıfların kendi reaksiyonları da bulunmaktadır; bunlar karşı ideoloji, muhalif ya da popüler kültür veya karşı hegemonya olarak ifade edilebilmektedir. Medya egemenlik ilişkileri içindeki sınıflı toplumlarda hegemonyanın tesis edilmesinde belirleyici olmamasına rağmen ürettiği ideoloji ve kültürle rıza oluşmasına katkıda bulunabilmektedir. Bu durum medya araçlarının kimin elinde olduğuyla da yakından ilgili bir durumdur. Dünyada ve Türkiye’de medya araçları genelde sermaye sınıfının elinde bulunmaktadır; bu toplumsal yapı içinde medya araçları ortalamayı hedefleyen bir yayın anlayışıyla hem common sense (sağduyu) oluşturmak hem de hegemonyanın devamını sağlamak adına merkezde yer almayı ve anaakımlaşmayı yaratarak egemen yayıncılık çizgisini hayata geçirmektedir.

## İKİNCİ BÖLÜM

### ALTERNATİF MEDYA VE ANAAKIMA KARŞI YAYINCILIK

#### 1.ANAAKIM MEDYANIN HEGEMONYASI

##### 1.1.KİA ve Anaakımlaşma

Kitle İletişim Araçları (KİA) o kadar çok şey yazıp çizmiş bunları öylesine abartmış o denli çelişkili şeyler anlatmış işlerine gelmeyen şeyleri o denli ısrarla görmezden gelmişlerdir ki, kitlelerin bu araçlara karşı güveni ve inancı kalmamıştır (Mills, 1974: s.443). Kitle İletişim Araçlarının (KİA) yaşanılan, yaşanılması gereken gerçek dünyayı değil bu araçların kendilerine göre yarattığı düzmece bir dünyayı yansıttığı ileri sürülmektedir. Özellikle televizyonun küçük tartışma topluluklarının oluşmasını engellediği boş zamanlarda insanların birbirleriyle oturup ciddi şeyler konuşmalarını aralarında kanaat alışverişinde bulunmalarına imkân bırakmadığına vurgu yapılmaktadır. KİA'ların iyi bir eğitim aracı olmaması onun bireyi özel sorunlarında umutluluk ya da umutsuzluk anlarında aydınlatmak ve bilgi vermek yerine aldatıcı, kandırıcı ve oyalayıcı yollar göstermesi sonucunu doğurmaktadır. KİA'lar bireyin kendi dev ve küçük dünyalarından çıkıp daha büyük ve gelişkin dünyalara yükselmelerine yaramadığı gibi kendi dünyalarını kendi başlarına düzenleyip sorunlarına kendilerince bir takım çözümler bulmalarını da güçleştirmektedir. Tüm bunların sonucunda söz konusu iletişim araçları bireylere, insanlara basmakalıp değer, düşünce ve kanaâtlardan başka bir şey sunmamaktadır (Mills, 1974: s.441-453).

Jürgen Habermas'a göre günümüz medyası ki bunlar anaakım ve ana damar olarak ifade edilen iletişim araçlarıdır ve halkla ilişkilerin etkisi altındadır. Bu medya reklâmlar ve büyük iş dünyasının çevresinde dönen yüzeysel şey tüketimi ile boş politik gösterileri içeren ve önceden paketlenmiş uygun düşünceler içinde hareket eden niteliklere sahiptir (Curran, 2006: s.133). James Curran (2002), temel medya ya da anaakımın iddia edildiği gibi artık kamusal çıkarların bekçisi olmadığını ekonomik olduğu kadar siyasal bir iktidar çıkar merkezi haline geldiğini ve kendi öz

çıkarlarını ilk planda tuttuğunu belirtmektedir (Aktaran: Alankuş, 2008: s.127). Curran, anaakım skalası üzerinde gösterilen günümüz iletişim araçlarının birçoğunun eğlence amaçlı bir kimlik üzerinden yürüdüğünü kamusal olaylarla ilgili haberlerin sınırlı bir şekilde kendine yer bulabildiğini ve tüm bunların medyanın son otuz yılda büyük sanayi şirketleri ve finans çevrelerine entegre olmasıyla gerçekleştiğini kaydetmektedir (Aktaran: Köse, 2007: s.179).

## **1.2.Anaakım Televizyonu Tanımlar**

Anaakım, Gerbner'in (2014) ifadesiyle çoğunlukla televizyon yayıncılığıyla yakından ilgili bir kavramdır. Teknolojik gelişmelere ve geleneksel iletişim araçlarına alternatif birçok yeni alanın oluşmasına karşın televizyon hala en etkili iletişim aracı olma işlevini sürdürmektedir. Televizyon kanalları artık her anlamda bilgisayar ve cep telefonları aracılığıyla daha kolay ulaşılır olmuştur. İnternet ve sosyal medyada geleneksel gazete ve kanalların en çok izlenileni yine televizyon kanallarıdır (Çoban, 2014: s.48). Bu durum haberlerin takip edilmesinde de aynı olguları gözler önüne sermektedir. Yapılan araştırmalar televizyon haberlerini takip edenlerin hem gazete hem de radyonun izleyicilerinden daha fazla olduğunu ortaya koymuştur (Odabaşı, 2000: s.23).

Çoğu kültür çok çeşitli akımlara sahiptir fakat egemen örüntülerde tipik tutumlar, inançlar, değerler ve pratikler bulunmaktadır. Dominant akım karşı akımların veya alt akımların basit toplamından ibaret değildir. Tam tersi en genel, işlevsel ve istikrarlı bir anaakım paylaşılan en geniş anlamı ve varsayımları temsil etmektedir. Televizyonun merkezi rolü bu egemen akımı kültürün tek ana akış kanalı haline sokmak içindir (Gerbner, 2014: s.304). Televizyon ortak olarak paylaşılanların çokluğundan doğar ve ortak perspektifin kültürünü yerleştirir. İzlerkitlenin sosyo-ekonomik statüleri, buldukları yerleşim bölgesi, cinsiyetleri, yaşları, iş ile ilgili pozisyonları ve geçmişleri ne olursa olsun eğer büyük bir çoğunluğun ortak bir bakış açısından olaylara baktırılabiliyorsa o zaman bir ana görüşün varlığından söz etmek mümkündür (Batmaz ve Aksoy, 1995: s.33). Burada devletin ve medya kuruluşlarının aralarındaki ilişkinin niteliği de önem arz etmektedir. Türkiye örneğinde bu durum devlet ve ona egemen olan yöneticilerin veya hükümetlerle

medya kuruluşu yöneticilerinin ekonomik ilişkileri üzerinden değerlendirilmektedir. Türkiye’de devletin resmi ideolojisi ve tabularının medyanın ya da anaakımın tabusu haline geldiği ileri sürülmektedir. Ragıp Duran, bunun tek yönde yayıncılığı hızlandırdığını, medyanın devlet ile organik ya da kredi ilişkilerinin denetim dışında bırakılmasıyla, bakanlıklar düzeyinde geliştirilen medya holdinglerine yardım, bağış ve teşviklerin ve etkili maddi katkıların bu yapılanmada belirleyici olduğunu söylemektedir. Böylece anaakım medyanın devletin, hükümetin resmi ideolojisi ve söylemi doğrultusunda bir yayın politikasını tercih ettiği belirtilmektedir (Aktaran: Özonur, 2015: s.111).

Böylesi bir ortamda yayıncılık yapan anaakım özel televizyon kuruluşlarının genel olarak bundan rahatsız olduğu pek gözlenmemektedir. Bugünün televizyon yayıncılık anlayışı bir genellemeyle gelişen muazzam teknolojisine rağmen eğitim-kültür ve bilgiyi dışlayan, çoğulcu, katılımcı ve demokratikleşmeye yüz çeviren bir yönelimle daha çok kâr getiren ve rating (reyting), sansasyon arayışında olup, nitelsiz eğlence programcılığına hizmet eden görünümündedir. İzleyiciyi ekran başına mihlamak, beynini boşaltıp kumandanın kapatma düğmesine basamayacak hale getirmek sonra da onu paketler halinde reklâmcılara pazarlamak temel amaç haline dönüşmüştür (Pekman, 2000: s.34).

Televizyon teknolojik yapısından kaynaklanan sınırlılıklar nedeniyle tek yönlü bir iletişim biçim olarak ortaya çıkmıştır. İzleyicinin edilgin olduğu bir kamusal alanda faaliyet gösteren araç tek yönlü gönderdiği iletilerini (mesajlarını), tek boyutlu bir yurttaş fikri etrafında, toplumsal ve kültürel çeşitliliği nötrleştirici nitelik sunmasına paralel olarak yapılandırmıştır. Böyle bir yapılanmada izleyicinin kendisini ifade etme ve katılım imkânları ve temsili, kamusal düzeyde sınırlandırılmış olmakta özellikle teknolojinin yarattığı sosyo-politik güç yapılanmasına hizmet eden burjuva kamusal alanı içine hapsedmektedir (Köksalan, 2010: s.116).

Yazılı basını ve onun çeşitliliğini anaakımın dışında tutan Gerbner, bunun televizyona has bir durum olduğunu söylemektedir. Anaakımlaştırma normal olarak diğer etmen ve etkilenimlerle farklılıklar, perspektifler ve davranışların silinmesi

veya emilerek yok edilmesi demektir. Anaakım televizyon benzeşme, tek seslilik ve homojenleşmeyi yaratmaktadır (Gerbner, 2014: s.294-295). Bu yüzden televizyonun temel işlevi anaakımı yaratmak ve insanların bu akıma kapılmasını sağlayacak bir santrifüj yani emilme gücü oluşturmaktadır. Ayrıca televizyon izlerkitleyi birbirine benzeştirmektedir. Bu bağlamda çok televizyon izleyenler az televizyon izleyenlere göre kendilerini daha ‘ortacı’ olarak tanımlamakta ve muhafazakârlaşmakta, liberal düşüncelerden ve pratiklerden uzaklaşmaktadır. Televizyon izleme oranı daha düşük olan kesimlerde benzeşmeler daha sınırlı olmaktadır. Örneğin etnik ayrımcılık, homoseksüalite, kürtaj, azınlık hakları ve diğer politik sorunlarda bölünmeler daha fazla gerçekleşmektedir. Anaakım ‘orta yol’ demek değildir; kendilerini ortacı diyenlerin meselelerde daha çok muhafazakâr bir tavırda oldukları belirlenmiştir (Gerbner, 2014). Bu bakımdan değerlendirildiğinde anaakım esasında tutucu, muhafazakâr kanaatlerin oluşmasına neden olmaktadır.

Çok çeşitlilik arz eden ve çok sesliliğe izin veren tek bir kanal bile aynılaştırılmış çekicilikler kullanan ve aynı geniş ve heterojen hedef kitlelere hitap eden çok kanallı televizyon sistemlerine göre daha geniş açılı ve farklı düşünebilen izleyiciler yetiştirebilmektedir. Türkiye’de TRT örneğinde olduğu gibi kamu hizmeti yayıncılığında var olan çeşitliliğin esasında aynılaştırıcı bir anaakım özelliği taşıdığı ileri sürmek mümkündür. Herhangi bir kültürün televizyona çok fazla önem atfettiği gözlemleniyorsa oradaki mesajların yeknesak, istikrarlı ve tekrar edilen bir şekilde olduğu vurgulanmaktadır (Gerbner, 2014: s.307). Televizyon diğer mecralardan, nüfusun toplamına yönelik ahenkli bir imaj ve mesaj sisteminin kitlesel üretimini merkezi olarak yayması ve izleyicilerin çoğunluğunun seçmeci olmayan âdeta törensel bir kullanıma sahip olması özelliğiyle ayrılmaktadır. İzleyici grupları ve hayat tarzları televizyon dünyasının anaakımının bulunduğu yerçekimsel izdüşümüne göre nerede olduklarına dayanmaktadır. Her bir grup televizyonu ayrı ayrı değişik yönlerden seyretmekte fakat bütün gruplar aynı anda merkezi akımdan etkilenmektedir. Televizyon izlemek ya da seyretmek değişik grupların hayat tezahürleri ve dünya görüşleriyle değişik fakat çok tutarlı bir biçimde ilişkilidir (Gerbner, 2014: s.282, 290-293).

### 1.3.Anaakımda Haber İdeolojik Bir Metadır

Kapitalist sistem içerisinde medyanın mülkiyetinin ağırlıklı olarak egemen/yönetici sınıfın elinde olması hegemonyanın tesisini açısından belirleyici bir öneme sahiptir. Bu sistemin kaçınılmaz bir sonucu olarak görülen meta üretimi, medyadaki haber ve diğer programların üzerindeki etki anlamıyla örtüşmez. Medya çıktısı başka sanayi üretimine tâbi olan metalden özünde farklılık arz etmektedir. Medya içerikleri ideolojik içeriklerden oluşmaktadır. Bu içerikler özellikle üzerinde anlaşmaya varılmamış çatışmalı sorunlar ve konularda toplumu idare eden sınıf egemenliğinin ideolojik ve çıkarı lehine rıza üretmek yönünde aracı bir konum üstlenmektedir. Bu durumda anaakım medya egemen/yönetici sınıfın beklentisi doğrultusunda ve ideolojik yönünde oluşturduğu söyleme ve sistemin devamına yönelik hegemonyanın tesisine kullandığı dille destek olmaktadır (Binark ve Bek, 2010: s.47; Köse, 2007: s.234-235; Özonur, 2015: s.103-104). Söz konusu medya anlayışında çoğunlukla milliyetçi, muhafazakâr, militarist ve eril bir dil kullanıldığı, bu durumun içeriklerde sürekli olarak yeniden üretildiği, kaçınılmaz olarak da yöneten egemen sınıfın ırkçı, ayrılıkçı politikalarının propagandasının yapıldığı iddia edilmektedir (Özonur, 2015: s.104). Özellikle neo-liberal politikaların hüküm sürdüğü çağın belirleyici nitelikleri olan tekçi, totaliter (bütüncül) görüşün tek seçenek olarak sunuluyor olmasının ideolojik çerçevesi, anaakımın yayın politikaları üzerinde etkili olmaktadır (Köse, 2007: s.234).

Anaakımın habercilikte özellikle çatışmalı konularda ideolojik yaklaşım belirleyici bir hal almaktadır; anaakım yayıncılık doğru, adil, dengeli bir söylem ve bilgilendirme yerine partizanca habercilik yaparak olaylardan çok fikirlere odaklanan ve gerçeklere yoğunlaşmayan yaklaşımıyla etki kurmaya çalışmaktadır. Söz konusu medya kurumlarının yayın politikaları da ağırlık olarak devlet ve hükümet söylemini benimsemek şeklindedir (Özonur, 2015: s.125). Egemen anaakım medya siyasal, toplumsal ve kültürel tartışmalarda sivil kamusal topluluğun istek ve taleplerini ve bu çevreler arasında demokratik bir arabuluculuk üstlenmediği gibi liberal görüşteki herkesin eşit şekilde temsil edilmesine de olanak sağlamamaktadır (Köse, 2007: s.235). Anaakım içinde bazı haberlerin gündeme getirilip diğerlerinin görmezden

gelinmesi; devlet baskısı, medya patronlarının özel çıkarları, reklam verenlerin baskısı, medyada yoğunlaşmalar, haberlerin kirlenmesi, finans pazarları kültürü, reklâm kirlenmesi, enformasyonun magazin içinde yok olmasından kaynaklanmaktadır (Topuz, 2008: s.33). Anaakım medyanın habercilik anlayışı hükümet yanlısı kaynaklardan beslenmek ve yönetime taraf olmak şeklindedir. Bu medya kuruluşları genel olarak yönetici elitlerin farklı tiplerine öncelik vermektedirler. Egemen söylem medyadaki tek yönlü bir iletişimi temel alırken çoğunlukla resmi kaynaklardan gelen bilgileri ve fikirleri kullanmaktadır; bunun doğal sonucu olarak da muhalif kesimlerin, protestocuların, karşı olanların görüşlerine ve eylemliliklerine yer vermemektedirler (Bailey vd, 2007: s.15-16, 20). Günümüzde anaakım medyanın temel özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır:

- a. Geniş çapta ve daha da genişleyen, homojen ya da homojenleştirici yani benzer yapıda ya da benzeşen izler kitleye seslenen,
- b. Devlet ya da ticari sektörler tarafından örgütlenen,
- c. Dikey ve hiyerarşik örgüt yapısına sahip ve profesyonel çalışanlar ve uzmanlardan oluşan,
- d. Dominant (baskın-egemen) söylem ve temsillerin taşıyıcısı durumunda bulunan (Bailey vd, 2007: s.18).

Anaakım medya mantıklı bir şekilde sosyal değerler çerçevesinde varsayılan meşruiyete dayalı olarak izleyicilere seslenmektedir. Bu süreçte ideolojik olarak yeniden üretir ve tercih edilen gerçekliğin peşinden gider. Bunlara ek olarak anaakım medya iktidarı özel bir sorun fikri ya da konu olarak tanımlamaktadır. Sözü edilen medya bir toplumda tarafların karşılaştığı ve sorunların müzakere edildiği kamusal alanı devlet, politikacılar ve özel sektörden ibaret sayarken sivil toplum içindeki azınlıkların haklarından mahrum etme eğilimini benimsemektedir (Bailey vd, 2007: s.16). Hall'a (1997) göre anaakım anlamlandırma ve dili, söylem ve temsili özel bir tarih ve kültür içinde yapılandırmaktadır (Aktaran Bailey vd, 2007: s.17). Bu standart yayıncılık anlayışının da bazı haberlerin gündeme getirilişi bazılarının ise görmezden gelinmesinin toplumsal, siyasal, ekonomik ve kurumsal nedenleri bulunmaktadır (Topuz, 2008).



Öte yandan anaakım televizyon çizgisinde kültürel bir ırkçılık açık ya da gizli olarak kendini göstermektedir. Kültürde, sanatta ve televizyon yayıncılığında etnik azınlıkların sınırlı ya da olumsuz resmedilmesi dikkatlerden kaçmamaktadır (Giddens, 2012b: s.540-541).

Günümüzde yaşanan politik ve sosyal değişimlerin bir sonucu olarak yayıncılığın kamu hizmeti anlayışındaki temel değişiklikler ve bazı açılımlar görünmeyenlerin temsillerine de yer açmıştır. Ancak her ne kadar anaakım medyanın etnik ve dini gruplara, kültürel çeşitliliğe önem verdiği ve katılımı gerçekleştirdiği kabul edilse de gerçekte söz konusu medya araçları ki başta televizyon, özellikle kamu hizmeti yayınlarında çoğu azınlığın ihtiyacını karşılamaktan uzaktır (Batmaz, 2008: s.86).

Özellikle ticari televizyon etkin bir şekilde kamunun erişiminden izole edilmiştir, doğrudan tüketim pazarıyla ilişkilendirilmiş veya oy sandığı aracılığıyla halkın katılımını kaldırmıştır (Gerbner, 2014: s.463). Anaakım medya televizyonda reyting, gazetelerde çok satma, radyolarda ise çok dinlenme gibi kaygılarla her anlamda ortalama hedefleyen, farklılıkları dikkate almayan standart bir yayıncılık anlayışı içindedir (Alankuş, 2008: s.126).

Anaakımı temsil eden yaygın medya toplumsal cinsiyet ayrımında, egemen toplumsal kültürün de etkisiyle sorunlu bir çizgide yürümektedir. Bunlardan en belirgin olanı kadın temsilinin varlığı ve işleniş biçimidir. Hayatın esası olarak kabul edilen alanlarda yani politika, ekonomi hatta mağazinde fotoğraflarıyla, sesiyle, görüntüleriyle ekseriyetle erkekler konuşmaktadır. Kadına bu ciddiyet dünyasında mağdur, kurban, vitrin malzemesi, namus taşıyıcılığı ve acayıplık gibi roller düşmektedir. Bu roller anaakım medyada yeniden ve yeniden üretilmektedir. Kadınlar dünyanın bütününden kopukmuşçasına iyi eş, iyi anne ve alışveriş gibi konuların tartışıldığı televizyonlarda kadın programları ve gazetelerde kadın sayfalarında boy göstermektedir (Mater, 2008: s.110)

## **2.ALTERNATİF MEDYA VE KARŞI HABERCİLİK**

### **2.1.Alternatif Medya Kavramı ve Tanımlar**

Diñçer Karaca, alternatif medyayı doğru ve güvenilir habercilik anlayışı içinde, bildiğimiz görsel ve yazılı medyanın dışında bu medyaların yazmadığı ya da açıklamadığı haberleri sunan, ülkenin yerel haberlerini de içeren yeri geldiğinde ana medya kanallarına muhalif olabilecek bir medya kanalı olarak tanımlanabileceğini söylemektedir (Aktaran: Mete, 2008: s.53). Alternatif medya (alternative media) yerleşik kurumsallaşmış siyaseti eleştiren, toplumda değişimi savunan veya en azından geleneksel değerlere yönelik bir karşı duruş sergileyen, açıkça reddeden veya ona meydan okuyan kitle iletişim biçimleri olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 2012: s.20).

Bailey, Camaerts ve Carpentier'e göre alternatif medya belli bir topluluğa odaklanan söz konusu topluluğun ilgilerine ve problemlerine göre bir yayıncılık anlayışı güden medya türüdür. John Downing ise söz konusu medyanın gündeminin iktidarın gündeminden bağımsız alternatif bir yayıncılığa sahip olduğunu ve radikal medya olarak adlandırabileceğine dikkat çekmektedir. Diğer taraftan alternatif medya içerik üretimi ve yayın şekilleri ile okuyucu-izleyici ilişkilerindeki farklılıklar bakımından anaakım medyadan ayrılmaktadır (Aktaran: Ulusoy, 2014: s.308-309). Alternatif medyanın en temel özelliği anaakım dışı kalmasıdır. Alternatif, topluluk ya da radikal medya akımı, içinde dini cemaatleri, etnik grupları, sol radikalleri, eşcinselleri, feministleri vb, kendilerine kitle medyasında yeterince yer bulamayan kesimleri yine kendi çabalarıyla yarattıkları ve ekonomik kaynaklarla oluşturdukları medya alanları olarak tanımlanabilmektedir.

Topluluk medyası ile alternatif medya kavramları arasında benzerlik ve ayrımlar konusunda çeşitli ve farklı görüşler hâkimdir. Topluluk medyası yaklaşımı, topluluğa ilişkin baskın kavramsallaştırmalardan beslenir. Bunlar kolektif kimliklerin ya da grup ilişkilerinin yapılandırıcı nosyonları ortak coğrafyaya ve etnik kimliğe göndermede bulunur. Yerli yurtlu topluluklara dönük bu vurgu üzerinden topluluk medyası yaklaşımı yerliyi ayrıcalıklı kılmaya gayret eder. Topluluk medyası genel

olarak küçük ölçekli ve fazlasıyla yerleşmiş medya organizasyonları olarak da görülür (Carpentier, 2014: s.229). Chris Atton, alternatif ve radikal medya araştırmalarının baskın teorik geleneklerde neredeyse hiç yer almadığına vurgu yapmaktadır. Özellikle klasik-Marksist bakış açısının ve çözümlerinin bu alanda kullanılabilmesini alternatif medyanın ideolojik rahatsızlık verme yönüyle Kültürel Çalışmaların temel yapı taşı yaptığı Gramscici hegemonya ve karşı hegemonya kavramından hareketle bu alanda yapılacak incelemelere geniş malzeme sunabileceğine dikkat çekmektedir (Atton, 2014: s.22-23).

Atton, genel medya anlayışındaki bir takım taraflı ideolojik yayınlara karşı, alternatif medyanın güvenilirlik olgusunu yeniden tesis edebileceğini düşünmektedir. Bu bakımdan Atton, bu argümanını güçlendirmek adına Terri Kettering'in çalışmalarından örnek vermektedir. Kettering'in iki çalışmasında Amerika'da cinsel suçlar konusunda anaakım ve alternatif medyanın karşılaştırmasını yaptığını ve alternatif medyanın hem güncellik hem de içerik bakımında anaakım medyadan daha güvenilir bilgi kaynağı olabileceği görüşüne katıldığını söylemektedir. Günümüzde yakıcı bir şekilde ihtiyacı hissedilen, doğru ve gerçek, çarpıtılmamış yayın ve program arayışında, özellikle televizyonculuk alanında toplumun genelinin olduğu gibi görünmeyenlerin, göz ardı edilenin ya da görülmek isteyenlerin mecrası olarak alternatif yayıncılık temel bir çıkış noktası olarak görülmektedir. Bu nedenle alternatif yayın konusunda İngiltere'de Royal Commission (Basın üzerine çalışma komisyonu), alternatif medyanın özelliklerini şu şekilde sıralayarak bu ihtiyacın geçerliliğine genel bir saptama yapmış olmaktadır. RC'ye göre:

- a. Alternatif bir yayın küçük azınlıkların görüşleriyle ilgilenir,
- b. Geniş kesimlerin inançlarına karşı düşmanca tutumlar ortaya koyarlar,
- c. Gazete bayilerinde genelde bulunan yayınlarda düzenli yer bulamayan konularla ilgilenir ya da yine bu yayınlarda bulunmayan görüşlere yer verir.

Atton, komisyonun değerlendirmesini doğru bulduğunu belirtirken alternatif medyanın tanımında bazı eksikler olduğuna dikkat çekmektedir. Özellikle sayısal tanımların doğru olmayabileceğini vurgularken alternatif medyanın Stuart Hall'un

ifade ettiği ‘karşıt hegemonik bir iktidar bloğu’ oluşturabileceğinin altını çizmektedir (Atton, 2014: s.30).

## **2.2.Alternatif Medya Muhaliftir**

Alternatif medya kurumsal açıdan muhalif olma özelliğiyle öne çıkmaktadır; bu nedenle yerleşik ve kurumsallaşmış siyasete karşı olurken diğer yandan toplumda değişimi savunmaktadır. Ya da en azından geleneksel değerlerin eleştirisini yaparak, bunları açıkça reddetme yönünde bir yayıncılık anlayışına sahiptir. Alternatif yayınlarıyla bu medya araçları meydan okuyan kitle iletişim biçimleridir. Bunlar radikal veya illegal iletişim araçları olarak da adlandırılmaktadır. Söz konusu medya araçları parlamenter oydaşma (consensus) yani mevcut temsili demokrasi görüntüsüne ve var olan sistem üzerindeki uzlaşmaya da karşıdır (Mutlu, 2012).

Armand Mattelart, alternatif kavramının 1960 ve 1970’li yıllarda toplumsal ve siyasal hayatta özellikle Avrupa’da öğrenci ve işçi gösterileri ve ayaklanmaları sırasında ve sonrasında gündeme geldiğini ve bu durumun medya ile ilişkilendirilerek yeni bir boyut kazandığını söylemektedir. Öğrenci ve işçi ayaklanmalarının gündem olduğu Fransa’da Liberation Gazetesi, özellikle solun alternatif gazetesi olarak ortaya çıkmıştır (Aktaran: Köksalan, 2010: s.21). Dünya düzeni içinde yoksullar, etnik, dinsel ve kültürel azınlıklar kimliklerinden ötürü ayrıma uğramakta, hegemonik anlamda çoğunlukların sesi daha çok çıkarken, egemenlerin iktidarı yeniden üretilmektedir. Bu durumda yaygın (anaakım) medyada temsil edilmeyenler yani ötekiler kendi medyalarını devreye sokmaktadır. Alternatif medya fikrinin kökeninde yatan radikallikle birlikte 1970’li yılların sol politik ikliminin de etkisiyle çevreci, feminist, etniklik gibi kimlik tanımlarıyla medyada iletişimi yeniden tanımlayan bir anlayış ortaya çıkmıştır (Alankuş, 2008: s.121-122).

Tarihsel olarak muhalif ve alternatif medya çizgilerinin bulunduğu bilinse de toplumsal ve siyasal olaylarla ilişkilendirilerek kendine yeni bir yayın çizgisi edinme konumu Liberation’un getirdiği bazı ilkelerle adını net bir şekilde duyurmuştur. Bu minvalde söz konusu gazete sol cepheden alternatif bir yayın organı olarak şu ilkeleri benimsemiştir:

- a.Siyaset alanı oluşturan sınırların genişletilmesi; ırkçılık karşıtlığı, her türlü ayrımcılığa karşı duruş, kadın hakları, çevre sorunları ve diğer hak ihlallerinde taraf olmak,
- b.Siyasetin açık bir demokrasi projesi olduğunun kabul edilmesi,
- c.Otoriter bir yaşam ve siyaset anlayışını reddederek güç olgusunun yeniden tanımlanması,
- d.Farklı ve sürekli hareket içindeki düşünce akımlarını bu yeni sosyo-politik hareketle bütünleştirecek araçların sürekli bir değişimi talep eder biçimde yeniden örgütlenmesi (Köksalan, 2010: s.22).

Toplumsal, siyasal ve kültürel karşı duruşu ve direnişi arkasına alan 1960-1970’li yıllardaki sosyo-ekonomik durumdan farklı olarak günümüzdeki alternatif olabilecek medya kuruluşlarının karşı karşıya olduğu önemli engeller bulunmaktadır. Söz konusu medyanın siyasal, toplumsal hedefinin yanı sıra kurumsal yapılanması ve örgütlenmesi büyük önem arz etmektedir. Önünde özellikle ekonomik ve politik engeller bulunan alternatif medyanın temel ölçütleri şu şekilde özetlenmektedir:

- a.Küçük ölçekli, spesifik bir topluluğa yönelmiş, olası dezavantajlı gruplar ve onların çeşitliliğine saygı,
- b.Devletten ve piyasa ekonomisinden bağımsız olmak,
- c.Örgütlenmesinde hiyerarşik olmayan bir yapılanma, izleyicilerinin erişim ve katılımını kolaylaştırma, çeşitlilik ve demokratikleşme çerçevesinde erişim ve katılım imkanlarını sağlama,
- d.Baskın olmayan bir söylem ve temsille birlikte mümkünse karşı hegemonik söylemi ve temsili hayata geçirmek (Bailey vd, 2007: s.18).

Alternatif medyanın kuruluş amacı ve etkinlik özellikleri daha geniş anlamıyla şu şekilde çerçeveselendirilmektedir:

<b>Etkinlik Alanı (Domain)</b>	<b>Etkinlik Alanında Çalışma Pratikleri (Examples of the domain)</b>
Motivasyon ya da Amaç	Ticari motivasyonu olmayan, insanların kültürel, eğitimsel ve etnik haklarını arama, iktidar yapısına muhalif bir tutum içinde olma, Dayanışma ve destek için ağ oluşturma.
Kaynak Konusu ve Fon Oluşturma	Devlet ya da ona bağlı faaliyet gösteren belediyelerden gelen bağışları ve reklâm gelirlerini reddetmek.
Yasal Muafiyet	Değişik kurumsal yapılar tarafından denetlenebilen, Bağımsız/özgür, Egemenlik oluşturacak kuralları reddederken saygı ve sorumluluk çerçevesinde hareket etmek.
Örgütlenme Yapısı	Yatay, Tam katılımı sağlama, Demokratik iletişim ortamı.
Eleştirilebilir İş Yapma Biçimi	Gönüllü çalışmaya eklenme, Profesyonel olmayan erişim ve katılımı sağlama, Haber seçimlerinde ve önceliklerinde farklı kriterlerle hareket etmek.
Mesaj İçeriği	Egemen söylemlere eklenen ve tamamlayan söylemlerden kaçınma ya da karşı olma, Hegemonik politikalara alternatif bir ifade, vizyon ve önermeler getirmek.
İzleyici ya da Tüketiciyle İlişki	Kullanıcı ve tüketicinin kontrol ettiği, İzleyici/tüketicinin hedefleri ve ihtiyaçlarına araç olmak ve buna izin vermek.
Hedef Kitle (Composition of the audience)	Genç insanlar, kadınlar, kırsal popülasyon, Çoğulluk ve çeşitlilik,
Yaygınlık Alanı	Yerel olmaktan ziyade bölgesel ya da ulusal olmak.
Araştırma Alanları	Niteliksel, etnografik ve uzun vadeli araştırmayla elde edilen bilgiler.

**Şekil-1:** Alternatif medyayı tanımlamak (Bailey vd, 2007: s.19).

Alternatif medya kavramına 4 farklı teorik yaklaşım söz konusudur. Bunlar, anaakıma alternatif, topluluğa hizmet, sivil toplumun parçası olmak ve rizomatik(kök-sap) medya olarak sınıflandırılmaktadır.

Topluluğa hizmet medyası çerçevesinde değerlendirilen perspektifte grubun veya topluluk üyelerinin erişim ve katılımını topluluk üyeleri için kolaylaştırmak ve yardımcı olmak şeklinde ortaya konulmaktadır. Bu medya topluluk üyesi sıradan insanın (ordinary people) sesini duyurmak ve duymak adına sorumluluk alır onların sahip oldukları ideolojiyi ve temsilleri ifade eder (Bailey vd, 2007: s.14). Yayınların konuları topluluk üyeleriyle ilgili ve onların tartışabildiği sorunlardan oluşmaktadır. Bu özellik topluluk üyelerini güçlendirmek, yetkilendirmek ve onların ifadelerini hesaba katmak anlamında önemli ve yeterli bir yayıncılık yaklaşımıdır. Dahası adı geçen medya dezavantajlı konumda bulunan toplulukların ve ezilenlerin mevcut toplumsal etiketlenmelerinden ya da tek taraflı sunulmalarından kurtaracak kanallar açmak gibi bir misyon üstlenmektedir. Söz konusu topluluğa hizmet medya araçları, ötekileştirilenlerin iletişim yolunu açmak, içsel kimliklerini dış dünyaya açıkça göstermek için yayınlar gerçekleştirmektedir. Bu durum sosyal değişime ve gelişime katkı sunmaktadır (Bailey vd, 2007: s.15).

Topluluk medyasının bu ortamda yaratacağı olumsuz sonuçlar ise yönlendirme sonucunda topluluk içinde bağımlı bir yapının ortaya çıkmasına neden olabilmesidir. Öte yandan topluluk medyası kavramı coğrafik bir yerelliği de çağrıştırdığından bu indirgemeci yaklaşımın sonunda söz konusu alternatif medya türü aşamalı olarak etkisizleşmeye, topluluğa hizmet rolü ve görevi nihayetinde ticari bir medya şekline dönüşmeye başlamaktadır. Genel anlamda iletişimdeki iki yönlü ve iki partnerli az çok eşit ilgi ve çıkar iletişimi gerektirirken özellikle anaakım medya egemen söylemin ve tek yönlü iletişim uygulayımının karşısına bir alternatif olarak çıkan topluluk medyası var olan ve belirlenen bu sınırları zorlayabilmektedir. Ancak teknolojik yetersizlik ve kullanım eksikliği küçük bir aralığa, yerelliği ve topluluğa hizmet, bu medyanın gittikçe etkisizleşmesine ticari medya şekli almasına ve bu işleyişle ayakta kalma yoluna girme gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Söz

konusu medya böylece amaçladığı hedeflerinden uzaklaşıp seçenek olmaktan uzaklaşmaktadır (Bailey vd, 2007: s.15).

Anaakıma alternatif olarak ‘alternatif medya’ hegemonya kavramı ve temsil konusunda anaakımın saptırıcı ve ideolojik yayıncılığına bir tepki ve seçenek olarak karşı temsil üretebilmektedir. Küçük ölçekli spesifik bir topluluğa uygun olarak yönelmiş alternatif medya söylenildiği gibi dezavantajlı grupların haklarını ve çeşitliliğini gündemde tutmayı öncelemektedir. Bu yapıda hiyerarşik olmayan kurumsal bir örgütlenme yapısı izleyicilerin erişim ve katılımını kolaylaştırıcı önemli bir faktördür. Bu medyada baskın olmayan mümkünse karşı-hegemonik bir söylem ve temsile yer verilmektedir (Bailey, 2007).

Alternatif medyanın sivil toplumla ilişkisi onun önemli yönlerinden birini oluşturmaktadır. Alternatif olma iddiasındaki topluluk medyasının devletten ve pazar ekonomisinden destek görmediği ve bunlardan bağımsız olarak hareket ettiği varsayılmaktadır. Bu yaklaşımda sivil toplumun bir parçası olarak değerlendirilen alternatif medya Gramscici bir konumlanmaya muhatap olmaktadır. Gramsci, sivil toplumu var olan herhangi bir sistemde özellikle liberal pazar ekonomilerinin hâkim olduğu liberal demokratik sistemin önemli bir parçası olarak belirtmektedir. Sivil toplum hegemonyanın üretildiği bir alan olarak öne çıkarken, karşı hegemonyanın da nüvelerini taşımaktadır. Servaes, Yeni-Gramscilikteki bakış açısıyla sivil toplumu devletten ve pazardan özerk bir alan olarak ilişkilendirmektedir ve söz konusu sivil toplumun parçası olarak alternatif medyayı devlet ve ticari medya arasında bir ses olarak ifade etmektedir (Aktaran: Bailey vd, 2007: s.23). Öte yandan alternatif medya kendi varlığını sivil toplumun bir parçası olarak sıradan bir olgu olarak değerlendiremez; bu medyalar genel manada medyanın demokratikleşmesine katkıda bulunabilmektedirler. Bu temelde yapılanmış bir alternatif medya egemen medyanın mutlakıyetçi, yansızlık ve tarafsızlık yorumlarına ve farklı sosyal örgütlenmeye sahip gruplar ve topluluklara geniş katılım için fırsat sunabilmektedir. Şekil-2’de görüldüğü gibi alternatif medyaya dört temelde bir çözümlenme yaparak sınıflandırmak mümkündür (Bailey vd, 2007: s.62).



	<b>Medya Merkezli</b>	<b>Toplum Merkezli</b>
Özerk Kimlikli Topluluk Medyası (Özcü)	Topluluğa Hizmet Medyası	Sivil Toplumun Parçası
Toplulukla ve Diğer Medyayla İlişkili (İlişkisel)	Anaakıma Alternatif Medya	Rizomatik (Kök-Sap) Medya

**Şekil-2:** Alternatif medyaya yaklaşımda 4'lü çerçeve (Bailey vd, 2007: s.62).

Alternatif medya kurumsal yapısıyla, habercilik işleyişiyle ve yönetim anlayışıyla farklıdır. Örneğin bir alternatif medya organı başta hak haberciliği olmak üzere yurttaş, savaşa karşı barış gazeteciliği yapabilmektedir (Özer, 2012: s.11). Dahası bu medya(lar) haber toplama ve erişim için alternatif haber değerleri ve çerçeveleri oluşturup kendi hareketlerini kurgulayarak tepkilerini göstermektedirler.

Anaakım medya uzmanlar ve bilirkişilerden oluşmakta bu seçkinler kendi fikirlerini ifade etmede ulaşabilecekleri bir mecra bulmakta erişimde ise muhaliflerden, protestoculardan, azınlık gruplarından ve sıradan insanlardan daha güçlüdürler. Muktedir gruplar ve bireyler hem haberlerin kendisinde hem de haber üretiminde, biçimlerinde ve araçlarında ayrıcalıklı ve istikrarlı olarak var olmaktadır (Atton, 2014: s.26-27). Oysa alternatif medya boyun eğdirilen grupların ve onların pratiklerinin iktidar yarışında hegemonik manada bir söylem pratiği olarak direnç oluşturma, dayatılan kurallara uymayan karşı hegemonya temsilcileri üreten görüşlerin varlığının korumasına olanak ve alan sağlamaktadır. Toplumda marjinalize edilen yanlış tanıtılan ve yetersiz temsil edilen bir kurumsal alan bulunmaktadır. Alternatif medya söz konusu alanın ötekileştirilmiş grupların temsil alanı olmasını sağlayabilmektedir (Bailey vd, 2007: s.17).

Alternatif medyanın temelde radikal toplumsal değişim nosyonunu öne süren görüşleri de bulunmaktadır. Kurulu ve kurumsallaşan politikayı reddetme ve ona meydan okuma, onu değiştirme ya da en azından verili geleneksel değerleri eleştirmek gibi hedefleri bulunmaktadır. Bu süreçte söz konusu medya demokratik

işlerlik ve içerikte ortaklaşa bir üretim ile deneysellik ve yenilikten yana bir çizgiyi benimsemek durumundadır (Atton, 2014: s.34-35). Bu çerçeveden bakıldığında karşı kamusallığın gücünü ortaya koymada alternatif medyanın misyonunu yeni bir toplumsal siyasal sistemi ve adaleti inşa etmede sorumlu olarak görenler de bulunmaktadır:

“Alternatif medya, kapitalist sistemin ve dolayısıyla neo-liberal politikaların kuşattığı, seslerini duymadığı, bastırdığı, parçaladığı, ayırdığı ve kendi gerçekliklerinden kopardığı insanların, her şeye karşın hâlâ insan olmakta direnenek verdikleri etik bir yanıtıdır. Bu yanıt aynı zamanda cilâlanmış, parlatılmış imgelerin sırlarının döküldüğü ve üstü örtülen, geçiştirilen istekler olarak birlikte yaşama, herkes için iyiyi isteme gibi hayata dair başka yolların mümkün olduğunun yüksek sesle dile getirildiği siyasal talepler toplamıdır. Ancak alternatif medya aracılığıyla dile gelen bu talepler ve bu istekler dominant olandan talep edilen istekler değildir, bir hak arayışıdır ve toplumsal adalet arayışıdır” (Yanikkaya, 2014a: s.16).

Yaygın ya da anaakım medyadan yararlanma ve sesini duyurma konusunda sıradan yurttaşlar için önemli kısıtlamalar bulunmaktadır. Bu kısıtlama ve sınırlamaları aşmanın yolu seslerini duyurabilmeleri medya araçlarının varlığı ile mümkün olabilmektedir. Alternatif ortamların oluşturulması ve yaşamını sürdürmeleri devlet ve özel sektör tarafından yönetilen yaygın (anaakım) medya araçlarının dışında haber kaynakları ile doğru bilgiye erişmekle olanaklı hale gelmektedir (Özer, 2012: s.10). Bir iletişim aracının salt siyasal iktidara yani hükümete karşıtlığı onu alternatif medya içerisinde anmaya yeterli olmamaktadır bu bağlamıyla resmi devlet söylemini sürdürdüğü ölçüde anaakım içine dâhil edilmektedir (Özonur, 2015: s.122). Van Dijk, medya elitlerinin azınlık gruplarına ilişkin kanıların oluşmasında önemli bir role sahip olduğunu söylemektedir. Kamusal söyleme ulaşabilme güçleri ve üne sahip olmaları açısından bu elitler azınlık gruplarına ilişkin yaygın değerleri hedefleri ve çıkarları oluşturarak sağduyu alanı formüle etmektedir (Aktaran: Özonur, 2015: s.123). Bağımsız (alternatif) medyanın

en temel ilkelerinden biri de ana görüşü (anaakımı) temsil eden medyada hiç görülmeyen veya yeterli şekilde temsil edilmeyen grupların seslerini duyurmaktır (Castellanos, 2008: s.37). Öte yandan bu medya çeşitli seslerin eski ya da yeni toplumsal hareketlerin, azınlıkların, alt ya da karşıt kültürlerin ve onların kendi temsillerine vurgu yapmaktadır. Daha fazla içerik çeşitliliği, çoklu toplumsal seslerin simgesi haline gelmektedir (Bailey vd, 2007: s.20).

Alternatif medyayı kendi içinde tarafgir ve tabandan gelen medya olarak ifade edenler de bulunmaktadır. Bu tarafgirlik kavramı kitlesel anaakım medyadan çok farklı habercilik değerlerini gözetmektedir. Söz konusu medyadaki haberler ve programlar konularını alternatif toplumsal eyleyiciler olan örneğin yoksullar, ezilenler, marjinalleştirilmişler, sıradan işçi, kadın ve çocuk gibi özneleri seçerek merkeze koymalarıyla oluştururlar (Atton, 2014: s.35). Habercilikte alternatifliğin en nitelikli olanı ise tabandan gelen medyanın yaptığı iş olarak görülmektedir. Bu tür medya içeriği meselelere dâhil olanların ve doğrudan katılımın gerçekleştiği bir konumdan temsil ettiği gruplardaki bireylerce üretilmektedir.

“Burada önemli bir nokta olarak şunu vurgulamak gerekmektedir; tabandan gelen medyaya profesyoneller katkıda bulunabilirler, alternatiflik onları dışlamaz ancak onların rollerini ve fonksiyonlarını yalnızca rehberlik noktasıyla sınırlandırmak gerekmektedir”  
(Atton, 2014: s.36).

Bu yaklaşımda profesyoneller topluluk üyelerine rehberlik ederek onların çalışmalarına katkıda bulunabilmektedirler. Bu katılımcı yönün hâkim olduğu anlayış topluluk medyası olarak ifade edilmektedir (Atton, 2014).

Alternatif medya sadece ötekileştirilmiş olanların değil varsılların, yoksulluk çekenlerin, toplumsal cinsiyet ayrımına uğrayanların, kültürel kimlikler bağlamında dezavantajlı durumda bulunanların, ayrıca bu konumda olmasalar bile vasatı tüketmek istemeyenlerin başka bir medya ihtiyacını karşılamayı hedeflemektedir. Demokrasiyi daha iyi işletmeyi hedef alan siyasi rejimlerde demokratik işlerliğin gerçekten karşılık bulması için ötekilerin alternatif medyasının bulunması zorunlu

görülmektedir (Alankuş, 2008: s.126-127). “Sahibinin sesi” şeklinde ifade edilen anaakım medyaya karşı alternatif medya ‘ötekilerden’ herhangi birinin sesi olabildiği gibi farklı tüm bileşenleri bünyesinde barındıran, siyasal iktidara veya sisteme muhalif bir ses olarak da ortaya çıkabilmektedir (Acar, 2015: s.427). Adı geçen medya anlayışında sistemin ötekileştirdiği kesimlerin sesi olarak onların hakları savunularak mevcut sisteme karşı muhalif bir duruş sergilenmekte ve böylece kendisini de ötekileştirmektedir. Bu açıdan bakıldığında ‘alternatif medyanın’ Alankuş’un da (2008) ifade ettiği gibi-değişik medyanın-daha demokratik ve barışçı bir toplumsal yapılanma için verilen mücadelede rolü ve önemi büyüktür.

Herhangi bir toplumda gerek üretim biçiminden ve üretim ilişkilerinden kaynaklanan sisteme karşı olarak kapitalizmin aleyhinde gerekse siyasal sistemin özgürlükleri kısıtladığı liberal demokratik işlerliğin sorunlu olduğu yerlerde veya tamamıyla özgürlüklerin askıya alındığı iktidar biçimlerinde muhalif medyanın bir şekilde varlığından söz edilmektedir. Örneğin Türkiye’de II. Meşrutiyetten bu yana bir muhalif basın varlığı kaydedilirken (Yanikkaya, 2014b: s.53), günümüzde bu tanım oldukça geniş tutularak sadece muhalif medya kavramıyla sınırlandırılmamaktadır. Başta alternatif olmak üzere bunlara radikal medya, yurttaş medyası, bağımsız medya, eleştirel medya, topluluk medyası, katılımcı medya, aktivist medya gibi tanımlar getirilmektedir. Hatta John Downing, köktenci (radikal) ya da ırkçı, faşist medyanın alternatif medya olarak tanımlanması gerektiğini çünkü bunların da bir şeylere alternatif olduğuna dikkat çekmektedir (Aktaran: Yanikkaya, 2014b: s.51-52).

### **2.3.Topluluk ve Azınlık Medyası**

Dayanmış olduğu toplulukların isteği ne olursa olsun topluluk medyası örneklerinin devletten ve pazardan bağımsız ve katılımcı bir nitelik taşıması gerektiği vurgulanmaktadır (Alankuş, 2008: s.131). Topluluk medyasının, radikal alternatif medyadan farklı bir yönü bulunmaktadır. Radikal alternatif medya bir toplumsal harekete dayanırken topluluk medyası bir etnik, dinsel ya da kültürel topluluğa yönelik olabilmektedir. Topluluk medyası karşı-kamusal ve daha gevşek örgütlenmiş ya da hiç örgütlenmemiş geçici nitelik taşıyan gruplardan oluşmaktadır. Topluluk

medyası örneklerine uygun olarak ticari olmayan kriter bir ölçüt olarak kabul edilecekse ülkemizdeki Alevi ve Kürt medyaları (radyoları) ve belirli İslamcı kesime ait radyolar geleneksel manadaki topluluk medyasına örnek verilmektedir (Alankuş, 2008).

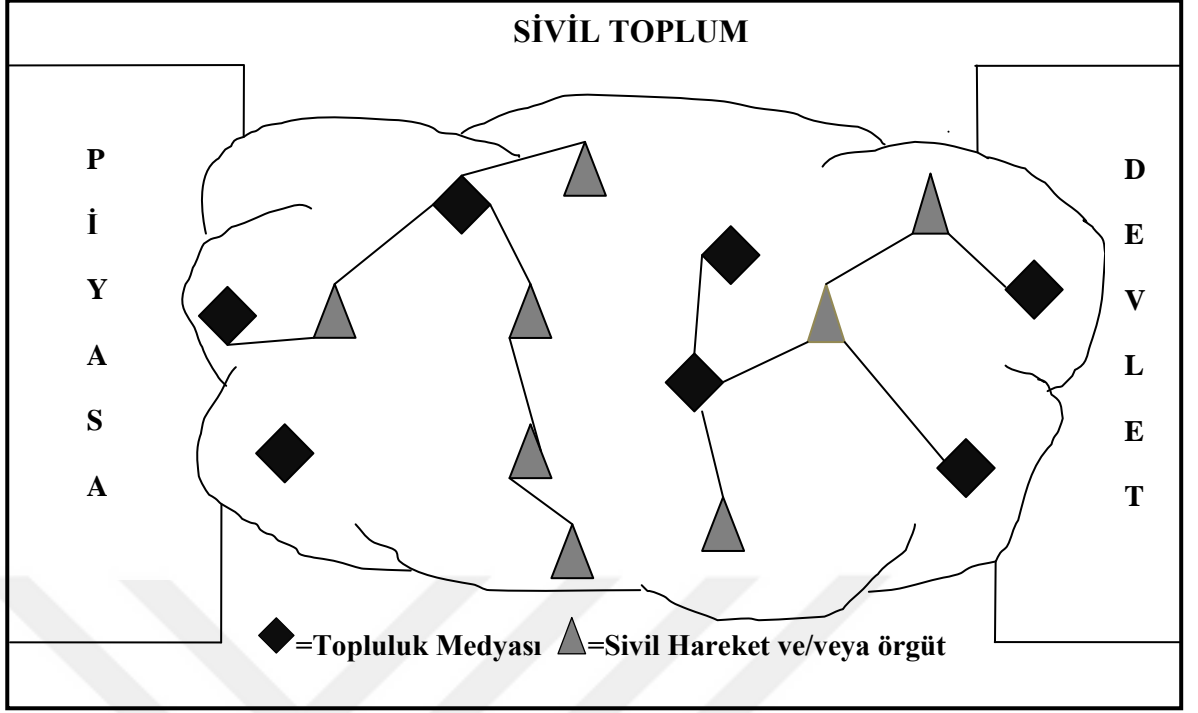
Ayrıca bu medyaların mesajlarını üreten ve tüketenlerin de topluluk üyesi oldukları gerçeğini belirtmek gerekmektedir. Her ne kadar ticari bir amaçla kurulmamış olsa da topluluk medyası ya da başka bir tarifile topluluğa hizmet medyası bir takım gelir kaynakları bulamazsa mevcut piyasa koşullarında hayatta kalması mümkün görünmemektedir. Bu bakımdan topluluğa hizmet medya araçlarının çeşitli gelir kaynaklarına sahip olmaları gerekmektedir. Var olan pratiklerde bu medyanın kamusal fonlar ve sübvansiyonların yanı sıra sponsorluk temelinde bazı özel reklâm gelirleri elde ettikleri görülmektedir. Topluluk medyası topluluğun gündemlerinin üretilmesi ve bu gündemlerine ilişkin kararların alınması noktasında, topluluk üyelerinin tartışmalarının yürütücülerinin görüş oluşmasında bulunabilecekleri bağımsız bir platform olma işlevine sahiptir (Bileydi, 2015: s.411-416). Topluluk her ne kadar ortak hedef, çıkar ve ihtiyaçlar çerçevesinde bir araya gelen gruplar olarak tanımlanabilseler de bu yapıların bütünüyle tek tip homojenize bir toplumsal yapıya sahip olduklarını ileri sürmek zordur. Bu bakımdan topluluk üyeleri arasında görüş ve tutum farklılıklarının bulunması doğal görülmektedir. Yine bu temelde topluluk üyelerinin söz konusu çeşitliliği farklı seslerin kendi medya araçları içinde ifade edilmesinde herhangi bir mahsur bulunmadığı kaydedilmektedir (Bileydi, 2015).

Topluluk medyasının bir başka biçimi olan ve onun tarafından içerimlenen 'azınlık medyasının' varlığından da söz etmek gerekmektedir. Hall, azınlık medyasının temel özelliğinin ve öneminin birleştirici alternatif bir kültür yaratmadaki potansiyeli taşıyor olmasına bağlamaktadır. Söz konusu çizgide yayın pratikleri geliştiren medya organını ve onun bileşenlerinin bu alanda müzakere ederek, toplumdaki farklı kültürlerin birbirleriyle iletişimi, etkileşimi ve varsa sorunların çözümü noktasında önerilerde bulunabilme yetilerinin varlığı önem arz etmektedir (Aktaran: Bailey vd, 2007: s.86). Dünya genelinde genel anlamda geniş bir toplumda

önemsizleştirip marjinalleştirilen azınlık toplulukları için söz konusu alternatif medya adeta bir yaşam kaynağı yani can damarı durumundadır. Azınlığın çıkarlarını, ilgilerini, anaakım medyada yer almayan yönlerini, muhalif oldukları konuları anlatmada onlara büyük yarar sağlayabilmektedir (Nafiz, 2012: s.1). Singer, Zhang ve Xiaoming, çoklu etnik yapıya sahip toplumlarda azınlık medyasının etnik ve dini grupların biçimlenmesine ve gelişmesine, onların çektiği maddi ve finansal zorluklar ile maruz kaldıkları tenkitleri (önyargılar ve ötekileştirmeler) aşmasında ve seslerini duyurmasında önemli bir mecra olarak görmektedirler (Aktaran: Bailey vd, 2007: s.87). Azınlık medyasının yaşadığı en temel sorun yaşamlarının kısa sürmesidir. Piyasa veya pazardaki gerçekler bu medyanın rekabet edebilmesini engellemekte ve başarısız olmalarına neden olmaktadır.

#### **2.4.Rizomatik Medya: Yolların Kesişmesi**

Alternatif medyanın bu yapılanmasında ve pratiklerinde göze çarpan örgütlenme ve çalışmalarında medya araçları ve onların temsil ettiği kesimlerin ilişkilerinde anaakım, sivil toplum ve devlet ile kesiştiği yatay ve çapraz ilişkiler kurabildiği bir medya biçimlenmesinden söz edilmektedir. Rizom kavramı köksap olarak tarif edilerek ağaç ve dalları şeklinde bir metafor yapılmaktadır. Kavram, Deluze ve Guattari tarafından geliştirilmiştir. Biyolojiden ödünç alınan bu benzetme ile köklerin ve sapsların birbirleriyle olan ilişkisi toplumsal alana taşınarak dikey, yatay ve çapraz ilişkilerin varlığı açıklanmaya çalışılmıştır. Bu yaklaşım medya alanına da uygulanarak medya araçlarının ve onların beslendiği ortamın özelliklerini ve ilişkilerini tarif ve tanımlamak için kullanılmıştır. Ayrıca bu köksap benzetmesi bilginin ortaya konulmasında ve yorumlanmasında bireylerin aracılı veya aracısız iletişim kurmada çoklu, çeşitliliğe sahip, hiyerarşi ve doğrusallığı reddeden bir düşünme ve eylem pratiği olarak değerlendirilmiştir. Bu düşünce ve eylem biçiminde kesinlikten uzak bir yaklaşım benimsenirken, alternatif medyanın bilgi üretme ve sunması bakımından benzer özellikler taşıyabileceğine dikkat çekilmiştir (Köksalan, 2010: s.70). Rizomatik medya devlet ve sivil toplumla Şekil-3'de görüldüğü gibi bir ilişki içindedir.



**Şekil-3: Sivil Toplum ve Rizom(atik) olarak topluluk medyası (Carpentier, 2014: s.229).**

Alternatif medyanın rizomatik nitelikte bir kavramsallaştırma ve pratikte öngören duruşunda onu sadece belli bir sorunla bağlantılı bir alan olarak değil, tarafsızlığın üzerinde durulduğu, eşitlik ve benzeri olgular için mücadele eden değişik birey ve örgütlenmelerin bulunduğu, bir araya getirildiği bir alan olarak değerlendirilmektedir. Rizomatik alternatif medya mevcut pazar-piyasa koşullarında varlığını sürdürebilme iddiasında bulunmaktadır. Bu medya sivil toplum kuruluşlarıyla ilişkili halindeyken devlet ile ekonomik pazarın belirlediği alanlarda faaliyet göstererek özgün kimliğini kaybetmeden ve asimile olmadan pratiklerini gerçekleştirmektedir. Kendi öz kimliğini koruyarak devletle ve pazarla kurduğu ilkeli ilişki temelinde rizomatik alternatif medya piyasayla veya devletle çelişkili ve çatışmalı bir düzeyde düşmanca bir pozisyon içine girmek zorunda da değildir (Köksalan, 2010: s.71-72). Bu yaklaşım biçimi söz konusu rizomatik medyanın anaakım karşısında yer alacak bir tavır takınmasını engellemekte ve belli ölçüde tutum değiştirmesine neden olmaktadır. Bu durum Gramsci'nin sözünü ettiği hegemonik mücadele kapsamı içinde değerlendirilmektedir. Rizomatik özellikli medya çoğu zaman varlığını sürdürebilmek için de olsa ekonomik pazar ve devlet

aygıtıyla değişik ilişki türleri geliştirmektedir. Söz konusu süreçte rizomatik niteliklere bürünen alternatif medya kuruluşu(ları) anaakımın etkisinde bozucu pratiklerin tesirine muhatap olabilmektedir. Öte yandan böyle bir ilişki türü anaakım medyayı da etkileyip onların sabit ve değişmez görünen yayın pratikleri üzerinde karşılıklı etki yaparak bir takım değişikliklere yola açabilmektedir. Böyle bir yayın politikasının sonucunda söz konusu rizomatik medya devlet ve özel sektörün medya yapılanmalarındaki kesinliklerini kırabilmektedir (Köksalan, 2010).

Alternatif rizomatik medya yapılanması hegemonik mücadele alanında gerek meşruiyet gerekse sekte olmayarak yayın anlayışıyla hem kendisinin hem de izleyicilerinin toplumun öteki kesimleriyle irtibat kurmasını sağlayabilmektedir. Bu bakımdan sivil toplumla kurdukları ilişki sayesinde söz konusu kuruluşların ağırlığını kamuoyuna hissettirerek, vurguyu daha da artırmaya olanak sağlamaktadır.

### **2.5. Alternatif Medya Olarak Topluluk Televizyonları**

Topluluk televizyonları yarattıkları ‘mikro kamusal alanlarla’ erişim, katılım ve kendi hedefleri doğrultusunda önemli bir görev ifa etmektedir. Fakat topluluk televizyonlarının alternatif bir ifade alanı olarak önemli bir potansiyeli olsa bile bir yandan düzensiz hatta çoğu zaman kaotik olarak nitelendirilebilecek programcılık anlayışı ve programların içerik ve genel kaygılarının belirsizliği açısından handikaplar içermektedir. Topluluk televizyonları belirli bir topluluğu temsil etmekte ve onları ilgilendiren gündemleri, sorunları ve meseleleri ekrana taşıyarak çözüm üretilmesine katkıda bulunmak amacıyla faaliyette bulunmaktadır. Topluluk televizyonlarında çalışanlar kurumsal ve yayın hedefleri bakımından benzer ilgi odakları etrafında bir araya gelmiş insanlardan oluşurken bu yayınların tamamını veya büyük bir kısmını kurumun işleyişini de yine kendileri üstlenmektedir (Köksalan, 2010: s.127). Dahası bu televizyonlar koordineli ve düzenli bir biçimde topluluğu ilgilendiren, onları temsil eden programlar yapmakla sorumludur. Farklı dini gruplar, topluluk televizyonları hayata geçirmektedirler. Avrupa ülkelerinde başta göçmenler olmak üzere Katolik, Protestan ve Müslüman topluluklar kendi kategorilerine göre biçimlenen televizyonlar inşa etmektedirler. Topluluk üyelerinin sorunlarını gündem yapan bir faaliyet içinde yayın hayatlarını sürdürmektedirler



(Köksalan, 2010). Kısıtlı bir alana yayın yapan topluluk televizyonları etkinlikleri arttıkça daha geniş bir alana yayılmakta, kendilerine ulusal yayın spektrumunda ve sayısal televizyon platformunda yer bulabilmektedirler. Bu alandaki varlıkları ise büyük oranda bağışlara, üyelik aidatlarına ve gönüllü çalışanlara dayanmaktadır. Topluluk televizyonları yansız değildir; çünkü topluluk televizyonu her şeyden önce parçası olduğu temsil ettiği ve seslendiği topluluk tarafında yer olarak ona kendisi adanmış olması, yansız ve tarafsız olma durumunu en baştan doğal olarak reddetmesi anlamına gelmektedir (Köksalan, 2010). Ancak dayanmış olduğu toplulukların isteği ne olursa olsun topluluk medyası örneklerinin devletten ve pazardan (piyasadan) bağımsız ve katılımcı bir nitelik taşıması gerekmektedir (Alankuş, 2008). Topluluk medyası (burada televizyon) sayesinde ortak sorunlara sahip olan insanlar, aralarında bir bağ kurarak çözülmesi gereken sorunlara ilişkin çeşitli yollar bulma ve bunları paylaşma adına pratikler hayata geçirebilmektedir (Bileydi, 2015: s.412).

Söz konusu televizyon genel manada topluluğun kültürel özelliklerine ve kimliğine hitap etmenin yanı sıra yerel içeriğin dışında kalan ve topluluğu ilgilendiren haberleri de iletmektedir. Kültürel çeşitliliğin korunması geliştirilmesi ve aktarımları konularında sorumluluk almaktadırlar. Hem kendi topluluklarının değerlerini savunan hem de üretim noktasında dayatılan dışsal zorlamalara karşı, demokrasinin savunulması ve toplumun demokratikleşmesi için katkı sunma görevini yerine getirmiş olmaktadır (Bileydi, 2015: s.417). Sorumluluk konusu topluluk medyasının (televizyonun) büyük önem taşıyan ilkelerinden birisidir. Bu değer bağımsızlık ve özerk olmakla da yakından ilgilidir. Böyle bir konumlanma hem devlet hem de özel sektörden (piyasa ve pazar) bağımsız yayın yapma yükümlülüğünü beraberinde getirmektedir. Topluluk televizyonları önce mütevazı bir şekilde kurularak zamanla yayın saatlerini artırma yönüne gitmektedirler. Çok katmanlı yapılara sahip bazı topluluk televizyonları konsorsiyum gibi örgütlenme pratikleri geliştirerek hem karasal frekanslar üzerinden yayın yapmakta hem de ürettiği içeriği İnternet üzerinden takipçilerine/izleyicilerine sunmaktadır. Bu televizyonların içerik üreticileri yine topluluk üyelerinden oluşmaktadır. Fakat üyeler dışında içerik üretenlerin programlarını da belirli bir ücret karşılığında yayınlanmasına olanak verilmektedir (Köksalan, 2010).

### 3.TÜRKİYE’DE ALTERNATİF MEDYA

#### 3.1.Türkiye’de Alternatif Medya Gereksinimi

Önder Özdemir (2014), her ne kadar yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve İnternetle birlikte (özellikle ‘sosyal medya’), anaakım medya kanalı televizyonun artık kitlelerce haber ve bilgi almak amacıyla değil eğlenmek için kullanıldığını ve onun dayattığı habercilik anlayışının sonunun geldiğini belirtse de yapılan çalışmalar televizyonun hala başat iletişim aracı olarak yerini koruduğunu göstermektedir. Öte yandan İnternet ortamı zaman zaman yarattığı sıkıntılar, insanlara görece özerk ve özgürlük pratikleri ve imkânları sunsa da anaakım üzerindeki siyasi baskıya benzer olgularla yüzleşmesi kaçınılmazdır. Fakat birinci bölümde anlatıldığı üzere egemen başat ideolojinin hayatın tümünü kapsayacak derecede kadir-î mutlak bir özelliğe sahip olmaması ve hegemonyayı tesis etmek için bir takım uzlaşma pratikleri sergileyerek meşruiyetini kaybetmeme çabası göstermek zorunda kalması her iki iletişim alanında da bir takım alternatif anlayışların ortaya konulmasını beraberinde getirecektir. Hegemonyanın doğası gereği, hangi tür siyasi rejim olursa olsun zorun temelli sürdürülemez oluşu nedeniyle muhalif unsurlar kendi ‘kitle’ medyalarını bir şekilde hayata geçirmek ve seslerin duyurmak adına çeşitli iletişim kanalları oluşturma yönüne gidebilmektedirler. Türkiye’de de muhalif ya da alternatif medya oluşturma girişimleri böyle süreçten geçmiştir.

Türkiye’de televizyon kanalı kurmanın muhalefet için 1990’lı yıllarda tek çare olarak görüldüğünü ifade eden Önder Özdemir (2014), ülkedeki muhalif kesimin her zaman egemenlere karşı bir ‘alternatif’ televizyon kanalı ya da en azından seslerini duyurabilecekleri bir haber bülteni arayışı içinde olduklarını belirtmektedir:

“1990’lı yıllarda meslek odaları ve demokratik kitle örgütlerinin yaptıkları eylemler öncesinde sıkça yaşadığımız bir durumu hiç unutamam. 1994’te kriz ve sonrası 5 Nisan kararları ortamında sıklıkla sokak eylemleri yapardık. Bu eylemlerin kararı alınırken yapılacak eylem saati tartışılmaya başlandığında mutlaka içimizden birileri televizyon kanallarının haber yapabilmesinin göz önüne alınması gerektiğini

hatırlatırdı. Televizyonların ana haber bülteni saatine yetişecek bir haber olarak eylem kurgulanırdı. İşin ilginç tarafı bu hatırlatmalara itiraz eden hiç kimse de olmazdı. Yani eylemin neredeyse en önemli amacı televizyonda haber olmaktı. Eylem sonrasında da heyecanla televizyon açılır ve hangi televizyon kanalında kaç saniyelik bir haber olduğu tespit edilerek eylem etkinliği deyim yerindeyse eylem reytingi ölçülürdü” (<http://alternatifmedya.org.tr/?p=175>).

Türkiye’de alternatif medyaya egemen anaakımın tekelleşmiş hali nedeniyle her zaman ihtiyaç olduğu belirtilmektedir. Fakat alternatiflik arayışı söz konusu medya kuruluşlarının özellikle televizyon yayıncılığının 2013 yılında meydana gelen adını İstanbul Taksim’deki Gezi Parkı’ndan alan çevreci bir tepki olarak başlayıp daha sonra iktidara muhalefete dönüşen olaylar nedeniyle daha çok dillendirildiği bilinmektedir. Bu süreçte bilgi almak isteyen kamuoyu anaakım haber kanallarında olaylara ilişkin gelişmelerin yer almayışından kaynaklanan sorunlar yaşayarak alternatif haber kaynaklarına yönelmişlerdir. Gezi olayları nedeniyle egemen anaakım medyanın ipliğinin büyük ölçüde pazara çıktığı ileri sürülmektedir (Duran, 2015: s.29).\* Bu durum yakın tarihte yaşanan anaakımın haber ve enformasyon aktarımındaki zafiyeti açısından yeni bir olgu olarak değerlendirilmemektedir. Türkiye’de toplumsal gerginliklerin, çatışmaların arttığı her dönemde siyasi iktidara ve hükümetlere ya da sistemin kendine yönelik toplumsal tepki ve kitlesel eylemliliklerde ‘ana şeritteki’ iletişim araçları televizyon, radyo ve gazeteler benzer tavırlar sergilemiştir (Alankuş, 2008).

-----  
\*Çevreci bir perspektifle Taksim Gezi Parkı’ndaki ağaçların kesilmesine karşı olan gençlerin başlattığı tepki, kısa sürede tüm ülkeye yayılmış iktidarın politikalarını eleştiren bir hâl almıştır. Olayların şiddetinin arttığı dönemlerde anaakım televizyon kanallarından CNN Turk, “Penguin Belgeseli” yayınlamış gelişmelere ilişkin bilgi vermemiştir. Söz konusu televizyon kanalının sahibi Aydın Doğan, bunun bir meslek hatası olduğunu belirtmiştir (<http://t24.com.tr/haber/aydin-dogan-gezi-olaylari-sirasinda-cnn-turkte-penguin-gosterilmesi-tam-bir-sapsallik,295456> Erişim Tarihi, 02.01.2016). Kuruluş amacı haber vermek olan ve anaakım bir televizyon kanalı olarak konumlandırılan CNN Turk’ün, haberleri bilinçli çarpıtmanın dışında, söz konusu tarihlerde yaptığı yayından hareketle, herkesin bildiği ve içinde olduğu olaylara ilişkin bilgi ve haber vermeme ve olayla ilgilenmeme, görmezden gelme, duyarsız kalma gibi bir pratik içinde olması “Penguin Haberciliği” kavramıyla tanımlanır olmuştur.

Bu açıdan bakıldığında 1960'lı yıllardaki öğrenci hareketlerinin dinamizmi, devamındaki toplumsal-sınıfsal tepkiler ve mücadeleler geleneksel kitle iletişim araçları gazete, radyo ve ardından televizyonun bu tür konularda belli bir ideolojik çerçevede yayın çizgisine sahip olmasına neden olmuştur. Anaakım, bazı alternatif medya kuramcılarının söylemeyi tercih ettiği gibi 'yaygın medya', iktidar bloğunun sınıf iktidarından yana tavır alırken çeşitli hak taleplerinde bulunanların ekranlarda, gazete sayfalarında veya radyo mikrofonlarında görülmesini engellemiştir. Bu yüzden iktidar veya sistem karşıtı gruplar, kesimler ve sınıflar da çıkarlarını ve haklarını savunmak adına kendi medyalarını yaratmanın gayreti içine girmişlerdir.

Türkiye'de 1970'li yılların sonlarına doğru ülke içindeki işçi sınıfı eylemlilikleri ve sol radikal kesimlerin ideolojik biçimlenişe paralel olarak yeni yayın organları ortaya çıkarak kendilerini ezilenlerin ve yoksulların sesi olarak tanımlamışlardır. Demokrat Gazetesi\* bile bir siyasal çizginin yayın organı gibi olsa da kısa sürede kitleleşmeyi başarmıştır. Fakat 1980 askeri darbesinin muhalefeti ortadan kaldırmasıyla alternatif yayın organları da görünürlüğünü kaybetmiştir. Özellikle sol radikal siyasetin tehlikeli bir hâl alması nedeniyle alternatif medya araçları âdeta silinmiş, kitleler egemen dominant basının (medya) duyurdukları ve bildirdikleriyle yetinmek zorunda kalmıştır. Fakat 12 Eylül rejiminin etkisini yitirmeye başladığı toplumsal ve siyasal hareketlerin yeniden canlandığı 1990'lı yılların ortalarında ayrılıkçı Kürt hareketi-PKK çizgisini benimseyen Özgür Gündem gazetesi yayınlanmıştır. Dönem dönem kapanıp değişik adlarla yayınlanmaya devam etse de gazete kitlesel bir yayın çizgisi tutturmayı başaramamış, radikal Kürt hareketini destekleyen bir yayın aracı olarak varlık bulmaya çalışmıştır. Türkiye'de muhalif unsurlar yayıncılıkta her daim yeni arayışlar içine girmiştir. Özellikle 2000'li yılların başında yaşanan medya kriziyle bağlantılı olarak çoğunlukla dillendirilmeye başlanan alternatif medya olanakları ve tartışmalar esasında oldukça eski bir geçmişe

---

\*Demokrat Gazetesi 26 Aralık 1979 yılında Dursun Akçam yönetiminde yayın hayatına başlayıp 12 Eylül 1980'de kapatılmıştır. 70 ortaklı bir şirket kurularak yayın hayatına başlayan gazetede Arslan Başer Kafaoğlu, Emil Galip Sandalcı, Gülten Akın gibi pek çok aydın, gazeteci, sanatçı kurucu olup yazı yazmıştır (<http://eksisozluk.com/demokrat--182544>, Erişim Tarihi, 12.01.2017).

sahiptir; 1999' da başlayıp 2001'de zirveye ulaşan DSP-MHP hükümetini de istifaya zorlayan iki büyük mali krizin açığa vurduğu; banka sermayesiyle medya sermayesinin arasındaki birleşmelerin olumsuzlukla sonuçlanması Türkiye'deki dominant medyanın varlığı konusunda önemli bir dönüm noktası oluşturmuştur. Bu süreç gazetecileri etkilemiş yüzlerce çalışan işsiz kalmıştır. Medya bu süreçten büyük yara alarak çıkarken aynı zamanda bir dezenformasyon kaynağına dönüşmek durumuna düşmüştür. Bu açıdan geniş kitleler içinde erimek istemeyen ve sesini duyurmak amacıyla kanallar arayan kesimler, ezilenler, alt-kültürler, etnik yapılar, işçiler, öğrenciler, feministler vb, toplumda gösterilmek istenmeyen veya ötekileştirilenlerden yana bir pozisyon belirleyenlerin yayınları olarak alternatif medya araçları ortaya çıkmaya ve çoğalmaya başlamıştır (Kürkçü, 2008: s.68). Fakat söz konusu yayıncılık pratikleri gerçek anlamda alternatif olmaktan epey uzaktır. Geçmiş de dâhil olmak üzere özellikle sol medya bugüne kadar siyasi-ideolojik yetersizliklerinin yanı sıra ve mesleki-teknik olgunluk eksikliği nedeniyle gerçek anlamda ciddi ve popüler bir muhalefet kanalı oluşturamamıştır. Parçalanmışlık, bölünmüşlük çoğu zaman iç bağlantıları sorunlu hatta birbirlerinden haberi olmayan grup ve grupçuklar Türkiye'de bağımsız medya adacıklarında muhalefet geliştirmeye çalışmışlardır. Günümüzde bunlardan Evrensel, BirGün, Internette Zaytung ve BİANET gibilerinin imkânları dâhilinde iktidarı eleştirme ve yeni seçenekler sunma gayreti içinde oldukları görülmektedir (Duran, 2015: s.26).

Burada BİANET'e bir parantez açmak gerekmektedir. Söz konusu alternatif medya aracı 1997 yılında yayın hayatına başlamış, İnternet kullanımının yaygın bir şekilde artması ve yoğunlaşmasıyla kendinden söz ettirmiştir. BİANET (Bağımsız İletişim Ağı) yurttaş gazeteciliği, hak haberciliği ve özgür habercilik görevini yerine getirmek için kurulmuştur. BİANET'in kadınların, emekçilerin, çocukların ve toplumda ötekileştirilenlerin yanında ve onların sesi olmak üzere hayatı geçirilen bir platform olduğu belirtilmektedir (Kürkçü, 2008).

Bugün alternatif medya örneklerine bakarak değerlendirmelerde bulunanlar onun yapısının genellikle konvansiyonel olmayan, radikal medya özelliği taşıyan bir

yapıda olduğuna vurgu yapmaktadırlar (Arsan, 2008: s.91). Türkiye’de özellikle radyoculuk alanında alternatif yayın oluşturma potansiyeli televizyon kanalı ve İnternet’e göre biraz daha eski bir geçmişe sahiptir. Örneğin Özgür Radyo’nun bu yaklaşıma benzeyen bir takım özellikler taşıdığı ifade edilmektedir. Radyonun yerel olarak İstanbul merkezli olmasına karşın ulusal ya da yaygın bir yayın anlayışına sahip olduğu vurgulanmaktadır. Her ulusal ve uluslararası gelişmeyi dinleyenlerine/izleyicilerine aktardığı ifade edilirken (Özbakır, 2008: s.83), söz konusu radyo kanalının, kadın, çocuk, işçi, gençlik, çevre, spor ve sağlık gibi programlar ürettiği, bu üretim sürecinde işlenen konuların mevcut siyasi sisteme muhalif yönden bakarak hayata geçirildiği kaydedilmektedir. Sermayeden ve devletten bağımsız bir kuruluş ve örgütlenme şeklinin temel alındığı vurgulanırken, mevcut duruma alternatif olmanın belli bir tarafı tutmak anlamına geldiği bu yüzden, haksızlığa uğrayan, ezilen, yok sayılan, insanlık dışı bir yaşama mahkûm edilenlerden yana olduklarını belirtmektedirler. Herkes için eşit, özgür, kardeşçe bir dünya inşa etmek amacıyla bir radyo yayıncılığı ortaya konulduğu, sisteme muhalif, anaakım ya da genel medyada yani ‘tekelci’ medyada kendine yer bulamayan haberleri öne çıkardıkları vurgulanmaktadır (Özbakır, 2008).

### **3.2.Hak, Barış, Yurttaş Gazeteciliği/Haberciliği**

Haberler günümüz dünyasında var olan güç/iktidar ilişkilerini sürdürmeye neredeyse adanmış metinler haline gelmiştir. Haberde gücün ve güçlünün görüşleri doğru veya yanlış hâkim hale gelmesi, içinde yaşanan toplumsal anlamın özelliğiyle de yakından ilgilidir. Çeşitli iktidar/güç ilişkileriyle hareketlenen toplumsal alanla bağlantıyı kuran anlam çerçeveleri olarak haberler bu ilişkileri ters yüz eden değil ufak rötuşlarla devam ettiren onlara makullük atfeden alanlar olma eğilimindedir. Böylesi bir durum insan haklarına dayalı bir haberciliğin yapılmasının önündeki en önemli engeli oluşturmaktadır (Dursun, 2007: s.106-108). Bu tür haberlerin üretim sürecinin temel belirleyenlerini Herman ve Chomsky ‘süzgeç’ teorisiyle ortaya koyarak şöyle sıralamışlardır: Medya şirketinin büyüklüğü, tekelleşmiş yapısı ve kâr-çıkâr ilişkileri, temel gelir kaynağı olarak reklâmıcılık, medyanın hükümet ve iş çevreleriyle olan ilişkisi ve onların sağladığı bilgi kaynakları, medyayı disiplin altına

almak için yapılan sert eleştiriler, ulusal bir din ve bir denetleme mekanizması olan anti-komünizm (Aktaran: Şeker ve Yağız, 2015: s.191).

Anaakımın genel habercilik anlayışında özgürlük, kişi güvenliği, ayrımcılığa uğramama, mahremiyet, suçu kanıtlanana kadar yasalar önünde suçsuz sayılmama gibi temel hak ve özgürlükler açık ve örtük biçimde çiğnenmektedir (Dursun, 2007). İnsan haklarıyla ilgili sorunların anaakım medyada kendine yer bulamama oranı bu kuruluşların tiraj veya reytingiyle ters orantılıdır. Bu konuyu Türkiye'deki medyada gözlemek mümkündür. Reytingi yüksek ya da çok satan anaakım medyanın insan hakları gündemi oldukça zayıftır; öte yandan az satan ve izlenme oranları düşük ideolojik yönelimli medya araçlarında insan hakları yaklaşımı ve işlenmesi ise daha yoğundur (Tosun, 2007: s.23). Bu tür hak ihlallerini işlemek, kamuoyuyla paylaşmak ve etkin pratikler sergilemek için alternatif bir haber anlayışına ihtiyaç duyulmaktadır.

İster geleneksel anaakım isterse alternatif medyada olsun hak haberciliğinin yapılabilmesinin olanaklı olduğu ifade edilmektedir. Gazetecilerin/habercilerin haber yaparken ya da yola çıkarken; hak ihlallerini görmezden gelmeyen, ötekileri haber yapmak için mutlaka bir hak ihlalinin öznesi ve konusu olmaların beklemeden herhangi bir haberi yaparken ve işlerken mağduriyetler yaratmamak tutumu içinde olunmasının başlangıç için yeterli olduğu belirtilmektedir (Alankuş, 2012: s.23). Örneğin çocuklarla ilgili haberler yaparken geleneksel medyanın çoğunlukla bazı temel hakları göz ardı ettiği görülmektedir. Medyanın bu tavrı nedeniyle haberlere konu olan çocuklar, içinde buldukları riskler ifade edilmeden korkulan, kaçınılması gereken tehlikeli canlılar olarak görülmeye başlanmaktadır.

Medyada haberlere konu olan çocuklarla ilgili ifadelerde kullanılan haber dilinde ve görsellerde çocukların isteyerek sokağı, madde bağımlılığını veya suçu tercih ettiği izlenimi uyandırılırken burada tek sorumlunun ya da suçlunun aile gösterilmesi gerçeğin eksik olarak yansıtılması olarak ifade edilmektedir (Onat ve Akço, 2012: s.82). Kadın hakları konusunda benzer bir yaklaşımın olduğu kaydedilmektedir. Anaakım haberciliğın egemen olduğu ülkemizde medyada kadın

temsilinin epey sorunlu olduğu ifade edilirken kadınların başta cinsel nesne olarak geleneksel rollerde anne, ev hanımı, kurban ve yalancı bir eşitlik içinde gündeme getirildiği bazen de sembolik düzeyde bile temsil edilmediği ve yok sayıldığı ileri sürülmektedir. Bu pratiklerin başta haber metnindeki dil ve görsel malzeme yani fotoğraf ve kamere görüntüsünün kullanım şekillerinde ortaya çıktığı belirtilmektedir (Tanrıöver, 2007: s.155).

Bu konudaki hak haberciliği yaklaşımında kadın temsili ortaya koyulurken toplumsal cinsiyetçi bir yaklaşıma eleştirel bir bakış ve inşa içinde olunması, kadın temsilinin mağduriyetleri üzerinden değil hak ve gerçekten eşit bir sosyal, ekonomik ve siyasi temele oturtularak sömürü nesnesi olmaktan çıkartılmasını esas almanın gerektiği açıktır.

Alternatif medyanın başta hak haberciliği olmak üzere temelde hedefi toplumsal çatışmalara zemin hazırlayacak habercilik anlayışından kaçınmak ve barış gazeteciliğini/haberciliğini de hayata geçirmek gayesinde olduğuna vurgu yapılmaktadır.

1970’li yıllarda Galtung tarafından ortaya atılan BBC kökenli gazeteciler Jake Lynche ve Annabel Goldrick’in katkılarıyla şekillenen ve adına barış gazeteciliği denilen yaklaşım iyi haber özgülünde ele alınmaktadır. Peleg’e (2007) göre alternatif anlamıyla barış gazeteciliği/haberciliği görülenin değil görülmesi gerekenin haberleştirilmesidir; gerçekliği yansıtmaktan ziyade onu keşfeder ve saklı olanı ortaya çıkarmaya çalışır (Aktaran: Alankuş, 2016: s.24).

Söz konusu alternatif habercilik anlayışını geleneksel habercilikle karşılaştıran Lynch ve McGoldrick (2005), Tablo-4’te görüldüğü gibi yeni habercilik şeklinde özellikle barış haberciliği yapılmasındaki farklılıkları ortaya koymuşlardır. Bu karşılaştırma şöyledir:



GELENEKSEL HABERCİLİK	ALTERNATİF/BARIŞ HABERCİLİĞİ
Eski rol	Yeni rol
Gözetleyici	Kolaylaştırıcı
Yorumlayıcı	İletişim sağlayıcı
Haberleştirdiklerinden bağımsız	Bağımsız ancak karşılıklı bağımlılık içinde
Gözlemleyici	Aynı gemide
Öyküleştirme	Öyküleştirme
Tartışan	Diyalog kuran
Farklılıkları vurgulayan	Farklılıkları göz ardı etmeden ortak zemini vurgulayan
Gazeteciliğe yaklaşım	Gazeteciliğe yaklaşım
Basitleştirici	Karmaşıklığı seven
Şiddet karşısında reaktif	Çatışmayı anlamaya, nedenleri ortaya çıkarmaya çalışan
“Tarafsızım”	“Hakkaniyetliyim”(fair)
Olay temelli haberleştirme	Süreç temelli haberleştirme
Dengeli haber yapımı iddiası. Her iki tarafa da eşit olduğu söylemi.	Dengeyi, bütün tarafların öykülerini ve algılarını vererek sağlamak
İzleyici/okura yaklaşım	İzleyici/okura yaklaşım
Şiddet sonuçlarını ölü, yaralı sayısını bilmekten ibaret gören bir izleyici/okuru varsayan	İzleyiciyi/okuru sorun çözücü olarak tartışmaların içine alan, katan
Gündemi haber merkezinin tercihlerine göre belirleyen/ biz en iyisini biliriz	Sokaktaki insanın gündemini gözetilen/onun görüşünü alan
İzleyicinin/okurun bilmeye hakkı var	İzleyicinin/okurun demokratik/siyasal süreçlere katılmaya hakkı var
Ben ne yapıyorsam gazetecilik odur	Yaptığımı gerekçelendiren, esnek ve değerleri gözetilen

**Şekil-4:** Jake Lynch ve Annabel McGoldrick’in geleneksel ve alternatif (barış) gazeteciliği/haberciliği konusunda ortaya koydukları perspektif (Aktaran: Alankuş, 2016: s.25).

Alankuş (2016), geleneksel ve anaakım medyanın klişeleşmiş haber anlayışını Türkiye’yi de içine katarak şu şekilde ifade etmektedir:

- Yeni, ani, henüz meydana gelmiş ya da böyle bir şeyin devamı niteliğinde,
- Biz’e kültürel ve coğrafi olarak yakınlığı olanlarla ilgili,
- Siyasi, askeri, ekonomik, kültürel seçkinler ve iktidar merkezlerinin açıklamaları,
- Tanınmış isimlerin özel hayatları,
- Kamusal çıkarlarla ilgili ve çok sayıda insanı ilgilendiren,
- Öngörülebilir olan veya tam aksine, ilginçlik, tuhaflık, sıra dışılık gösteren

- İçinde bir gerilim ya da çatışma (negatiflik), şiddet barındıran,
- Öznesi hegemonik erkek elitler ve iktidar merkezleri olan,
- Bu merkezlerin hâkim söylemi içinde kurulmuş,
- Ötekilerin mağduriyetini yeniden üreten,
- Süreç yerine, olay/sonuç odaklı, böylelikle bağlamından koparılmış,
- Kişisel veya münferit, istisnai öyküler toplamından, felaketler veya tesadüfî başarılarından ibaret parçalı bir dünya ve gündelik hayat görüntüsü sunan,
- Çatışma veya uzlaşmazlıkları mutlaklaştıran, sorunların çözümünü bireysel yetilere sahip olmaya indirgeyen ve güce tapınmayı artıran.

Öte yandan hak haberciliğinin mevcut geleneksel habercilik anlayışına karşı alternatif olabilmesi için şunları yapmasının gerekli olduğu belirtilmektedir:

- Habere olay değil süreç odaklı yaklaşarak olayın/olgunun neden-sonuç bağlantılarını, bağlamını da haberleştirmek,
- Haber kaynaklarını resmi otoritelerin ve seçkinlerin açıklamalarıyla sınırlı tutmamak; hak örgütleri temsilcilerini haber kaynağı olarak kullanmak ve onların görüşleri ile haberi boyutlandırmak,
- Mağduriyet veya düşman olarak tariflenen tarafların haber kaynaklarını, alternatif/bağımsız haber kaynaklarını kullanmak,
- Özellikle gerilim, çatışma ve savaş durumlarında ikili karşıtlıklar kurarak taraflar arasında denge kurma çabasına girilmemeli,
- Taraf olunan konuda da şüpheli olunmalı, öteki tarafın doğruyu söyleyebileceği varsayımını göz önünde bulundurmalı,
- Okurun/izleyenin olabildiğince farklı bakış açıları ile karşılaştıracak şekilde haber kaynaklarını artırmalı,
- Çatışma/savaş durumunun varlığında, çatışma çözümü yöntemlerini ve yaratıcılığını kullanarak haber konuları ve kaynakları genişletilmeli,
- Herhangi bir rutin haberden ‘ötekiye sorumluluk’ ile kadın, çocuk, engelli, LGBTİ, yaşlı odaklı, sıra dışılık, kişisel-insan öyküsü çıkarılmalı, fakat onlar marjinalleştirilmemeli ve öğrenilmiş çaresizlik üretilmemeli (Alankuş, 2016: s.60).

Çiler Dursun, hak haberciliğinde geleneksel medyada alışıla gelen dil ve görsel kullanımının terk edilmesi gerektiğini bunun özellikle ön yargı oluşturmada etkili olduğunu, bu süreçte günlük hayattaki egemenlik ilişkilerini yeniden ürettiğini, normalin de bu olduğu düşüncesini hâkim kıldığını belirtmektedir (Dursun, 2007: s.126).

#### **4.ANAAKIMIN ETKİN İLETİŞİM ARACI: TELEVİZYON**

##### **4.1.Genel Olarak Televizyonun Etkileri**

Televizyon yeni epistemolojinin kurulmasında merkezidir. En ufak çocuklar dahi televizyon izlemekten men edilemezler. En berbat yoksulluk bile televizyondan vazgeçmeyi gerektirmez. En yüce eğitim sistemi bile televizyonunun belirleyiciliğinden kurtulamaz. Ve en önemlisi kamuoyunu ilgilendiren hiçbir konu, politika, haber, eğitim, din, bilim, spor vb, televizyonun ilgi alanı dışında kalmaz. Yani halkın bu konuları kavrayış biçimi tamamen televizyon yönelimiyle şekillenmektedir (Postman, 2004: s.91). Televizyonun bir iletişim aracı olmaktan öte yeniden üreten, şekillendiren, yöneten, kontrol eden ve hatta yargılayıp infaz eden bir iktidar aracına dönüştüğünü de ileri sürenler bulunmaktadır (Mora, 2008: s.6). Hatta bazılarına göre ise televizyon ekranı günümüzde bir narsis aynası, narsisçil bir teşhir merkezi haline dönüşmüştür (Bourdieu, 1997: s.18).

Televizyon, bir araç ve sürekli değişim geçiren yeni yeni özellikler eklenen, böylece yeniden ve yeniden tüketiciye sunulan bir ürün, hem eşsiz bir medya aracı hem de öteki iletişim sistemleriyle ve araçlarıyla eklenilebilen bir teknoloji ürünü olarak, dahası mevcut siyasi-ekonomik-toplumsal sistemi bütünleyen kültür-ideoloji dağıtıcısı olarak günümüzde küreselleşmenin hayat damarlarından biri olmuştur (Pekman, 2000: s.35).

Telefon sisteminin nasıl kullanılacağı, hangi filmlerin görüleceği, hangi kitap, kaset ve dergilerin alınacağı, hangi radyo programlarının dinlenileceği televizyondan öğrenilmektedir. İletişim ortamını başka hiçbir iletişim aracının gücünün yetişemeyeceği tarzlarda bireyler adına düzenleyen televizyon, üst-arac (meta-

medium) statüsüne yalnızca dünyaya ilişkin bilgileri değil aynı zamanda bilme yollarına ilişkin bilgileri de yönlendiren bir araç olarak yükselmiştir. Böylece insanlar arasında konuşulanların konusunu televizyonda görülenler yani onun içeriği oluşturmuştur (Postman, 2004: s.91-93).

Televizyonun görsel bir haz kaynağı olduğunu belirten Postman (2004), her ne kadar anaakım özelliği olarak ifade etmese de televizyon haberlerinin ciddiye alınamayacağını bunun hem program üreticileri hem de izlerkitle tarafından bilindiğini, bu nedenle yayıncıların haberlerde eğlenceli format kullandıklarını ileri sürmektedir. Özellikle anaakım skalası içinde yer alan bir televizyon kanalının haber programındaki her şeyin bazen ağlanacak, üzülecek bir şey olmadığını göstermek için müzikle çerçevelenen habercilik yaptığını ve bunun eğlence temelli bir yaklaşım olduğunu vurgulamaktadır. Haber programının bir eğitim, düşünme ya da katarsis özelliği taşımadığını ancak bir eğlence çerçevesi sunduğunu, söz konusu haberleri yapan profesyonellerin ise tek amacının bu işleri ekrana taşımak ve orada göstermek, bunun çerçevesinin ise genellikle müzik kullanarak gerçekleştirmek olduğunu söylemektedir (Postman, 2004: s.102). Fakat buna karşın televizyon tüm dünyada oldukça ciddiye alınan bir iletişim aracıdır. Tarihsel gelişmesi açısından ona yüklenen çeşitli misyonlar da bunun göstergesidir. Örneği İngiliz yayın kuruluşu BBC (British Broadcasting Corporation) ve onu örnek alan diğer ülke yayın kurumları başta habercilik olmak üzere televizyonu bir eğlence aracından daha çok bilgi ve eğitim nosyonunu öncelikli olarak kabul etmişlerdir. Bu tür yayın kuruluşlarının kamusal sorumlulukları olduğu dikkate alınmıştır. Bilginin ve haberin nesnel, tarafsız ve doğru şekilde verilmesi konusunda ‘özerk’ olacağı belirtilen bu yayın kuruluşlarının idealize edilen söz konusu özellikleri ülkeyi ve devleti yöneten hükümetlerin siyasi tercihleri doğrultusunda evirilmeye başlayınca kamu yayıncılığı nosyonu da göz ardı edilmiştir.

BBC’nin, İngiltere’de parlamento ve hükümetten belirli bir mesafe içerisinde olmasını sağlayacak yasal bir düzenlemeyle kurulmasına karşın hükümetin yayın kurumu üzerinde çok ihtiyatlı bazı etkilerinin olmasına da olanak sağlanmıştır. BBC kendisine verilen berât ve işleri bakanlığından aldığı ruhsatta belirtilen koşulları

çerçevesinde tam anlamıyla bağımsızdır. G. Howard, BBC-Annual Report and Handbook'ta yaptığı incelemede bu yayın ruhsatına içişleri bakanlığının programlar üzerinde müdahale edebilme hakkı verdiğini tespit etmiştir (Aktaran: Çaplı, 2001: s.59).

Medya kuruluşlarının ilkesel olarak nesnel yayıncılık yaparak gerçeği ya da gerçekleri yansıtması gerekmektedir. Fakat bunun uygulamada imkânsız olduğu bilinen bir durumdur. Yayıncılıkta enformasyonun filtre edildiği gerçeklerin seçilerek kullanıldığı ve olayların yorumlandığı aşikâr bir uygulamadır (Çaplı, 2001: s.69). Bu gerçeklik kurgusu çoğunlukla fark edilemez: Hatta hükümet karşıtı her hangi bir gösteride kameranın hangi yönde olayları filme aldığı yani görüntülerin göstericiler safından mı yoksa onlara müdahale eden göz yaşartıcı gaz sikan polis güçleri yönünden mi aksettirildiği televizyon haberciliğinin ve onun tarafsızlık gibi yaklaşımlarının boyutunu gözler önüne sermesi açısından önemlidir (Williams, 2003: s.40).

Televizyon uzun bir süreden beri ve şimdi de insanların temel bilgi kaynaklarından biri hatta en önemlisi olmuştur. Fakat bu bilgilendirme gerçeğin tamamını yansıtmaktan uzaktır. Gerek kamusal gerekse ticari yayıncılıkta olsun dezenformasyon yaygın bir biçimde kullanılmaktadır. Televizyon esasında dezenformasyon denecek bir bilgi biçimi yaratarak bilgilendirmenin anlamında değişiklik yapmaktadır. Fakat bu yanlış enformasyon olarak görülmemelidir. Yansıtıcı, yansız, ilgisiz, parçalı ya da yüzeysel enformasyon, yani insanda bir şey hakkında bilgi sahibi olma illüzyonu yaratan oysa aslında insanı bilgilendirmekten uzaklaştıran enformasyon halidir. Ayrıca televizyon genellikle uzlaşmadan yanadır fakat bu uzlaşma en çok da sessiz kalmayı sevmektedir (Postman, 2004).

Günümüz televizyonunun çok kanallı yapısı insanlara manevi hayattaki uhrevî anımı da tam olarak yaşamaya izin vermemektedir. Çok kanallı bir evde az önce bir televizyonda izlenen dini programın ardından başka bir kanalda bununla ilgisiz bir program ya da devamında bir reklâm dizisi televizyonun esas amacının 'eğlence' temelli olduğunu anımsatmaya yetmektedir. George Gebner televizyonu bütün

insanlara genel bir öğretilen program sunan onların vergileriyle finanse edilen bir tür devlet dini olarak görmektedir (Aktaran: Postman, 2004: s.156). Televizyonu idare edenler enformasyonu elde etme olanağını kısıtlamaz tam tersine genişletir. Fakat televizyondan sürekli izlenerek edinilen enformasyon basitleştirilmiş, tözsel ve tarihsel içerikleri boşaltılmış, bağlamından koparılmış biçimde sunulan yani enformasyonu eğlence paketine sokan bir süreci ifade eder. Bu tutum tiranların, hoşnutsuzluğu yatıştırmak için kitleleri eğlenceye boğmasına benzetilebilir. Bu yüzden günümüzdeki bilgi ya da enformasyon basılı ve yazılı fikirlerle değil televizyondan şekillenen bir kültüre dönüşmüştür (Postman, 2004).

Televizyonun şimdiki egemen ticari yapısı devleti yöneten hükümetlerin tekelinde bulunan kamusal yayıncılık anlayışıyla rasyonel söylemin temellerini yok edici bir güce ulaşmaktadır. *Buna mukabil özellikle muhalif olan kesimlerin televizyon üzerinden erişeceği yayın potansiyeli ya da günümüzdeki alternatif yayın potansiyeli düşünüldüğünde değişik amaçlar için de kullanılabilirdi gözlerden kaçırılmamalıdır.* Örneğin Vietnam savaşı döneminde ABD’de olduğu gibi savaş karşıtı ya da tehlikeli faşizm biçimlerinin aleyhinde duyguları ayağı kaldıracak bir güce sahip olduğu da bilinmelidir (Postman, 2004).

Çağımızda hiçbir kimse televizyonsuz bir hayatın mümkün olabileceğini düşünmemektedir. En yaygın temsil üreticisi ve tüketicisi olarak televizyon hayatın vazgeçilmez bir parçasıdır (Mutlu, 2005: s.86-87). Televizyon, Denis McQuail’e göre öğrenme olanaklarını genişletmiş ve dünyanın eşitliği, barışçılığı ve ussallığına katkıda bulunmuştur. Uluslar içinde ve uluslararası sınır ötesinde bakış ve deneyimlerin paylaşılmasını özendirmiştir. Düşünür, televizyonun görece demokratik bir araç olduğunu, dengeli bir işleyiş ortamında iktidarın belli ellerde yoğunlaşması ve kötüye kullanılmasını, gelenekselciliğe, patriarkal eğilimlere ve gizliliğe karşı etkili bir şekilde iş görebilme özelliğinin bulunduğunu ileri sürmektedir (Aktaran: Mutlu, 2005: s.92).

Televizyon aynı zamanda McQuail’de oyalanma ve kaçış, Lee ve Lee’ de sakinleştirici, Anderson’da katharsis (çözüm ve rahatlama), Horton ve Wohl’da

ahbaplık ve sosyal ilişkiler yaratarak zamansal cemaat oluşturma, Merton ve Lazarsfeld'te uyuşturma etkisi, yani izler kitlenin toplumsal ve siyasal sorunlarla ilgili fiilen bir şeyler yapmak yerine bu aracı koyma eğilimine neden olduğu, Macbeth'te topluca televizyon seyretmenin bir haz oluşturduğu, Jamesson da ise tüketim kültürü ve kitle kültürü yaratıp ve kültürün metalaştığı bir sunum aracı olarak görülmektedir (Mutlu, 2005: s.94-107). Tarihsel, sosyal, psikolojik, siyasi vb., etmenlerin yanı sıra televizyonun ve öteki kitle iletişim araçlarının insanların tutum ve davranışları üzerinde bazı etkileri bulunduğu bilinmektedir. İnsanlar televizyon izlerken ondan gelen iletileri kendi geçmişiyle, tarihiyle, kimlikleriyle ve tüm birikimlerinin ışığında takip ederek alır. Televizyon izlerkitlesi mesajı alırken ve kendine göre bir anlam yüklerken duygusal ve zihinsel bir hazırlık durumunda bulunmaktadır. Televizyon ve onun iletilisiyle tek yanlı bir ilişki içinde olmasa da diğer etmenlerin yanı sıra iletişim araçları (televizyon) insanların inanç, tutum davranışlarını etkilemektedir (Mutlu, 2005).

Ien Ang, televizyon izlemenin karmaşık bir süreç olduğunu gündelik yaşamın tüm kargaşası içinde duran, anlamları ve etkileri bakımından her zaman özgül ve kültürel bir süreç olan bir edim olduğunu ifade etmektedir. Televizyon izlemenin ortamı ve bağlamı olduğu, genelde bunun ev yani hane içinde gerçekleştiği bilinen bir gerçektir. Televizyonun içinde bulunduğumuz çağdaki kullanım biçimi aile içi hiyerarşiyi yeniden ürettiği, patriarkal, pederşahi erkek egemen aile tiplerinin varlığına katkıda bulunduğu da ileri sürülmektedir. Yapılan araştırmalar, ciddi sorunların, haberlerin ve tartışma programlarının daha çok aile reisi erkek tarafından izlendiği bu sırada uzaktan kumanda cihazının onda olduğu gözlenmiştir. Kadınların ve çocukların ise daha hafif programları (soap opera ve çizgi filmleri) izlediği tespit edilmiştir. Öte yandan televizyonda programın seçiminin kültürel sermayeyle yakından ilişkili olduğu da ortaya konulmuştur (Morley, 1999: s.157). Televizyon, her hangi bir evin içinde, oturma odasında, konuşma, söyleşme için ortak bir konu sağlar, insanları yerel, ulusal ve uluslar arası ilişkilerin içine konumlandırır, eğlendirir ve bilgilenirdir (Mutlu, 2005: s.91). Bu süreçte etki bağlamı üzerinde duranlar bazı noktalara dikkat çekmişlerdir. Birini besleyen televizyon yayınının ötekini zehirleyebildiği şeklinde düşünceler ileri sürülmüştür. Yapılan araştırmalarda

yoksul halkın yani az gelirliler kesimin televizyona ötekilerden daha çok güvendiği saptanmıştır (Halloran, 1973: s.12). Toplumsal, siyasal konulara ilişkin televizyon programlarının etkili olup olmadığı temel bir tartışma konusu iken pekiştirici bir unsur olarak değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır:

“Tek bir programın ya da program dizilerinin tutumda değişiklik yaratmasını beklemek akla uygun düşmez. Toplumlar da değişiklik böyle kolay olmaz. Sonra, programı izleyenlerde değişiklik görülmemesi, programın genel etkiden yoksunluğu anlamına da gelmez. Program var olan tutumların pekiştirici değişikliği, karşı görüşü, yanında görüşe dönüştürmek türünde dar kapsamlı bir yaklaşımdır. Türlü biçimlerde oluşabilen etkiyi de değişikliğin böylesine dar tanımıyla eş tutmamak gerekir. Birikimle aşama aşama gerçekleşen değişim sürecine televizyon da katkıda bulunabilir” (Halloran, 1973: s. 13-14).

Televizyonun toplumsal etkilerinin var olduğu bunu inkâr etmenin mümkün olmadığı belirtilirken söz konusu duruma en uygun televizyon programının da reklâmlar olduğu kaydedilmektedir. Televizyon reklâmları konusuna önemli miktarda bütçeler ayrıldığı düşünülürken bu etkinin varlığının ispatlandığı da ileri sürülmektedir (Halloran, 1973: s.16). Gerek kamusal görevi ifa etmek için olsun gerekse ticari amaçla kurulmuş olan televizyon kanalları olsun bunların günümüzdeki önceliklilerinin izlerkitlenin istekleri ve beğenilerinden ziyade, yayıncının ve ona finansman sağlayan kesimlerin uzun vadeli çıkarlarını karşılamaktan yana olduğu genel bir kanaati oluşturmaktadır. Günümüzde Avrupa’da ve ülkemizde baskın olan televizyon yayıncılık anlayışı da ticari temellidir ve bu yayıncılık anlayışında haber alma ve haber verme özgürlüğünün yerini yayıncıların siyasetçilere, reklâmcılara ve program sponsorlarına izleyici sağlama (edindirme) özgürlüğü almıştır (Pekman, 2000: s.35).

#### **4.2. Televizyon ve Mevcut Habercilik Anlayışı**

Johan Galtung, KİA’da haber yapısını oluşturan birkaç etkenden söz etmektedir ve bunları şöyle sıralamaktadır; kısıklık, kesinlik, çarpıcılık, tazelik, anlam, uygunluk,



süreklilik, denge, az görülmürlük. Üst kesimlerin yani yöneticilerin ve üst düzeydeki uluslara ilişkin gelişmeler genelde haber olmaktadır. Seçkin kişiler ve toplumsal merdivenin üst basamağında onlardır. Haberlerde genelde sıradan kişiler, kıyım ve gaddarlık haberleriyle konu olurken, iyilikte uzlaşma ya da olumlu olay haberleriyle gündeme gelmektedir. Ayrıca insanlar olumsuz olayları olumlu olaylara tercih ettiğı bulgulanmıştır. Kuzey Kore örneğinde olduğu gibi küçük ülkeler ancak olumsuz prtaiklerle kendini duyurabilir, ulus ne kadar küçük ise haber o derecede olumsuz olmaktadır (Halloran, 1973). Öte yandan televizyon zaman içinde dahil etme stratejileri geliştirmiş bazı ön yargıların çözülmesine ve azınlıkların olumsuz imajının yıkılmasında yazılı basına göre daha etkili bir rol üstlenmiştir. Giderek daha fazla sayıda insan haber kaynağı olarak televizyonu kullanmaktadır (buna sosyal medyayı eklemek gerekmektedir). Yapılan araştırmalar televizyon haberlerini takip edenlerin hem gazete hem de radyonun izleyicilerinden daha fazla olduğunu göstermektedir (Odabaşı, 2000: s.15-25).

Günümüzde televizyon önemli bir haber kaynağı olsa da Halloran'ın ifade ettiğı inandırıcılığı konusu ise epey yara almış durumdadır. Bu durumun nedenleri arasında artık kalıplaşmış habercilik anlayışının yatağını belirtmek gerekmektedir. Bugünün haberciliğinde dünyada ve Türkiye'de genellikle haberlerin konuları şunlardan oluşmaktadır; hükümet/ordu kararları, hükümet-muhalefet çatışmaları, polemikler, devlet kademesindeki görev değişiklikleri, protestolar (şiddetli-şiddetsiz), suç ve suçluluk, skandal, felaketler (deprem-sel-yangın), doğum-ölüm-evlenme, biyografiler, olağanüstü aktiviteler, ünlülerin özel hayatlar vb. Öte yandan her gün yayınlanan haberlerin en az yüzde 50'sinin rutin denilen olacağı önceden bilinenlerden teşekkül etmektedir. Bunlar basın toplantıları, meclis görüşmeleri, protestolar ve yargılama süreçleridir (Arsan, 2005: s.142).

## **5.TÜRKİYE'DE ANAAKIM TELEVİZYONCULUK**

### **5.1.Anaakım Kamu Yayıncılığı: TRT**

Albert Michael (2001), bir anaakım medya kurumunun ister kamu ister özel olsun çoğunlukla amacının kazancını maksimize etmek ya da izleyicilerini

reklâmcılara satmak ve bunu temel gelir kaynağı haline getirmek olarak ifade etmektedir. Bu amaçla söz konusu medya kuruluşlarının toplumun hiyerarşik yapısına uygun hareket ederek ve genellikle diğer büyük sosyal kurumların özellikle de şirketler tarafından kontrol altında tutulduklarını ileri sürmektedir ([http://subsol.c3.hu/subsol\\_2/contributors/alberttext.html](http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors/alberttext.html)). Bourdieu, bir yayın kuruluşunun özerklik derecesinin hiç şüphesiz ilânlardan ve devlet yardımından-ilân ya da sübvansiyon şeklinde- kaynaklanan gelirlerinin payına ve aynı zamanda da ilân verenlerin yoğunluk derecesine göre ölçülebileceğini kaydetmektedir (Bourdieu, 1997: s.78). Bu bağlamda Türkiye’de kamu yayıncılığı görev sorumluluğuyla hayata geçirilen TRT’nin günümüzde geldiği nokta bakımından Michael’in (2001) ve Bourdieu’nun (1997) dikkat çektikleri aşamada olduğunu belirtmek gerekmektedir. Televizyon ve gazetelerin çıkarlarının egemen olduğu yerlerde bunlar demokratik tartışma için bir odak sağlamadığı fakat yine de kamu ve televizyonu ve radyosunun günümüzde İnternet’le birlikte açık diyalog ve tartışma geliştirilmesi için birçok olanak sunduğunu belirtenler de bulunmaktadır (Giddens, 2012b: s.156). Demokratik ortamın gelişmesine katkı sunması amacıyla kurulan TRT uzun yıllar Türkiye insanın tek iletişim kaynağı olmuştur. Türkiye’de televizyon kurma işi ve yayıncılığı bazı Avrupa ülkelerindeki gibi devlet eliyle gerçekleştirilmiştir. Bu süreçte yayıncılık esaslarının belirlenmesi İngiliz kamusal yayın kuruluşu BBC’nin özerk ve bağımsız yapısı temel alınmak suretiyle hayata geçirilmiştir. Aradan geçen 53 yılda TRT birçok bakımdan değişime uğramıştır. Kurumun bugünkü yapısı ise resmi İnternet sayfasında şu şekilde ifade edilmektedir:

“Türkiye’de kamu yayıncılığını yapmakla görevlendirilen tek yayın kuruluşu TRT (Türkiye Radyo Televizyon Kurumu), halkın geri bildirimine önem veren açık, dinamik, üretken ve en önemlisi Cumhuriyet ilkelerine bağlı, tarafsız yayıncılığı hedef edinmiştir. TRT yönetimi ve personeli dün olduğu gibi bugün de bu ilkeler çerçevesinde hareket eden, sizlerin desteğiyle de yarına ve daha büyük aşamalara taşımayı hedeflemektedir. TRT, gerçekleştirdiği ulusal, uluslar arası ve uydu yayıncılığıyla devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek amacıyla 1 Mayıs 1964’te özel yasayla kuruldu. Bugün

TRT'nin bir kamu tüzel kişisi olarak özerkliği ve yayınlarının tarafsızlığı esastır. TRT bugün 13 televizyon kanalı, 5 ulusal, 5 bölgesel, 3 uluslar arası ve 3 yerel radyo istasyonu, trt.net.tr ve 41 dilde hazırlanan www.trtworld.com isimli web sitesi, teleteks yayını, 'Televizyon', 'TRT Çocuk', 'Radyovizyon' isimli basılı dergilerle Türkiye ve dünyaya yayın yapmaktadır" (www.trtnet.tr/kurumsal/Anasayfa.aspx).

TRT 2009'da farklı dil ve lehçelerde yayın yapan ilk kanal olan TRT 6'yla Kürtçe yayına başlamıştır. Daha sonra kanalın ismi TRT Kurdî olarak değiştirilmiştir(www.trtnet.tr). Günümüzde TRT içerik, dil, yayın alanı ve hedef kitle açısından birbirinden farklı toplam 15 televizyon kanalına sahiptir. Tüm bunların içinde adından en fazla söz ettiren kanal ise TRT Şeş olmuştur.

Bazı anayasal tanımlamalar Türkiye Cumhuriyeti yurttaşları arasında etnik anlamda Türk olmayan, anadilini kullanmak ve görünür kılmak isteyen toplulukların televizyon yayını alanından dışlanması sonucunu doğurmuştur. TRT, geçmişte ve günümüzde siyasal hükümetlerin atadığı yöneticiler tarafından idare edildiği için bu kesimlerin etkisi altında kalmıştır. Her ne kadar özerk ve tarafsız bir kurum olarak tanımlanmış olsa da TRT'nin siyasal iktidarla yakınlığı yayın politikalarında çoğu zaman belirleyici rol oynamıştır. TRT'nin haber bültenlerinde devlet erkânı ve siyaset çevrelerinin günlük programlarının protokol sırasına göre işlenmesi, gündeme damga vuracak diğer gelişmelerin ise ancak bu protokol haberleri sonrası yer bulması çok aşına olunan bir durumdur (Tanrıöver, 2012: s.31).

Türkiye'de kamu yayıncılığı yapan söz konusu kuruluşu, hükümetler, devlet tekeli altındaki radyo televizyon kurumlarını propaganda ve manipülasyon araçları olarak kullanmayı meşru addetmişlerdir. Dahası yetersiz bütçeleriyle büyük altyapı yatırımları yapmak ve kaliteli programcılık hizmeti vermek zorunda kalan kamu hizmeti yayıncıları ekonomik düzenin de baskısıyla zaman içinde reklâm yayınlarına yer vermek zorunda kalmışlardır. Bu kurumlar aynı zamanda yoğun bir şekilde siyasileştirilmiş ve Avrupa'da olduğu gibi Türkiye'de de kamu yayıncılığı hükümetlerin sözcüsü durumuna gelmiştir. Yurttaşların vergisiyle finanse edilme

durumunda bulunan kamu yayıncılığı kurumları ve araçları bu haliyle halktan kopartılmış, kamu yayıncılığı modeli inanırlılığını, güvenirliliğini ve desteğini kaybetmiştir. TRT kamu yayıncılığı iddiasında olsa bile mevcut ticari rekabet ortamından etkilenmiş özel televizyonların yayıncılık anlayışına benzer bir noktaya doğru evrilmiştir. Özellikle TRT 1 böyle bir amaçla yayın ve programlar yapmaya başlamış, 2000’li yıllardaki ‘değişim’ rüzgârı kamu yayıncılığı konusunda söz konusu kanalı ticari bir televizyon durumuna getirmiştir (Pekman, 2000: s.35). Fakat diğer ticari televizyonlarla girdiği bu amansız reyting yarışında Türkiye’de en fazla izlenen televizyonlar arasında TRT maalesef yer almamaktadır. Gerek izleyici ölçüm sistemi, gerek ankete dayalı beyan sistemi ile elde edilen verilerde TRT 1 bulunmamaktadır. Bunda uzun yıllar tekel konumunda olan kanalın resmi ideoloji doğrultusunda katı didaktik bir söylem üretmiş olması önemli bir etkidir (Tanrıöver, 2012: s.35). Özellikle devlet yönetiminde olan televizyonların kamu yararına yayın yapmakla görevli olduğu düşünülürse yansız, karşılaştırma yapacak, yanlış etki bırakmayacak nitelikte yayınlar yapması gerekmektedir (Aziz, 1981: s.66). Ayrıca ulusal çapta yayın yapan televizyonların daha çok kamusal haber verdiği diğer basın organlarına göre daha geniş bir kitleye ulaştığı belirtilirken (Williams, 2003: s.39), bu yayınların özellikle kamu eliyle yürütüldüğü düşünüldüğünde tarafsızlığı ve gerçekleri yansıtmamasının ne derece önemli olduğu açıktır.

## **5.2.Türkiye’de Özel Televizyonculuk Süreci**

1980’lerde tüm dünyada esmeye başlayan neo-liberal politikaların sonucunda özellikle televizyonculuk alanında yeni arayışların da ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu çerçevede Türkiye’nin ilk özel televizyon kanalı 1989 yılında Magic Box Incorporated AG şirketi tarafından kurulan Star 1’dir. Televizyon kanalı, dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın oğlu Ahmet Özal ile işadamı Cem Uzan tarafından Avrupa’da kurularak Türkiye’ye yayın yapmaya başlamıştır. Bu süreç TRT’nin yayınlar üzerinde tekelinden dolayı ve özel kuruluşların yayın hakkı anayasaya aykırı bulunduğu için ‘korsan yayın’ olarak ifade edilmiş fakat daha sonra çıkarılan yasalarla bu engel ortadan kaldırılmıştır. İlk ticari özel televizyonun

ardından diğer özel televizyon kanallarının kurulması da birbirini izlemiştir. Sırasıyla Tele On, Show TV, HBB, Samanyolu TV, Cine 5, Kanal D ve müzik yayını gerçekleştiren Kral TV yayın hayatlarına başlamıştır. Daha sonraki yıllarda yapılan yasal düzenlemeler ve uydu kapasitelerinin artırmasıyla birçok özel televizyon kanalı yayın hayatının bir parçası olmuştur. Bu televizyonların bazıları zamanla ekonomik nedenlerle kapanırken kimileri de isim değiştirmek ya da pazarın dayattığı siyasi ve ticari gerekçelerle el değiştirmek durumunda kalmıştır. Fakat bu gelişmeler alternatif bir anaakım yayıncılık anlayışını beraberinde getirmemiştir, İrfan Erdoğan televizyon kanallarının durumunu şu şekilde ifade etmektedir:

“Türkiye’de özel televizyon sisteminin biçimlenişi Amerikan ticaret tarzının kötü bir kopyasıdır. Teknolojik yapıda Amerika, Avrupa ve Japonya’nın teknoloji ürünleri egemendir. Televizyonun profesyonel kültürü Batı tipinin en sömürgen seviyedeki biçimidir. Programlarda eğlence taklidi başat unsurdur... Dolayısıyla Türkiye’deki özel televizyonlar hem teknoloji hem de yapı, hem program, hem profesyonel pratikler ve ideolojiler bakımından yeni-sömürgeci genel bir yapının btnleşiik rneği durumundadır” (Erdoğan, 2000: s.10).

Türkiye’deki televizyonlarda yaygın olan sinema filmleri, kadınların izlediği diziler, polis ve macera dizileri ve diğer programlar ya dışarıdan satın alınmıştır ya da yerli taklittir. Taklitle dışarıdan alınan ürünlerin ideolojik ve kültürel erevesi benimsenmekte yerli dili ve konuları kullanıldığı halde yerli olma özelliği ortadan kalmaktadır. Yerli olan canlı spor programları ve yayınları, boş zaman geçirmenin kolonileştirilmesi ve bu kolonileştirme sürecinde sporcuların giysileriyle saha içindeki ve televizyondaki reklmlarla mal ve dünya görüşünün satışını yapmaktadır.

ocuk programları ve filmler alanında yayın yapan özel televizyonlar ise çoğunlukla Amerikan ve özellikle Walt Disney rnlerinin (yapımlarının) tüketicisi ve tkettiricisi konumundadır. Bu açıdan bakıldığında ne ticari ne de ideolojik yönden dünyada ve Türkiye’de bu endüstriye rakip bulunması söz konusu bile değildir (Erdoğan, 2000: s.11).

### 5.3.Türkiye’de Anaakım Medyanın Mülkiyet Yapısı

Türkiye’de özel sektör kuruluşlarının medyaya bakışı güç elde etme odaklıdır. Başta televizyon kanalı sahibi olmak ve onun sağladığı medyatik gücü kullanmak amacıyla girişilen bir yatırım olarak şekillenen bu pratik daha sonra büyük ve etkili, çeşitli ekonomik alanlarda faaliyet gösteren holding ve gruplara dönüşmektedir. Türkiye’de çok sayıda yayıncı kuruluş bulunmaktadır. Bu kuruluşların çoğunluğu medya işlerini ikinci bir yatırım sahası olarak görmektedirler. Kamu alanında yayıncılık dâhil ülkedeki belli başlı medya grupları ve kuruluş tarihleri şu şekildedir:

Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu (TRT, 1964)

Doğan Yayın Holding(1997)

Turkuvaz Medya Grubu(2008)

Ciner Yayın Grubu(2007)

Çukurova Grubu(?)

Doğuş Yayın Grubu(1999)

İhlâs Yayın Holding(2003)

Kanal 7 Medya Grubu(1993)

Albayrak Grubu(1952-1997)

Star Medya Grubu(1989)

Demirören Medya Grubu(2011)

MNG Medya Grubu(1999)\*

Cumhuriyet Gazetesi

Ekim 2016’da yapılan bir çalışmadaki verilere göre Türkiye’de medya sahipliğinde birçok alanda birden fazla dikey ve çapraz ilişkiler kuran sermaye yapılarının ortaya çıktığını görülmektedir.

-----  
\*Söz konusu bilgiler “Bir Bakışta Türk Medyası” adıyla T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü tarafından 2013 yılında hazırlanan çalışmadan elde edilmiştir. MNG Grubuna ait olan TV 8, Acun Ilıcalı adlı program yapımcısı tarafından satın alınarak ‘reality show’ ve eğlence amaçlı bir içeriğe dönüştürülmüştür. Çukurova grubu inşaat, tekstil gibi alanlarda faaliyet gösteren geçmişi eskilere dayanmasına rağmen ‘Akşam Gazetesiyle’ başladığı medya serüvenini son zamanlarda minimum düzeye indirmiştir.

Grup, yayıncılık alanından tamamen olmasa da büyük oranda çekilmiştir. [https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87ukurova\\_Holding](https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87ukurova_Holding), Erişim Tarihi: 15.03.2017.

IPS İletişim Vakfı ve Bianet ve Reporters sans Frontières (RSF)-Sınır Tanımayan Gazetecilerin Almanya kanadı Reporter ohne Grenzen'in Medya Sahipliği İzleme Projesi (MOM) sonuçlarına göre Türkiye'de en büyük 10 medya kuruluşunun 7'sinin siyasi iktidarla ilişkisi bulunmaktadır Söz konusu raporda Doğan Medya grubu kısmen de olsa eleştirel yayın yapabilen tek büyük medya kuruluşu olduğu belirtilmektedir. Geriye kalan medya organları Sabah, Türkiye, Takvim, Haberturk, NTV, A Haber Radyo, Kral FM, NTV Radyo, TGRT FM, Sabah.com.tr, Milliyet.com.tr, haberturk.com.tr, gazetevatan.com'un iktidarla yakın ilişki içinde olduğu vurgulanmaktadır. Medya sahiplerinin çoğu enerji, ulaşım, inşaat ve çeşitli sanayi sektörlerinde faaliyet gösterdiği kaydedilmektedir (<http://odatv.com/-isim-isim-turkiyede-medya-kimin-eline-2810161200-html>, Erişim Tarihi, 15.03.2017).

Hükümetle yakın ilişki içine giren medya patronlarının başka alanlardaki yatırımları nedeniyle siyasi baskıyı enselerinde hissettiği bu nedenle birçok haberde eleştirel bakış açısından uzaklaşarak oto-sansür uyguladığına dikkat çekilmektedir (Sözeri, 2012: s.25). Türkiye'de medya her daim siyasi iktidar ile karşılıklı bağımlılık ilişkisi içinde olmuştur. Devlet basın üzerinde siyasal baskı yoluyla tahakküm kurmuş, siyasi kayırma ve ekonomik ayrıcalık pratikleri yoluyla kendisine tarafgir bir medya oluşturmayı başarmıştır.

Öte yandan devlet baskısından duyulan korku bağımsız bir gazetecilik pratiğinin bulunmayışı ve devletin mali desteğine bağımlılık, Cumhuriyetin ilk yılları ve ardından çok partili hayatta da varlığını sürdürmüş bu uygulamalar medyanın kendisinin de siyasi iktidara yakın durmasını beraberinde getirmiştir (Kurban, 2012: s.2). Bunun gibi ilişkiler yüzünden medyada oto sansür gelişmiştir. Türkiye'de gerek hükümetler gerekse diğer iktidar temsilcileri sıklıkla habercileri milli ekonomiye ya da belirli bir sektörü zarara uğratabilecek haberden, ülkenin kredi notunun düşmesi ileri sürülerek, ulusal çıkar gibi temel bir argümanı da dillendirerek çeşitli uyarılarda bulunabilmektedirler. Bu uyarıları dikkate almayan medya kuruluşları ve söz konusu haberciler için artık sorunlu günler başladığı ileri sürülmektedir (Adaklı, 2009: s.79). Türkiye'de medya yatırımlarının doğası olan devleti idare eden siyasi iktidara yakın

olmak ve belli çıkarlar elde etmek şeklinde tezahür etmesinden dolayı, medyadan toplumsal kesimlerin iktidardan talepleri ve hak mücadelelerinde eleştirel bir duruş beklenmesi bu açıdan bakıldığında daha da zorlaşmaktadır. Medya sektöründe uzun yıllar çalışmış insanlar Türkiye’de medya ortamını ve onun sahiplik yapısını, siyasi hükümetle girift ve karşılıklı çıkar ilişkisi içinde bulunduğu vurgu yaparak bağımsız, tarafsız ve kamu yararına yayıncılık anlayışının esasında ne kadar zor bir durum olduğuna dikkat çekmektedirler. Türkiye’de birkaç küçük istisna dışında tüm medya gruplarının aslında büyük sanayi-mali-ticari holdinglerin müştemilat şirketleri konumunda olduğu ileri sürülmektedir. Ragıp Duran, Türkiye’de medya sahiplerinin ve yöneticilerinin bu durumunu şu şekilde ifade etmektedir:

“Devletin, Türkiye iktisadı ve maliyesi üzerindeki siyasal ve bürokratik egemenliğini hesaba katınca ve bir holding ya da girişimcinin çıkarları ve bakış açısından gelişmeler değerlendirildiğinde banka, GSM operatörlüğü, inşaat müteahhitliği gibi iş kollarında faaliyetlerde bulunuyorsanız bu holding çatısı altında yayın yapan medya kuruluşları elbette televizyon kanalı, hem holding çıkarlarını savunacak hem de bir yandan devlete ve hükümete zeval gelmeyecek şekilde pratikler sergileyecektir” (Duran, 2015: s.22).

Devleti ve onu idare eden siyasi iktidarların çıkarlarının çatıştığı anda ‘en büyük’ medya kuruluşlarını bile dize getirebileceği ortayı çıkmıştır. Örneğin Türkiye’nin en büyük medya kuruluşu olduğu varsayılan Doğan Medya Grubuna hükümet tarafından kesilen vergi cezası söz konusu grubun esasında ‘medyatik bir gücünün’ bulunmadığını göstermektedir. Grubun kendilerine kesilen büyük vergi cezasıyla sahibi olduğu çeşitli gazeteleri elinden çıkarması bankacılık sektöründen çekilmesi ve daha önce devletten ihale ile aldığı POAŞ’ı satmak zorunda kalması bunun açık göstergelerdir (Duran, 2015).

#### **5.4.Türkiye’de Anaakım Merkezli Televizyon İzleme**

Türkiye’de televizyon izlemenin güçlü bir toplumsallaştırma ve kişiler arası iletişim kurma aracı olduğu belirtilirken en çok izlenen kanalların ise anaakım



medyadaki Kanal D, Fox TV, ATV ve Star TV şeklinde sıralandığı kaydedilmektedir. Söz konusu televizyonlarda ise çoğunlukla izlerkitlenin başta dizi filmler olmak üzere eğlence ağırlıklı programlarını tercih ettiği bulgulanmıştır (Tanrıöver, 2012: 35-40). Ülkemizde günlük televizyon izleme oranı son yıllarda çok fazla değişiklik göstermemekle birlikte belirli bir düşüşün olduğu gözlenmektedir. 2012 yılında bu oran 04 saat 17 dakika (Tanrıöver, 2012: s.79), 2016'da yapılan bir başka araştırmaya göre ise 03 saat 30 dakika olarak belirlenmiştir (<https://www.marketingturkiye.com.tr/>). Fakat bazı araştırmacılar 2011-2015 yılları arasında televizyon izleme oranında bir miktar artışın olduğunu tespit etmiştir (Sözeri, 2015: s.19). Türkiye'de herhangi bir televizyon kanalı izleme oranı yüzde 93 civarındayken haberleri izleme oranlarında ise cinsiyete göre farklılıklar göze çarpmaktadır. Kadınlar erkeklere göre daha az haber izlemektedir. Türkiye'de haber takip eden kişilerin yüzde 64'ünü erkekler oluştururken, kadınlarda bu oran yüzde 36'dır ([www.marketingturkiye.com.tr](http://www.marketingturkiye.com.tr)).<sup>\*</sup> Öte yandan ülkemizde kadınların iletişim aracı olarak yoğun bir şekilde televizyonu kullandığı tespit edilmiştir. 2011 yılında yapılan bir araştırmaya göre anaakım medyanın egemen olduğu en önemli bilgi kaynaklarından okul eğitiminden sonra medyanın geldiği tespit edilmiştir.<sup>\*\*</sup>

---

<sup>\*</sup>Söz konusu araştırma 30 yaş altı kadın ve erkekleri kapsamaktadır.

<sup>\*\*</sup>T.C.Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları ve Sinema Genel Müdürlüğünün katkılarıyla Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfınca (SETA) hazırlanan "Toplumun, Kültür Politikaları ve Medyanın Kültürel Süreçlere Etki Algı Araştırması" adlı proje, Türkiye'de özellikle anaakım medyanın tabi ki televizyonun izleyiciler tarafından nasıl kullanıldığı ve algılandığı konusunda önemli veriler içermektedir. Türkiye genelinde yüz yüze görüşme anket tekniğiyle yaşları 15-55 ve üzeri olan ile 1370 kadın ve 1357 erkekle yapılmış, özellikle televizyonun toplum nezdindeki görüntüsü resmedilmiştir. Her ne kadar 2011 yılı verileri olsa da toplumsal değişimin hızının yavaş olduğu hesaba katıldığında bulgular bugün için de doğruları taşıyor olabilir. Proje Koordinatörlüğünü Talip Küçükcan'ın yaptığı, Esra Albayrak, Şule Albayrak, M.Mücahit Küçükyılmaz ve Selahattin Güven'in yer aldığı çalışmada özet olarak şu bulgulara ulaşılmıştır:

1)Türkiye'de televizyonu haber ve bilgilendirme amacıyla izleyenlerin oranı yüzde 38,8'dir. Haber izleme oranları erkeklerde yüzde 50,8, kadınlar da ise yüzde 29,4'tür. Kadınlar evlerinde iletişim aracı olarak yüzde 81,6'lık oranla televizyonu kullanmakta, erkekler de ise bu oran yüzde 76,8'dir.

2)Türkiye'de tüm yaş gruplarında televizyon birincil iletişim aracı olarak göze çarpmaktadır.

3)Türkiye'de kültürel değerlerin oluşmasında eğitim yüzde 57, 1'le ilk sırada yer alırken bunu yüzde 19,8'le medya takip etmektedir. Bu düzlemde din yüzde 13,0, tarih yüzde 7,3 ve coğrafya ise yüzde 1,8'de kalmıştır.

## 6.ATV: ANAAKIMIN AÇIK ÖRNEĞİ

### 6.1. “ATV Seyredeceksiniz”

1990’ların ortalarında TRT kökenli bir gazeteci ve anchorman (enkırmən) olan Ali Kırca’nın anahaber bültenlerini sunumu ve ünlü “Siyaset Medyanı” programıyla zihinlere kazınan ATV, değişen ekonomik durum ve siyasi ortamla birlikte anaakımı domine ettiği günlerden uzak da olsa gerek siyasi iktidara yakınlığı gerekse teknolojik alt yapısı ve olanakları ile ülkenin önde gelen televizyon kanallarından biri olma hüviyetini korumaktadır. Anaakım olmanın tüm özelliklerini kimliğinde taşıyan ATV’nin ünlü sloganı “*ATV seyredeceksiniz*” hemen herkes tarafından çok rahat hatırlanabilmektedir. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de reyting amaçlı dizi ve programlara ağırlık veren televizyon habercilik anlayışında siyasi iktidara yakın bir çizgide bulunduğu dikkatlerden kaçmamaktadır.

---

4)Araştırmaya katılanların yüzde 56,8’i medyanın (televizyon birincil) toplumun kültürel değerlerine saygılı yayın yapmadığını belirtirken aksi yönde düşünenlerin oranı ise yüzde 32,2’dir.

5)Medyanın kendi çıkarları doğrultusunda gerçekleri çarpıtan bir yayıncılık anlayışı içinde olduğunu düşünenlerin oranı yüzde 74’tür.

6)Türkiye’deki medyanın evrensel yayıncılık ilkeleri doğrultusunda yayın gerçekleştirdiğine inananların oranı ise sadece 15,4’tür.

7)Türkiye’de medyanın genel olarak kültürel zenginlik ve çoğulculuğu yeterince yansıtmadığını düşünenler yüzde 54,4 iken aksi yönde görüş bildirenlerin oranı ise yüzde 33,1’dir.

8)Türkiye’de televizyon yayıncılığının geleneksel inanç ve değerleri zayıflattığı yönünde görüş bildirenlerin oranı yüzde 66,7 olurken tersi yönde düşünenler ise yüzde 22,1 olmuştur.

9)Televizyon programlarının Türkiye toplumunu oluşturan grupları yani, etnik ve sınıfsal kesimleri eşit ve tarafsız bir şekilde yansıtmadığına inananların oranı yüzde 53,7, aksini düşünenler ise yüzde 34,2 şeklindedir.

10)TRT’nin farklı dillerde (Kürtçe ve Arapça) yayın yapmasını kültürel zenginlik açısından destekleyenler yüzde 56,3 iken buna karşı olanların oranı ise yüzde 34,3’tür. Bu oran erkeklerde daha yüksek iken kadınlar da ise daha düşüktür.

11)Türkiye’deki özel televizyonların inanç ve gelenekleri yeterince yansıtmadığını düşünenlerin oranı yüzde 67,6’dır. Öte yandan katılımcılar TRT’nin inanç ve gelenekleri yeterince yansıttığını düşünmektedir. Bu oran yüzde 65’in üzerindedir. Katılımcıların yüzde 78,9’unun evinde iletişim aracı olarak televizyon kullandığı, özel yayıncılığa karşı, eleştirel bir tutum içinde oldukları ve kamu yayıncılığının daha güvenilir buldukları tespit edilmiştir (Küçükcan vd, 2011:s.199).

Günümüzde yapılan araştırmaların ülkedeki televizyon yayıncılık anlayışının 23 yıl öncesinden pek farklı olmadığını ortaya koymaktadır. 1994 yılında yapılan bir araştırmada ‘televizyonda gerçeğin bulunmadığı’ bulgulanmıştır. Karşılaştırma için bkz: Batmaz, Veysel ve Asu Aksoy (1995). Türkiye’de Televizyon ve Aile; Elektronik Hane, Aralık 1993-Aralık 1994. T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu, Ankara: Bizim Büro Basımevi.

Televizyon 12 Temmuz 1993 yılında test yayına başlamıştır. Daha sonra normal yayın hayatına geçen kanal, 1993 yılında ulusal düzeyde yayınlarıyla etkili bir televizyon olma özelliğini kısa sürede ortaya koymuştur. Kurucusu iş adamı Dinç Bilgin'dir. Fakat zamanla televizyon çeşitli nedenlerle el değiştirmiştir. Türkiye'nin önde gelen sanayicileri ve yatırımcıları Fiba ve Çukurova grupları da televizyonun kuruluş aşamalarında yer almıştır. Bu üçlü SATEL adında bir şirket kurarak televizyonu hayata geçirmişlerdir. Fakat Fiba ve Çukurova grubu daha sonra hisselerini devrederek ortaklıktan ayrılmıştır. 2000'li yıllarda ortaya çıkan ekonomik krize paralel olarak medya alanında yaşanan sorunlar nedeniyle televizyon da el değiştirmek zorunda kalmıştır. Daha sonra yine Türkiye'nin önde gelen sanayicilerinden Ciner Grubu 2002 yılında televizyonu satın almıştır. Bir süre bu grupta kalan televizyon 2007 yılında Çalık Holding şirketlerinden olan Turkuvaz A.Ş.'ye satılmıştır. Sabah Gazetesini de bünyesinde barındıran grup hükümete yakınlığıyla dikkat çekmektedir. Bugün televizyon geleneksel olarak devraldığı habercilik anlayışını devam ettirse de daha çok dizi ve reyting amaçlı programlara ağırlık vermektedir. Turkuvaz Merkez Medya grubuna bağlı olarak yayın hayatını devam ettiren ATV başta Türkiye olmak üzere, Azerbaycan, Avustralya, Romanya, ABD ve birçok Avrupa bölgesinde faaliyet göstermektedir. Televizyon, Türksat 4A, DFH network, Türksat TKGŞ:2. Kanal (HD), 670.Kanal (SD), D-Smart, Digtürk (beIN Medya Grup'a satılmıştır): 25.Kanal, Filbox, Kablo TV ve Teledünya yayın platformlarından izleyicilerine ulaşmaktadır, <http://kimkurdu.com/atv/>, Erişim Tarihi, 03.05.2017.

ATV'nin bugünkü yayıncılık anlayışının hükümet politikalarını onaylar nitelikte olduğu ileri sürülebilir. Televizyonun mülkiyetine sahip çevrelerin enerji, turizm, inşaat ve bunun gibi birçok sektörde yatırımlarının bulunması ve bu iş alanları nedeniyle siyasi iktidarla kurulan ilişkiler onun doğal niteliğinin anaakım temsilciliğinde yer almasına ve muhalif ya da karşı bir habercilik yapmasının önündeki engeller olarak değerlendirilmektedir. Habercilik anlayışında bu ölçütleri görmek mümkündür. Televizyon özellikle habercilik konusunda mevcut hükümeti, ordu ve emniyeti dolayısıyla devlet ve hükümeti öncelediği, ötekiler olarak ifade edilebilecek kesimleri ise trajik birer haber konusu olmaları halinde bültenlerine

taşıdığı rahatça bulgulanabilmektedir. Bu özellikler de kuramsal açıdan ‘anaakıma’ uyan bir nitelik olarak ifade edilebilir. Televizyonun haber öncelikleri anaakımda kuramsal olarak ifade edildiği ‘sahibinin sesi’ olarak tanımlanan bir örüntü içerisindedir. Siyasi iktidarın hassas olduğu konuları bültenlerine taşımayan ATV, hükümet çevreleriyle de girift ilişkiler içinde olduğu iddia edilmektedir. Siyasi iktidarla bakanlar düzeyinde bağlantıları olduğu belirtilen kanalın yönetici ve karar alıcılarının hükümete yakın isimlerden oluştuğu da bir başka gerçeklik olarak kaydedilmektedir(<http://www.hurriyet.com.tr/torun-icin-kesin-donus-5142733>, Erişim Tarihi, 12.05.2017).

ATV’nin hükümetle bu tür bir yakınlığının bulunması televizyonun habercilik anlayışına egemen olan söylem ve pratikleri kaçınılmaz olarak belirlemektedir. Gerek Meclis içi ve gerekse meclis dışı muhalefetin temsilinin sınırlanması iktidar ve onun öncelikleri bu tür medya kuruluşlarının izlediği temel yayın politikası olarak göze çarpmaktadır. Toplumsal ve siyasal sorunlara iktidarın uygulamaları penceresinden bakma zorunluluğu bir medya kuruluşunu egemen sınıfların ideolojik anlayışını temsil etme noktasına taşımaktadır.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### ALEVİLİK SORUNU VE ALEVİLERİN ALTERNATİF TELEVİZYON YAYINLARI

#### 1.ALEVİLER: TARİHSEL VE TOPLUMSAL ARKA PLAN

##### 1.1.Aleviler ve Aleviliği Tanımlamak

2010 yılı Alevi Çalıştayı Nihai Raporunda (AÇNR) Alevilik, baskın özelliği Hz. Muhammed ve onun ailesine özellikle de Hz. Ali ve soyuna derin bir sevgi ve saygıyla bağlı olan ve Sünni olmayan Anadolu Müslümanlarının yol, adâp ve erkânlarını ifade etmektedir şeklinde tarif edilmektedir (Demir ve İpek, 2015: s.29). Çalıştaya gerek hükümet (devlet) gerekse Alevi kuruluşlarının katıldığı göz önünde bulundurulduğunda ‘resmi’ bir tanım olması bakımından dikkat çekicidir. Fakat Alevilik bir olgu olarak taraflı ve tarafsız kesimlerce birden çok şekilde tanımlanabilmektedir. Alevilik ve Aleviler, İslâm içinde bir inancın yorumu (Şener, 2002: s.1,72) ve Hz. Muhammed’in Ehl-î Beyti’ne özellikle de Hz. Ali soyuna derin saygı, sevgi ve yandaşlığı gösteren dini ve siyasi grupların genel adıdır (Akarçay, 2013: s.163). Alevilik, Türkiye başta olmak üzere uluslar arası alana yayılmış, içinde en büyük grup olarak Bektaşiliği de kapsayan geniş bir yelpaze ve inanç grubunun genel adıdır. Etniklik açısından ise Türk, Kürt (Zaza), Arap, Roman, Balkanlardaki değişik ırkların dahil olduğu büyük bir topluluğu kapsamaktadır. İnanç ve ritüelleri daha karmaşık olan Bektaşiler şehirlerde örgütlenirken Aleviler köy ve kırsal alanlarda inanç ve geleneklerini sürdürmüşlerdir. Bu bakımdan Aleviler köylerde yaşadıklarından dolayı kent hayatının getirdiği örgütlü yapının dışında kalmıştır. Her iki grubun da senkretik\* özellikler taşıdıkları gözlemlenmektedir.

---

\***Senkretik**; yapısında farklı kültür ve inançların unsurlarını birleştirip kendisini yeni bir pratikle ifade eden melez inanç, <https://eksisozluk.com/senkretik--871327>. Birbirinden ayrı düşünce, inanış veya öğretileri kaynaştırmaya çalışan felsefe sistemi; [www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.59534c5da9.09074206](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.59534c5da9.09074206), Erişim Tarihi, 12.03.2017.

Alevi-Bektaşî araştırmalarıyla tanınan İrène M elikoff (2010), layık görülen herkesin Bektaşî olabileceğini fakat Alevi olamayacağını  nk  bu inancın soydan gelen bir kan bağıyla örüldüğünü ifade etmektedir (Aktaran: Akarçay, 2013).

Öte yandan homojen bir kütle olmayan Aleviler (Kara, 2015: s.122), hem toplumsal hem de dini bir grup olma özelliği de taşıtmaktadır. Ancak Aleviliğe mensubiyetin doğuma bağlı olması ve endogami (grup içi evlilik) söz konusu topluluğu diğer gruplardan ayırmaktadır. Bu sınırın mevcut olması dış dünya tarafından da ayrı bir grup olarak kabul edilmelerini ve aynı zamanda bir etnik azınlık olarak nitelendirilmelerini mümkün kılmaktadır (Akarçay, 2012: s.163). Aleviler böyle bir sosyal yapıda etno-dinsel topluluk (Smith, 1994: s.22); kültürel/dini topluluk olarak dışa kapalı kırsal yaşam örüntüsü içinde soydan gelen ve kendilerine kutsiyet addedilen ‘dedelerin’ sosyal ve dini otoritesi altında yaşayan otonom bir yapı (Ertan, 2015: s.43); devletin din açıdan yetkili makamı Diyanet İşleri Başkanlığının penceresinden ise İslâm’ın Hanefi mezhebinin bir tarikatı ya da en iyi yorumla bir kültürdür (Aslan, 2015: s.75). Bununla ilişkili olarak Sünni söylem içinde Alevilik marjinalize edilerek sapkın ve İslâm’ın ortak paydası dışında farklı bir geleneksel kültür olarak değerlendirilerek dışlandığını belirtenler de bulunmaktadır (Dressler, 2015: s.17).

Dressler, bugün Türkiye’de Aleviler olarak bilinen toplumsal dini grupların, hem İsl mi hem de Anadolu ve komşu coğrafyanın özellikle Mezopotamya ve İran halkları tarafından sürdürülen yerel ve bölgesel dini gelenekleri devam ettiren topluluklar olarak tarif etmektedir (Dressler, 2015). Alevilerin heterodoks bir topluluk olduğu inanç bakımından şamanizm ve Türklerin İslâm  ncesi inançları, Budizm, Mazdaizm, Zerdüştlük, Musevilik, Hristiyanlık, Kalenderi Sufizm ve Hurifilik gibi inanç ve kültürlerin senkretik bir bileşimine dâhil edilebileceği söylenmektedir (Melikoff, 2001; Ocak, 2005; Kehl-Bodroği, 2012; şahin, 2013). Hatta tasavvuf anlayışı ve ezoterik yapısı nedeniyle eski Yunan uygarlığındaki inançlar ve ritüellere de ilişkilendirilmektedir (Eybuoğlu, 1986). İslâm’ın ilk dönemindeki halife seçimi sırasında gerçekleşen çatışmaların ve gerilimlerin aksine Aleviliğin bir inanç akımı özelliği kazanmasının ve belli bir topluluğun görüşünü dile getiren bir kavram olarak kullanılmaya hatta bir yaşam biçimi şeklinde tarif edilmeye

başlanmasının daha sonra gerçekleştiği ifade edilmektedir. Bu yaşam biçiminde Sünni denilen, kaynağını Peygamberin sözlerinden ve davranışlarından, buyruklarından ve inanç düzeninden oluşan kurallara karşı olmak vardır (Eyuboğlu, 1989: s.23). Alevilik önceleri siyasal bir olay olarak belirmiş sonra Sünnilik dışında düşünüş biçimleriyle de beslenerek İslâmiyet’i kabullenen topluluklarda düzene karşı bir hareket niteliğine bürünmüştür (Özkırımlı, 1985: s.7). Öte yandan Alevilik ve Bektaşilik kurumlarıyla nesep yani soy bağı bulunan Hacı Bektaşî Veli Çelebileri, inancı, İslâm’ın özü ve ruhu olarak tarif etmektedirler (Ulusoy, 1980: s.33).

Alevilerin nüfusu konusunda çeşitli ve birbirini tutmayan bilgiler bulunmaktadır. Çoğu Alevi düşünür ve araştırmacıya göre Türkiye nüfusunun üçte biri Alevi-Bektaşî’dir ve 20 milyondan daha fazladır. Daha düşük tahminler ise 10 ile 12 milyon arasında olduğunu belirtmektedir (Shindeldecker, 2001). Bazı kaynaklara göre beş ila 25 milyon kişi olduğu belirtilen Alevilerin nüfusu devlet tarafından yapılan bir araştırmaya göre 8 milyon 750 bin civarındadır. Avrupa’daki bir milyon Alevi ile birlikte Türkiye’de 10 milyon civarında Alevi inancına sahip insan yaşamaktadır. Söz konusu araştırmanın 8 yıl kadar eski olması nedeniyle bugüne uyarlandığında Alevi nüfusun 11 milyon gibi bir rakama ulaşabileceği ileri sürülebilir. Bu oran Türkiye nüfusuna göre temellendirildiğinde ise ülkenin yüzde 85’nin Sünni nüfus ağırlıklı bir yapıya sahip olduğu görülmektedir (MKG Raporu, 2008, <http://www.gazetevatan.com/iste-turkiye-deki-kurt-nufusu-182598-gundem/>, Erişim Tarihi, 25.12.2015). Alevilerin Türkiye’deki en geniş inanç topluluk gruplarından biri olduğu gerçektir. Coğrafi yönden tüm ülkeye yayılmış durumda olan bu topluluğun tam olarak gerçek nüfusu bilinmemekle birlikte Türkiye’deki Alevilerin beş ila 25 milyon arasında olduğu tahminlerinde bulunmaktadır (Köse, 2010: s.144). Bu çelişkili ve yetersiz bilgiye ilişkin bir açıklama getiren Ayhan Erol (2010), şunlara dikkat çekmektedir:

“Bugün Türkiye’de Alevilerin sayısını belirlemek pratik olarak imkânsızdır; çünkü Aleviler kimliklerini saklamak zorunda oldukları uzun bir deneyime sahiptir. Bununla birlikte son 30 yılda Alevilerin politik görünürlüklerinde daha önce olmadığı ölçüde artış olmuştur. Bugüne dek bu konuda devlet tarafından resmi bir açıklama yapılmadığı

ya da kapsamlı bir araştırma sonucu bulunmadığı için Anadolu'daki Alevi nüfus konusu muhtelifdir. Bu görüşler Türkiye nüfusunun %10 ile % 30'u arasına işaret etmektedir. Tahmin etmekten başka yapacak bir şey olmasa da makul bir biçimde kabaca 73 milyon olan Türkiye nüfusunun %20'sinin Alevi, Alevi nüfusun % 20'sinin ise Kürt Alevi olduğunu söyleyebiliriz" (Erol, 2010: s.40).

## **1.2.Kavram Olarak Etniklik ve Azınlık**

Nüfus yapısı ve diğer unsurlar hesaba katıldığında Alevilerin azınlık olup olmadığı gündeme gelmektedir. Mevcut yasalara göre Aleviler Türkiye'de bir azınlık olarak sayılmasa da kuramsal açıdan bu özellikleri taşıdıkları gözlemlenmektedir. Giddens, etnikliğin toplumsal bir kavram olduğunu belirtir. Kültürel pratiklere ve belli bir toplumun insanlarını diğerlerinden ayırt eden görünümlere atıfta bulunur. Etnik grupların üyeleri kendilerini toplumda diğer gruplardan kültürel açıdan farklı görür, karşılığında da diğer gruplar tarafından da farklı görülmektedirler (Giddens, 2012c: s.535). Öte yandan etniklik temel alındığında oluşturulan kültürel kimlik söylem bazında konulabilmektedir. Hatta toplumsal örüntü içindeki sınıfların, kurumların ve grupların, kültürel kimlik zemininde sembolleri ile hareket ettikleri, bu durum bazı grupların, sınıfların, etnik ve alt kültürlerin, kültürel kimlik şekliyle dışlanmasını beraberinde getirdiğine dikkat çekilmektedir. Bu süreçte toplumsal yapıda bazılarının dışlandığı bazılarının ise ulusal değerler olarak sunulduğu görülebilmektedir. Bunun sonucunda öteki değerleri dışlayan ve istenilen değerleri paylaşan "*ahlâklı*" bir toplum inşa edilmek istendiğine vurgu yapılmaktadır. Söz konusu toplumsal yapıda ise kimi grupların yaşam tarzlarının fikirlerinin yer aldığı ve ulusal topluluğun dışındaymış gibi sunulan bir muhalefet süreci sıkça inşa edildiği ortaya konulmaktadır. Kültürel kimliğin diğer gruplara karşıymış gibi tanımlanmasıyla, onlara ve başkalarına karşı 'biz' fikri rahatça savunulup meşruiyet kazanabilmektedir. Farklılıklar abartılarak bir yandan belirli kültürel özellikler ulusal karakterin içinde doğal olarak mevcutmuş gibi sunulurken öte yandan bir doğallaştırma süreci işlemektedir. Örneğin dünya genelinde sıkça ve açıkça gözlemlenen mezhepsel farklılıkların işlenişi ve biz ve ötekiler olarak konumlandırılması bu temelde değerlendirilmektedir (Larrain, 1995: s.225). Bu



durum etnik yapılar için daha da önemli bir hale gelmektedir. Çünkü etniklik aynı zamanda siyasaldır ve sonuçları itibariyle toplumsal dokuda ve siyasi konjonktürde etkili bir sürece tâbidir.

Bununla birlikte etniklik yapısı aynı zamanda siyasal ve kültürel bir niteliğe sahiptir. Siyasal bir kimlik açık bir tehditle karşı karşıya kaldığında yok olmaya ve silinip gitmeye karşı mücadele aracı olarak kültürü kullanmaktadır. Kültür, silinip ortadan kaldırılmaya karşı bir hafıza biçimidir ve iktidara karşı tehdit oluşturabilmektedir (Said, 2009: s.177). Etniklik, toplumsal kimlikle yakından ilgili bir konudur ve temsil etme doğası bulunmaktadır. Hall'un İngiliz etnikliği üzerine belirttiği gibi etniklik her ne kadar azınlık kavramıyla ilişkilendirse de toplumdaki başat çoğunluğa da gönderme yapmaktadır (Hall, 1998: s.41-42).

Etnikliğin zamanla üretildiği ve yinelendiği bütünüyle toplumsal bir olgu olduğu kaydedilmektedir. Bu toplumsallaşma yoluyla genç insanlar toplulukların yaşam tarzlarını, normlarını ve inançlarını özümserler. Çok sayıda insan için etniklik bireyin ve grubun kimliği için önemlidir. Geçmişle süreklilik için önemli bir bağ oluşturur ve kültürel geleneklerin uygulanmasıyla canlı tutulur. Bu kavram sıklıkla bir topluluk içindeki azınlık gruplarıyla ilişkilendirilmektedir (Giddens, 2012c: s.535-573). Etniklik durumu azınlık kavramı ve kimlik konumlanmasıyla da yakından ilişkilidir. Azınlık, çoğunluk içinde ikincil konumda olan grubu tanımlamak için kullanılmaktadır. Sosyolojik olarak bir azınlık grubunun üyeleri topluluğun çoğunluğuna oranla daha dezavantajlı konumdadırlar. Bu nedenle azınlık grup dayanışması ve aidiyet duygusuna sahiptirler. Ön yargı ve ayrımcılığa maruz kalma deneyimleri ortak bağlılık ve çıkar duygularını kuvvetlendirmektedir. Toplumda üstünlük ve aşağılık hiyerarşisi çoğunlukla kültürel değerlere göre inşa edilmektedir. Çoğunluğun dışında tutulan gruplar, azınlıklar, etnik gruplar vd, marjinal hale getirilmekte ya da aşağılanmaktadır. Bu bakımdan bir yönüyle politik bir tutum olan bu kültürel yapılanma apaçık bir ırkçılık olarak değerlendirilmektedir (Giddens, 2012c: s.541). Bütün kültürler bir dereceye kadar etnik merkezidir; etnik merkeziliğin kalıp ön yargılarla düşünme eğilimini birleştirdiği görülmektedir. Dışarıdakiler ve yabancıların, barbarlar ya da ahlâki ve zihinsel bakımdan aşağı oldukları düşünülmektedir. Etnik merkezilik ve grup kapanması sıklıkla birlikte

ortaya çıkmaktadır. Kapanma grupların kendilerini ötekilerden ayıran sınırlar kurma sürecine işaret etmektedir. Bu sınırlar bir etnik grubu başkalarından ayıran farklılıkları keskinleştiren dışlama araçlarıyla oluşturulmaktadır. Bu tür araçlar arasında gruplar arası evliliği sınırlamak ya da yasaklamak, toplumsal temas ya da ticaret gibi ekonomik ilişkilere sınır getirme ve etnik gettolarda olduğu gibi grupların fiziksel olarak birbirlerinden ayrılması bulunmaktadır. Zenginlik, güç ve toplumsal statü kıt kaynaklardır. Kimi gruplar bunlara ötekilerden daha çok sahiptirler ve bu ayrıcalıklı gruplar kendi üstün konumlarını sürdürebilmek için kimi zaman ötekilere karşı şiddete başvurabilmektedir. Benzer biçimde fazla ayrıcalıklara sahip olmayan gruplar da kendi durumlarını iyileştirmek için şiddete başvurabilmektedirler (Giddens, 2012c: s.543).

Modernizmin ulus-devlet perspektifiyle inşa ettiği toplumsal yapıda, çoğunluğun başat etnik grup olması hem istenmiş bunun için yasalar çıkartılmış, düzenlemeler gerçekleştirilmiş hem de daha önceki toplumdan devralınan toplumsal grupları etnikliğin, büyüğün bir parçası olarak göstermek amacıyla dahil etme stratejileri geliştirilmiştir. Fakat günümüzdeki küreselleşmenin getirdiği sosyo-kültürel ve ekonomik gerçekler söz konusu toplumlardaki zaten kökleri eskilere dayanan etno-dinsel toplulukların başatlığa karşı kamusal görünimleri artmış ve beraberinde bir dizi talebi de gündeme getirmiştir. Hall, bu temelde bir yaklaşımla kimliklerin sabit gönderme noktaları olduğunu, geçmişte de, şimdi de, gelecekte de dönen dünyada duran, sabit noktalar olacağını kaydetmektedir (Hall, 1998: s.42).

Günümüzde dünyadaki birçok devlet çok etnikli topluluklarla tanımlanmaktadır. Gerçeklik yüzyıllar boyu bu biçimde gelişmiştir; Ortadoğu ve Orta Avrupa ülkeleri örneğin Türkiye, Macaristan yüzyıllardır süren sınırların değişmesi yabancı güçler tarafından işgal edilme ve bölgesel güce bağlı olarak etnik açıdan farklılıklara sahiptir (Giddens, 2012c: s.544). Bölgesel ya da küresel düzeydeki siyasal kaymalar insanların içinde yaşadıkları devletlere yönelimi zayıflattığı ölçüde ulus-devlet pek çok yerde etkisini yitirmektedir. Hall ve arkadaşları günümüzde dünyanın yeniden yapılandığını, kitlesel üretim ve kitlesel tüketimle birlikte büyükşehir ve baba devletin düşüşte olduğunu; esneklik, çeşitlilik, farklılık, hareketlilik, iletişim ve adem-i merkeziyetçiliğin (merkezsizleşme)

yükselişe geçtiğini, bu süreçte kendi öz-benliğimizin, öz-benlik anlayışımızın dönüştürüldüğü yeni bir döneme girildiğini kaydetmektedir (Aktaran: Giddens, 2012b: s.152). Söz konusu yaklaşımın ve belirlemelerin ışığında Alevi inancı ve onun bireylerinin mevcut durumuna bakarak adı geçen pratiklerin kendileriyle örtüşüp örtüşmediğine irdelemek gerekmektedir.

### **1.3.Azınlık Kavramı ve Aleviler**

Aleviler kendilerini bir azınlık olarak görme eğilimindedirler ve süreç içinde dışlandıklarını ve ihmal edildiklerini düşünmektedirler. Toplulukta, hem ülke kaynaklarından hem de geniş ölçekteki egemen sosyal bağlar kurmaktan yoksun bırakıldıklarına ilişkin kolektif bir bilinci oluşmuştur ve bu yargı sürekli olarak pekiştirilmektedir (Subaşı, 2003: s.85). Aleviliği etnik bir kimlik olarak düşünenlerin yanı sıra buna karşı olanlar da bulunmaktadır. Erdoğan Aydın, Aleviliği etnik kimlikler üstü ve onlardan farklı katkılarla şekillenmiş bir inanç kimliği olduğunu belirtmektedir (Aydın, 2013: s.202). Etniklik kavramı her ne kadar azınlığı çağırıyor olsa Stuart Hall'un ifade ettiği İngiliz etnikliği vurgusunda olduğu gibi devleti yöneten egemen toplumsal gücü de tarif etmektedir. Etniklik ya da azınlık kavramı kısmen de olsa benlik kavramıyla yakında ilgilidir.

Hall'a göre (1998), kimliğin temel bileşenlerinden bir olan aidiyet duygusu, bizim tanımlanmasında ortak noktaları belirlerken diğer yandan dışımızdakileri yani ötekileri de belirlemektedir. Kimlik inşasında önemli bir yeri olan biz ve onlar ayrımı, bizden olan, aynı ya da benzer olana olumlu özellikler, farklı olana da olumsuz özellikler atfedilmesiyle gerçekleştirilir (Aktaran: Karaduman, 2010: s.2889). Azınlık olgusu devletlerin siyasi yapısına ve uluslar arası kamplamalara göre değişik türde yorumlansa da genel manada kavram bir ülkede 'hijerarşik ilişkide ikincil, üyeleri anlamlı bir biçimde yaşam üzerinde daha az güç hakkına sahip veya çoğunluk grubundan daha az kontrol hakkına sahip, sayı olarak çoğunluğu oluştursa bile eğitim ve refah alanında olanakları daraltılmış gruplar' olarak tarif edilmektedir (Sungur, 2010: s.15-65).

Baskın Oran (2001), azınlık olmanın özelliklerini; 1-farklılık, 2-sayısal açıdan az olma, 3-başat (dominant) olmama, 4-vatandaş (yurttaş) olma ve 5-öz bilince

(azınlık bilinci) sahip olma olarak sıralamaktadır (Aktaran: Sungur, 2010). Herhangi bir ülkede sözü edilen koşulların bütünü taşıyan bireylerin bulunması halinde bunlar azınlık sayılmaktadır. Devletlerin bu gerçeği yok sayması 1991 yılında gerçekleştirilen Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Konferansı (AGİK) Cenevre Azınlık Uzmanları Toplantısındaki kararlardan sonra pek geçerliliği kalmamıştır (Sungur, 2012).

Bu verilerde herhangi bir etni-siteye bağlılık ve dini yönden ya da mezhepsel açıdan az olmak gibi kavramlar ikincil plana düşmektedir. Bu yaklaşımın ışığında Alevileri bir azınlık olarak kabul etmek gerekmektedir. Fakat Türkiye’de azınlık kavramı gayri Müslimler için Lozan antlaşmasıyla (1923) tarif edilip tanımlandığından çağdaş anlamda getirilen sosyolojik ve siyasi yaklaşım görmezden gelinmektedir. Alevilerin çoğunluğu Türk olmalarına ve bu ırk bağlamıyla geniş kitleyle bağları bulunmasına rağmen mezhepsel açıdan farklı bir inanç içinde olmaları onları hiyerarşik yapılanmada ikinci duruma itmiş gibi gözükmektedir. Bu açıdan genelin inancının tersine farklı bir yaşam ve dini anlayış içinde bulunmaları, hem kendileri hem de onları tanımlayanlarca azınlık olarak görülme eğilimini artırmaktadır. Bu bakımdan uluslar arası sözleşmelerin tanımına uygun bir sosyal dokuda bulunan Aleviler, azınlıklara tanınan haklardan yararlanmak istemektedirler.

#### **1.4.Aleviler ve Ayrımcılık**

Mazlum-Der İstanbul Şubesi’nin 2015 yılında yayımladığı ‘*Alevilere Yönelik Ayrımcılık*’ raporunda bu insanların bir yönüyle devlet eliyle ötekileştirildiği ve yanlış politikaların toplumda Alevilere yönelik var olan ön yargıları beslemesine katkıda bulunduğu iddia edilmektedir. Mahiyeti itibariyle Cumhuriyet ile ortaya çıkmamış olan sorun devletin bir takım uygulamalarının Sünni kitleler arasında Alevi inancına ve yaşam pratiğine yönelik var olan ön yargıları beslediği ve kışkırttığı iddia edilmektedir (Demir ve İpek, 2015: s.7).

Ali Çarkoğlu ve Binnaz Toprak’ın (2006), ‘*Değişen Türkiye’de Din, Toplum ve Siyaset*’ başlıklı araştırmalarında ise halkın demokrasi ve temel haklar konusundaki ‘tarafli’ yaklaşımında bu ön yargıların etkili olduğunu görmek mümkündür. Araştırmadaki bulgular Türkiye’de yaşayan insanların genelinin demokrasi anlayışlarında sorunlar bulunduğunu halkın büyük bir çoğunluğunun Müslüman

kabul edildiği ve örtünme, imam hatip liseleri ve din dersleri konularının öncelikli olarak Sünni kesimin sorunları, onların özgürlük ve hak taleplerinin dikkate alındığı bulgulanmıştır. Adı geçen konular temel hak ve özgürlük sorunu haline getirilirken farklı mezhep ya da etnik kökenden gelen grupların ve toplulukların hak ve taleplerine aynı duyarlılıkta yaklaşmadığı ortaya konulmuştur (Çarkoğlu ve Toprak, 2006: s.95). Bu temelde Alevilikle ilgili konuların okullarda ders olarak öğretilmesi toplumun % 39,1'i tarafından destek görmemektedir. Destekleyenler ise % 61,5'tir. Her ne kadar destekleyenlerin oranı daha yüksek olsa da desteklemeyenlerin oranının neredeyse yarıya yaklaşması düşündürücü bir durumdur. Türkiye'deki toplumda biz ve ötekiler gibi bir ayrımın var olduğu buradaki 'bizim' Türk-Müslüman-Sünni, 'ötekinin' ise Kürt, Alevi ve gayr-i Müslim olarak nitelendirildiği kaydedilmektedir. Söz konusu perspektiften bakıldığında Türkiye'deki Alevi yurttaşların kimliklerini toplum içinde rahatça dile getirmelerinin çok sık rastlanan bir durum olmadığı belirtilirken bu kökene sahip olmak, Sünniler tarafından lâik uca yakınlık ve görece daha az dindarlık olarak yorumlandığına dikkat çekilmektedir (Çarkoğlu ve Toprak, 2006: s.37-39).

### **1.5.Günümüzde Alevilerin Sorunları**

Tarihsel süreç içinde bakıldığında Aleviler asimile edilmeye çalışılmış yok sayılmış yasal taleplerine yanıt bulamamış din ve vicdan özgürlükleri kapsamında belli hakları ihlal edilmiştir (Demir ve İpek, 2015: s.13). Osmanlı Devleti ve yönetimi döneminde İslâm'ın Hanefi mezhebinin çizdiği sınırlar içinde yaşamaya zorlanan Alevi toplulukları baskı ve mağduriyeti yaşamıştır. Anadolu'daki Alevi yerleşim yerlerine Sünni misyonerler (imamlar) gönderilerek köylerine okul ve cami yaptırılarak, Kızılbaşları (Alevileri) eğitmek için programlar başlatılmıştır. Osmanlı'da Alevilerin toplumsal hayattan ve devlet bürokrasisinden de tamamen dışlandığı bilinmektedir (Dressler, 2015; Deringil, t24.com.tr/haber/selim-deringil-osmanli-alevileri-hep-disladi,73618, Erişim Tarihi, 11.01.2017).

Cumhuriyet döneminde de benzer uygulamalara maruz kalınmıştır. Kabir Tambar (2014), Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte merkezi devletin gereksinmesine göre dini tepeden inme tanımlayan bir sekülerizm oluşmasına paralel olarak bir inanç grubu sayılan Alevilerin kendilerini temsil edebilmelerinin kısıtlandığını ve folklorik

bir düzeyde temsil düzenlenmesi yoluna gidildiğini kaydetmektedir (Aktaran: Dressler, 2015: s.15). Burada Melek Zorlu'nun (2015), dikkat çektiği bir konuyu vurgulamak gerekmektedir. Aleviler, Cumhuriyet rejimiyle birlikte Sünni ön yargıların hala devam ediyor olmasının verdiği baskıyla laiklik ilkesine sıkı sıkıya bağlanarak kendi üstlerindeki basınçtan kurtulmak yolunu seçmişlerdir. Türkiye'deki gelişmelere bu çerçeveden bakan çoğunluk Alevi kitlesinin Cumhuriyet rejiminden ziyade Sünnilikten çekindiği ve bu nedenle mevcut rejime sahip çıktığı ileri sürülmektedir (Zorlu, 2015: s.149).

Öte yandan Alevilerin devletten bundan 60 yıl önce de bir takım hak taleplerinde bulunduğu bilinmektedir. Cumhuriyet'in yeniden yapılandırıldığı II. Anayasa olarak kabul edilen 1961'deki metne eklemek üzere haklarını ve taleplerini dile getirmiş, günümüzde çözülmesini istedikleri sorunları Milli Birlik Komitesine (MBK) iletmışlerdir. Asım Öz (2015), söz konusu dönemde Alevilerin, şikâyet ve taleplerinin anayasal güvence altına alınması için harekete geçtiklerini belirtmektedir. Aleviliğin devletçe tanınması, azınlıklara ve Masonlara tanınan toplanma ayin ve tören yapma hak ve hürriyetlerinin Alevi-Bektaşî Müslümanlara da tanınması istenmiştir. Bununla beraber devlet kontrolündeki basın yayın organlarında, radyo ve diğer yayın araçlarında laikliğe aykırı yayın yapılmamasını, genel bütçeden yönetilen okullarda din derslerinin kaldırılmasını talep etmişlerdir. Alevi temsilcilerinin yaptıkları başvuruda Türkiye'de dokuz (9) milyondan fazla Alevi-Bektaşî yurttaşın yaşadığı diğer mezhebe mensup insanların baskısından kurtulmak için eşit yurttaşlık düzenlemesinin yapılmasını da talep ettikleri kaydedilmektedir (Öz, 2015: s.174-175). Tahmin edileceği üzere bu talepler çeşitli nedenler ileri sürülerek hayata geçirilmemiştir. Bu süreçte sonra uzun bir sessizlik dönemi giren Aleviler, 2000'li yıllarda yine benzer taleplerle gündeme gelmişlerdir. Ulusal sosyo-politik düzlemde ve siyasal söylemde fiilen bir azınlık olan Aleviler (Gültekin ve Yeşiltepe, 2015: s.109), 2000'li yılların başında modern Türkiye siyasasının nesneleştirdiği yahut yok saydığı pre-modern aidiyetlerden biri olarak, konjonktürel etki içerisinde yeniden kamusal alana çıktığı bir dönemde görünür olma durumunu artırmıştır. Siyasal İslâm'ın yükselişi ve Kürt siyaseti alanında yaşanan gelişmeler, etnik ve dini kimliklerin görünür olmasını beraberinde getirmiştir (Gültekin ve Yeşiltepe, 2015). Bir inanç ve değerler sistemi olarak Alevilik,

geçmişte yaşadığı zorlukların üstesinden gelmek amacıyla koşulların da dayatmasıyla kamusal görünürlüğü birincil plana almış ve bunu bir varoluş meselesi olarak görmeye başlamıştır (Kara, 2015: s.120).

Söz konusu dönemde küreselleşmenin, 'evrenselleştirme' temasıyla ekonomik, sosyal, politik ve kültürel alanda yoğun olarak işlediği bilinmektedir. Bu bakımdan Stuart Hall'un da ifade ettiği gibi evrenselleştirme eğilimleri derinleştikçe, belirli halklar etnik gruplar veya toplumsal kesimler kendi farklılıklarını göstermek için daha fazla uğraşacaklar ve kendi yerelliklerine daha fazla bağlanacaklardır (Aktaran: Larrain, 1995: s.213). Aleviler de benzer bir sosyo-politik tutum içine girmişler ve görünürlüğe çıkma gayretine girmişlerdir.

Bu görünür olma hali Türkiye'de devlet yönetimini de hareket geçirmiş, 11. Cumhurbaşkanı Abdullah Gül, Başbakan Ahmet Davutoğlu ve Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) Genel Başkanı Devlet Bahçeli, Alevi-Bektaşî toplumuyla yakın temas kurmuş ve cemevi ziyaretleri gerçekleştirmişlerdir. Kamusal alanda meşruiyetini devlet nezdinde artıran Alevi-Bektaşî toplulukları hak taleplerini daha yüksek perdeden dile getirmeye yönelmişlerdir. Bu durum onların kamusal alanda görünürlüğünü artırmış, sorunlarının ifade edilmesinde yollar ve kanallar bulmaya itmiştir.

Kamusal olarak görünür olmak, kişilerin ve kurumların sosyal, siyasal ve ekonomik pratiklerinin toplumsal hayatta karşılık bulması olarak değerlendirilebilir. Dahası özel kişilerin kendilerini ilgilendiren ortak bir mesele (sorun) etrafında akıl yürüttükleri, rasyonel bir tartışma içine girdikleri ve bu tartışma neticesinde de o sorun hakkında ortak kanaat, kamuoyunu oluşturdukları amaç, süreç ve mekânların tanımladığı hayat alanlarıdır. Kamusal alan, modern toplum kuramlarında toplumun ortak yararını belirlemeye ve gerçekleştirmeye yönelik düşünce, söylem ve eylemlerin üretildiği ve geliştirildiği ortak toplumsal etkinlik alanına işaret etmektedir. Habermas, birden fazla kamusal alandan söz ederken günümüzde gazetelerin, dergilerin, radyo ve televizyonların, medyanın kamusal alanı oluşturduğunu belirtmektedir (Habermas, 2006: s.73).

Habermas, daha önce kamusal olmayan kanaatlerin önce örgütlü yapılar içinde tartışılmaya başlandığını, kültür endüstrilerinin üretilen doğallıklar üzerinden kamusal yoldan yine kanaatler yoluyla mevcut bir sisteme entegre olduğunu belirtmektedir. Fakat bu esnada söz konusu sistem karşısında tartışma yoluyla bir özerklik elde edemediklerini, buna karşılık, sosyal devletçi kitle demokrasisi şartlarında bir kamusal topluluğun iletişim bağlamının, ancak kamusal benzeri kanaatlerin biçimsel yönden dar tutulmuş dolaşım çevresini, o ana kadar kamusallık niteliği kazanmamış kanaatlerin gayri resmi sahasıyla, örgüt-içi kamusallıklarda serpilerek eleştirel aleniyet vasıtasıyla uzlaştırılarak tesis edilebileceğini kaydetmektedir (Habermas, 2003: s.403).

Aleviler gerek dernekleriyle ve bu çerçevede geliştirdikleri etkinliklerle gerekse cem ibadetleri ve televizyon yayınlarıyla son 15 yıldır kamuoyunun gündemindedir ve karşı kamusal bir alan yaratmışlardır. Bu süreç kendilerini Alevi Çalıştaylarının yapılmasına kadar götürmüştür. 28-30 Ocak 2010 tarihleri arasında düzenlenen yedi (7) tematik toplantıda 304 katılımcıyla Alevi Çalıştayı gerçekleştirilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti tarihinde ilk defa Alevi derneklerinin muhatap alınmasının hakkını vermek için hemen hepsi bu davete icabet etmiş ve yerlerini almıştır. Fakat söz konusu çalıştayda hükümet kanadıyla Alevi dernekleri arasında ‘çözüm’ konusunda bir ayrışmanın yaşandığı görülmüştür. Alevilerin örgütlü yapısı olan dernekler sorunu eşit yurttaşlık eksenli siyasi talep üzerinden tartışmayı öne çıkarırken, hükümet tarafı karşısındaki yapıların çok sesli oluşu ve bir noktada buluşamadıklarını gerekçe göstererek Aleviliğin nasıl tanımlanacağı konusuna öncelik vermiştir (Zırh ve Ertan, 2015: s.10).

Hükümet tarafının ideolojik-dini temelli yaklaşımının sorunun çözümünden çok tıkanmasına neden olduğu ileri sürülmektedir. Siyasi iktidarın Alevileri tanımladıktan sonra çözüme gitmek istemesi söz konusu topluluk tarafından destek görmemiştir. Bu süreçte siyasi iktidarın Aleviler hakkındaki bilgilerinin de sınırlı olduğu ortaya çıkmıştır. 2003 yılında dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Akşam Gazetesine verdiği demeçte bu durum açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır:



“Hangi Aleviyle görüşüyorsam Müslümanız diyor. Müslümanların ibadet yeri camidir. Alevilik bir din değildir dolayısıyla mukayese edilemez. Bu ayrımı yaparsak Türkiye'nin bölünmesine neden oluruz. Birisi ibadethanedir diğeri ise kültür evidir. Camilere sağlanan yardım cemevlerini sağlanamaz. Ancak cemevlerine yardım etmek isteyenler varsa bu da engellenemez. Madem Müslümanız siz de camiye gidin” (Aktaran: Ateş, 2015: s.161).

Bilindiği üzere Alevilerin resmi düzeyde ilk defa sorunlarını tartışmaya açan ve onları dinlemek, sorunlarına çözüm üretmek için harekete geçen AKP (AK Parti) hükümetidir. Bu maksatla hükümet 2009'da bir çalıştaylar süreci başlatmıştır. Bu minvalde yapılan faaliyetleri hükümet kanadı adına dönemin sorumlu bakanı olarak Faruk Çelik yürütmüştür. Bakanın söz konusu süreç ve Aleviler hakkındaki şu görüşleri de sorunun algılanma düzeyi açısından önem arz etmektedir:

Aleviler ibadetlerini cemevlerinde yapmaktadır. Bu açık ve cemevleri Aleviler için ibadethanedir. Buna kimsenin hiçbir itirazı yok. Bu yüzden cemevlerine statü tanımak zorundayız, görüşü ortaya çıkmıştır (Aktaran: Ateş, 2015).

Ancak Alevi Çalıştayı (AÇ) ve Alevi açılımı pratikleri hükümetin bu gerçeği tanımak yerine ona dinsel bir istikamet çizmesi, onu tanımlamaya yönelik bir politika olarak algılanmıştır. Hükümetin sorunun çözümünde üç (3) nokta üzerinde durduğu belirtilmektedir; bunlar cemevlerinin statüsü, Alevi inanç önderlerinin yani dedelerin devlet memuru sayılıp sayılamaması konusu ve zorunlu din derslerinin öğretimidir (Zırh ve Ertan, 2015). Fakat sözü edilen sorunlar çözülse bile Türkiye'de Alevilikle barışık bir ortamın yaratılamayacağı, topluluğa yönelik ön yargıların kapsamlı ve uzun vadeli bir planı devreye sokmadan başarılamayacağına dikkat çekilmektedir:

“Cemevleri, Alevilerin ibadet ettiği mekânlardır. Bu yüzden öncelikli sorunlardan birisidir. Bu sorun cemevlerine yasal olarak cami, mescit, kilise, havra ve sinagogların yararlandığı elektrik bedelinin ücretsiz karşılanması gibi muafiyetten yararlanmasını beraberinde getirmektedir. Camilerdeki din görevlilerinin maaşlarının Alevilerin de verdiği genel vergilerden ödeniyor olmasına rağmen cemevlerinin tüm gelirlerinin

Alevilerce karışlanıyor olması onları ekonomik olarak dezavantajlı bir durumda bırakmaktadır. Öte yandan cemevlerinin yasal statüsünün belirlenmesi yerel yönetimlerin vereceği bazı hizmet ve destekler noktasında bu yönetimlerin inisiyatifine terk edilmektedir. Kimi cemevleri yerel yönetimlerle iyi ilişkiler kurarak destek buluyorken kimisi de bulamamaktadır. Bu eşitsizliklerin engellenmesi için inanca dair hizmetlerin genel vergiden karşılanması yerine bu hizmetleri talep edenler tarafından karşılanması ve ibadethanelere sağlanacak bazı altyapı ve vergi sübvansiyonlarının inanç ayırımı yapmadan sunulması gerekmektedir... Alevilik meselesi talepler, sorunu Aleviler ve devlet bağlamında ele almaktadır ve devletin yapacağı bazı reformlarla sorunun çözülebileceği düşüncesi hâkimdir. Hâlbuki sorunun göz ardı edilen asıl önemli kısmı Alevilikle ilgili toplumsal ön yargı ve negatif tutumlardır. Bir yönüyle Alevi karşıtlığı hatta nefreti diyebileceğimiz bu tutum, Alevi-Sünni kardeşliğine dair yapıla gelen hamasi ve yüzeysel nutuklarla yok sayılmaya çalışılsa da bu durumun varlığı yadsınamaz bir gerçekliktir” (Demir ve İpek, 2015: s.28-31).

Demir ve İpek’in ifade ettiği ‘önyargıların’, ülkedeki Alevi-Bektaşî ve Osmanlı’nın belli dönemlerinde tarihsel bir kavram olarak kayda geçirilen ‘Kızılbaşlık’ olgusunun toplumsal hafızada önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. İsmail Ergin (2015), Türkiye’de Alevilere yönelik önyargıların hala tazeliğini koruduğunu belirterek bunların söz konusu toplumla uzaktan yakından bir ilgisi bulunmadığını kaydetmektedir. Ergin, bununla birlikte geleneksel olarak Anadolu’nun çeşitli bölgelerinde Alevilere yönelik, Sünni doktrine (savunulan ve öğretilen bir ilke ya da öğretim) dayalı olarak tarihsel süreç içinde şekillenen ve bugün de zaman zaman tanık olunan bazı önyargıların şunlar olduğunu söylemektedir:

- 1.Kızılbaşlara(Alevilere) kız verilmez,
- 2.Alevi-Bektaşî’nin bir kâfir gibi canı-malı helâldir (Osmanlı’da),
- 3.Kızılbaşların köyünden geçen sudan her kim ki arazi sularsa onun mahsulü mekruhtur (yarı haram),

4. Alevilerin verdiği parayla yapılan camide namaz eda edilmez (kılınmaz), külliye haramdır.
5. Kızılbaşların yüzüne bakmayın yüzünüzün nuru gider. Onların ekmeği yenmez, kestikleri yenmez, çulları çiğnenmez. Onların oturdukları yer şartlanmasa adım atılmaz; katiye caiz değildir.
6. Kızılbaşların gittiği hamama gidilmez. Kırk yıl başka hamamda yıkanılrsa pislik gitmez,
7. Kızılbaşlar komünisttir,
8. Kızılbaşlar mum söndürürler (Ergin, 2015).

Aleviler önyargıların yıkılması noktasında ülke içindeki hukuk yollarını tükenmesinin ardından AİHM'e başvuruyu 2004 yılında yaparak özellikle cemevlerinin ibadethane olarak kabul edilmesi gerektiğini en azından bu konuda uğradıkları ayrımcılığın giderilmesini istemişlerdir. Massicard (2015), Avrupa Birliği (AB) uyum sürecinde hukuksal düzenlemelerin gerçekleştirilmesine paralel olarak Alevilerin kendi hakları konusunda başvurabilecekleri bir merci bulduklarını belirterek sorunlarının çözümü için yasal bir dayanak arama girişiminde bulduklarını ifade etmektedir. Bilindiği üzere AİHM, Cem Vakfı'nın yaptığı başvuruyu haklı bulmuş cemevlerinin ibadethane olarak kabul edilmesi gerektiğini Türk hükümetine bildirmiştir (Massicard, 2015: s.138-139). Bu durum ülke kamuoyunda pek olumsuz karşılanmasa da siyasi iktidar, karşı savunma yapmış fakat bu savunma da mahkemece reddedilmiştir. Öte yandan cemevi talebinin özünde toplumsal bir varlık talebi olarak belirdiği arkasında güçlü bir toplumsal irade, güç ve tarihsel derinlik bulunduğu bu nedenle kalıcı bir sorun olarak görülmesi gerektiği ve çözülmediği sürece de ortadan kalkacağının beklenilmemesi gerektiği hatırlatılmaktadır (Yıldırım, 2014: s.16). Alevilerin bir diğer sorunu ve üzerinde ısrarla durdukları konu ise ilköğretimdeki zorunlu din dersleridir. Türkiye Cumhuriyeti eğitim sistemi içinde zorunlu din dersleri bulunmaktadır. Bu derslerden muafiyet Müslüman olmayan çevrelerin taleplerine göre gerçekleştirilmektedir. Fakat bununla birlikte mezhepsel farklılıkların hesaba katıldığı bir müfredat programı uygulanmamaktadır. Alevi yurttaşların bu konudaki hukuksal mücadelesi Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi (AİHM) tarafından haklı bulunmuştur. Mahkeme eğitimde zorunlu din kültürü ve ahlâk dersleri hakkında, *'Türkiye'de öğrencilerin*

zorunlu din kültürü ve ahlâk dersinden muaf tutulmasını sağlayacak yeni bir sistem geçmesini istemiştir'. Mahkeme, 16.09.2014 tarihinde aldığı bir kararla din kültürü ve ahlak derslerinin zorunlu olmaktan çıkartılıp öğrencilerin muaf tutulabilecekleri bir sisteme geçilmesi gerektiğine hükmetmiştir.\*

## 2.ALEVİ MEDYASI VE TELEVİZYONLARI

Metin Işık, Mustafa Akdağ ve M.Sezai Türk'ün 2010 da yaptıkları '*Türk Toplumunda Hacı Bektaş Veli Algısı*' konulu araştırmada televizyonun tarihsel kişileri tanımada etkili bir bilgi kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır. Araştırmada, Alevi toplumunun serçeşmesi (bir çeşit merkez) olarak kabul edilen Pir Hacı Bektaş Veli'yi Türkiye'de yaşayan insanlar televizyondan tanıdıklarını ve bildiklerini belirtmişlerdir (Işık vd, 2010: s.180). Bu tür bir bilginin iletişim araçlarından daha çok okullarda verilmesi gerektiği düşünülürken, ilköğretim kitaplarında Hacı Bektaş Veli'ye yeterli derecede yer ayrılmadığı ve onu tanıtacak hiçbir aktivite gerçekleştirilmediği bilgisine de ulaşılmıştır (Okur, 2012: s.216).

Bu bağlamda KİA'larda yeterli derecede yer bulmadıkları ortaya çıkan Aleviler-Bektaşiler, sınırlı etkisi bulunan aylık yayın organları dergilerin dışında televizyon kanalları kurarak kendilerini, temelde hedef kitle olarak Alevi toplumunu

-----  
\*Söz konusu karar AİHM, 21163/11, ebeveynlerin dini inançlarına saygı ve sözleşme Ek 1 NO'lu protokolün 2.maddesine göre verilmiştir. 16.09.2014, tarihli karar II. Bölüm'de yer almaktadır. İlgili karar için bkz: [www.echr.coe.int/Documents/CLIN\\_2014\\_09\\_177\\_ENG.pdf](http://www.echr.coe.int/Documents/CLIN_2014_09_177_ENG.pdf), Erişim Tarihi: 18.01.2017. Ayrıca İstanbul 9.İdare Mahkemesi söz konusu karara atıfta bulunarak, E.2106/95 ve K.2016/1521 numaralı kararında İnsan Hakları ve Temel Özgürlüklerin Korunmasına İlişkin Sözleşmeye (Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi) dayanarak, 'Düşünce, vicdan ve din özgürlüğü' başlıklı 9.maddesinin 1.fıkrası ile 1 No'lu protokolün eğitim hakkı başlıklı 2.maddesine, Anayasa Mahkemesinin 16.08.1998 gün ve E:1997/62, K:1998/52 sayılı kararına ve Danıştay 8.Dairesinin 15.05.2009 günlü E:2007/8365, K:2009/3238 sayılı kararına gönderme ve işlem yapılarak, öğrencilere zorunlu din dersi verilemeyeceğine hükmetmiştir.

İstanbul 9.İdare Mahkemesinin karar metni şu şekildedir:

"...ebeveynlerin çocuklarını her zaman aydınlatabileceği; öğütler verebileceği ve eğitici olarak çocukları üzerinde doğal ebeveynlik fonksiyonları uygulayarak ve onları kendi dini ve felsefi kanaatleri doğrultusunda yönlendirebileceğinden; din derslerine katılmalarının tamamen isteğe bağlı hale getirilerek, din derslerine katılmamayı tercih edebilecekleri en tabii haklarıdır. Bu durumda. Anayasa'nın 24.maddesine, din kültürü ve ahlak bilgisi öğretiminin zorunlu olduğunun belirtilmesi, ilk ve ortaöğretim kurumlarında verilen öğretimin adının din kültürü ve ahlak bilgisi olmasına rağmen, din eğitimin, ancak kişilerin kendi isteğine, temsilcilerinin, çocuklarına okulda din kültürü dersinin verilmesini istemedikleri takdirde, din kültürü ve ahlak bilgisi dersini almaya zorlanmayacakları en temel hakları olduğundan dava konusu işlemde hukuka aykırılı bulunmadığı sonucuna varılmıştır.", "din derslerine katılmak isteğe bağlı olmalı", [www.birgun.net/haber-detay/idare-mahkemesi-nden-karar-din-dersine-katilmak-istege-bagli-olmali-143612.html](http://www.birgun.net/haber-detay/idare-mahkemesi-nden-karar-din-dersine-katilmak-istege-bagli-olmali-143612.html), Erişim Tarihi, 20.01.2017.

seçerken, aynı zamanda Türkiye'deki Sünni Müslümanlara ve farklı inançlara tanıtmak istemişlerdir. Bu perspektifle yola çıkan Aleviler son 10 yılda birden fazla televizyon kanalına sahip olmuşlardır. Bu televizyon kanallarının en belirgin olanları ise anaakım bir yayın anlayışı benimsediği ileri sürülebilecek Cem TV, sosyalist sola yakın Yol TV ve etnik Kürt-Alevi ve aynı zamanda sol ideolojik politik bir çizgiye yerleştirilebilecek TV 10'dur. Bu üç televizyonun ortak noktası ise Alevi televizyonu olarak bilinmeleridir.

Günümüzde Alevi medyası olarak adlandırılabilir bir olguya karşılık gelen ve ilk bakışta televizyon kanalları olarak görünen bu gelişimin tarihi çok da yeni değildir. Yıllardır kendilerini bölgesel radyolar ve aylık dergiler dışında ifade edemeyen Aleviler, 2000'li yıllardan itibaren özellikle televizyonculuk alanında bir veya birden fazla kanala sahip olmuşlardır. Aleviler diye tanımlanan toplumsal kesimin taleplerine, yönelimlerine, mezhepsel farklılıklarına ve yaşam kültürlerine uygun bir yayın anlayışı benimseyen bu televizyon kanalları, zamanla hatırı sayılır bir izleyici kitlesine de ulaşmıştır. Bu sürecin gelişim çizgisini Özgüç Kozan şu şekilde ifade etmektedir:

“...Artık bu kanallar Malatya'nın bir köyündeki Alevi dedesine, yıllardır tutamadığı, izleyemediği cemleri izleme olanağı verirken, yapılan canlı yayınlarda yöre festivallerine katılan binlerce Alevi akrabalarına bu kanallar aracılığıyla ekrandan el sallıyor, cep telefonlarına Zülfikâr fotoğrafları indiriyor, Beyoğlu'nda (İstanbul) deyiş söyleyen türkü bar sanatçıları Alevi medyası sayesinde şöhret olmaya çalışıyorlar. Bu özel içerikli televizyonlar Alevi hanelerinde ilk 10 içinde yer alıyor. Hatta bazı izleyiciler, Alevi hassasiyeti olan kanalları sabah evden çıkarken sesini kısarak açık bırakıyorlar. Amaç, reytinglerde gözükme ve biz de varız demek” (Özgüç Kozan, <http://insankokusu.blogcu.com/alevi-tv-ler-ve-reklam-pastasindaki-yerleri/6158368>, 25.12.2015).

2015 yılında yapılan bir çalışmada Alevi televizyonları olarak tanımlanabilecek kanalların şunlar olduğu belirtilmektedir: Cem TV, Dem TV, Ekin TV, Kanal 12 (daha sonra TV 10 oldu), Su TV ve Yol TV (Kozan, 2015). Alevi

televizyon kanalı olarak sayılabilecek ilk kuruluş TV Avrupa ve Düzgün TV'dir. Bu televizyonların kuruluşlarında yer alan Şükrü Yıldız, daha sonra Kanal 12 ve hala yayın hayatını İnternet üzerinden sürdüren TV 10'un yayın koordinasyonunu gerçekleştirmektedir. Türkiye'de ilk kurulan Alevi televizyonu ise TV Avrupa'dır. Bu süreçte belli bir sermaye birikimleri bulunmadığı belirtilen ve birçok güçlkle mücadele eden Alevi televizyoncular ilk önce GALA TV'yi kiralamak suretiyle televizyon yayıncılığına başlamışlardır. Alevi televizyoncular kendilerine ait bir kanal kurma girişiminin hayal olduğu yönündeki özsorunsalı aşmak için de ayrıca bir çaba sarf etmeleri gerekmiştir. 2004 yılında Düzgün TV adındaki bir televizyon kanalı Alevilerin sesi olmak amacıyla yayın hayatına başlamıştır.

Alevi televizyonlarının içinde en kurumsal olanı Cumhuriyetçi Eğitim ve Kültür Merkezi Vakfı (CEM Vakfı) tarafından hayata geçirilen Cem TV'dir. Bu kanalı aynı izlerkitleye yönelik yayın yapan kuruluşlardan ayıran temel fark karasal yayın platformunda yer almasıdır. Diğer Alevi televizyonları uydudan yayın yaparken Cem TV karasal yayınlara yani bir anten vasıtasıyla izleyicilerine ulaşabilmekte bu da onun en büyük avantajlarından birini oluşturmaktadır. Öte yandan bu televizyon kanalı aynı zamanda bir medya grubu kimliğinde olup bünyesinde Cem Radyo ve habercem.com, haber sitesi ve internet üzerinden televizyon yayıncılığı yapan www.cem.com.tr'den oluşmaktadır. Cem TV'nin temel özelliklerinden biri de anaakım medyada çalışmış deneyimli gazetecilerin bazı dönemlerde televizyonun yönetime getirilmiş olmasıdır. Fakat bu gazetecilerin de genellikle ya sol ideolojik politik bir görüşe sahip ya da Alevi olduğu gözlenmektedir. Kamuoyunun anaakım medyadan yakından tanıdığı gazeteci Enver Aysever bir dönem Cem TV'nin yayın yönetimine getirilmiştir. Yine anaakım medyada çalışmış kamuoyunca bilinen Zafer Arapkirli gibi gazeteciler de halen kanalda program yapmaktadır. Aysever, Cem TV'yi bir Alevi televizyonu değil, Alevi hassasiyeti olan bir kanal olarak tanımlamaktadır. Ayrıca Aysever, sadece Alevilerin değil sesini duyuramayan sol, sosyalist, halkçı ve emekçi kesimlerin bu televizyonlarda kendilerini bulduklarını savunmaktadır (Kozan, 2015).

Etkili Alevi televizyonlarından birisi de Yol TV'dir. 15 Kasım 2006 tarihinde Almanya Alevi Birlikleri Federasyonu (AABF) öncülüğünde Türkiye'den birçok

Alevi kurumunun desteğiyle 700 (yediyüz) ortakla bir milyon euroluk (avro) bir yatırımla kurulmuştur (Kozan, 2015). Bu televizyon kanalının arkasında güç olan AABF, Aleviliğin salt inanç kimlikli bir yapı olmadığı buna paralel bir kültür ve siyaset hareketi olduğunu öne sürerek yayınlarını bu zemin üzerine oturmaktadır. Yol TV'nin başta Türkiye olmak üzere Irak, İran ve Azerbaycan'dan izlerkitleye sahip olduğu belirtilmektedir. Kanal yöneticileri yayınlarının alternatif bir medya yönünde olduğunu ileri sürerken medya patronluğu gibi bir yaklaşım içinde bulunmadıklarını, anaakım ya da majör televizyon kanallarıyla da yarışma ve rekabet gibi amaç gütmediklerini belirtmektedirler. Bu bağlamda söz konusu televizyon kanalı yöneticileri zaman içinde teknik konulara hakim olarak, programcılık ve bunlara sponsor olabilecek çevrelerle ilişkileri geliştirdiklerini belirtmektedirler. Bu sponsorların da yine yayın yaptıkları hedef kitlenin unsurlarından oluştuğunu kaydetmektedirler (Kozan, 2015).

Kanal 12 ve daha sonra TV 10'nun kurucularından olan Şükrü Yıldız, Alevi televizyon kanallarının bir ihtiyaçtan kaynaklandığını belirtmektedir. *Hakkın ve Hakikatin Sesi* olarak yayın hayatına başlayan TV 10 yöneticileri ise Alevi televizyon ihtiyacını söz konusu topluluğun anaakım televizyon kanallarında yeterince yer bulması sonucu gereksiz hale geleceğini fakat günümüz koşullarında bunun daha gerçekleşmediğini bu nedenle bir ihtiyaca yanıt verdiklerini kaydetmektedirler:

“Alevilerin televizyonlarda yer alması bir ihtiyaç; Alevi TV'si bir ihtiyaç. Ulusal medyada Aleviler de her kesim gibi yer almaya başlayınca Alevilere özel bir televizyona gerek kalmayacaktır. Büyük kanallar (anaakım) bu işi yapsa ben niye böyle bir kanal kurayım ki? Kanal D, ATV ve TRT bunu yapmadığından biz var olduk. Bu kanallar Alevileri kapsadığı gün biz biteceğiz. Alevi toplumu televizyonlarda kendi sesini duydu. Bizim gibi Alevi örgütleri de sesini topluma doğrudan ulaştırdı. Bu televizyon kanalları ilk kurulduğunda toplumda heyecanın yanında paniğe de neden oldu. Toplum yaşadığı sorunların doğrudan ifade edilmesinden ürktü ama sonra bu televizyonlar güce dönüştü. Sivas, Maraş, Gazi anmaları ve 100 bin kişilik mitingler yapıldı ve bunlar bu

televizyonların desteğiyle gerçekleşti. Adını bilmediğimiz köylerden bizi arayanlar oluyor. Biz televizyonumuz için tanıtım toplantıları organize ettik. Alevi iş adamlarını reklâm vermeye teşvik ediyoruz. *Ancak varlıklı Alevi kesim kimliğini göstermekten hala çekiniyor.* Fakat bunda haksız da sayılmazlar; kimlikleri ifşa olunca devletten aldıkları ihale iptal edilebiliyor, markası zan altında kalabiliyor” (Kozan, 2015).

Alevi televizyonlarının gelir kaynaklarının sınırlı olduğu buna rağmen tematik yayın yapan diğer anaakım televizyon kanallarının yararlandığı bir takım kurum ve kuruluşlardan reklâm alabildiği de ifade edilmektedir. Bunlar arasında Vodafone, Palmolive ve Türk Hava Yolları (THY) gibi önemli ulusal ve uluslar arası şirketler bulunmaktadır.

Alevi tematik kanalı olmanın bazı kurumsal şirketlerin reklâm vermekte çekingen davranmalarına neden olduğu kaydedilirken zamanla Alevi kanalı olmanın bir dezavantaj oluşturma niteliğinin aşıldığı, Kanal 7 veya Haberturk gibi kanallara reklâm veren kesimlerin de Alevi televizyonlarıyla çalıştığı belirtilmektedir (Kozan, 2015).

## **2.1.Cem TV: CEM Vakfı'nın Televizyonu**

“Tarafsız, dürüst, şeffaf, güven veren, tüm kültürlerle açık, bağımsız, çoğulcu, toplum değerlerine saygılı, özel hayata özenli” mottosuyla yayın ilkelerini belirlediğini ifade eden Cem TV, 2005 yılında Cem Vakfı tarafından hukukçu ve aynı zamanda bir Alevi dedesi olan Prof. Dr. İzzettin Doğan öncülüğünde kurulmuş bir kanalıdır. Cem TV'nin Internet sitesindeki ‘biz kimiz’ başlıklı bölümde televizyona ilişkin şu tanıtım yazısı yer almaktadır:

“Cem TV 2005 yılından beri ekonomiden sanata, siyasetten medyaya, spordan kültüre kadar geniş bir yelpazede dürüst, seviyeli, ilkeli ve kaliteli yayınlarıyla Turksat 3-A, D-Smart 242 ve IP TV üzerinden gerek yurt dışından gerek yurt içinden yayın hayatını sürdürmektedir. Cem TV 7 gün 24 saat, farklı programlar kültürel yayınlarıyla içerik ve hizmet sunan, izleyici kitlesinin hayatlarına değer katan, iyi kalitede, meslek etik



ve ilkelerine uygun, yaratıcı, kalıp ve gelenekleri kıran, her zaman izleyicilerimize saygılı bir yayıncılık faaliyeti ilkeleriyle bugünleri kucaklamış ve yarınlar için ilham olan bir televizyon kanalıdır. Cem TV izleyici kitlesiyle diğer tüm televizyon kanallarından farklı olarak bütünleşmiş dikkat çekici bir televizyon mecrası olarak yayın hayatına devam etmektedir” ([www.cemtv.com.tr/indexa7dd.html/q=icerik&id=42](http://www.cemtv.com.tr/indexa7dd.html/q=icerik&id=42), Erişim Tarihi: 12.05.2017.

Cem TV programlar sorumlusu Hilal Solmaz yönetim kademesi dâhil olmak üzere televizyon personelinin yüksek bir oranda Alevi toplumu orijinli ve çalışanların Cem Vakfı çevresinden oluştuğunu bunun yanı sıra profesyonel gazetecilerin kurumda görev aldığını, ayrıca gönüllülerin de katkı sağladığını fakat bunların yok denecek kadar az olduğunu söylemektedir. Solmaz, televizyonun kurum binasının ise yine Alevi toplumundan ve Cem Vakfı çevresinden işadamları tarafından kullanılmak üzere bağışlandığını ve bu konuda herhangi bir ücret ödenmediğini belirtmektedir. Bu açıdan bakıldığında toplumun kendi iç bünyesinde bir dayanışma halinde olduğu gözlenmektedir:

“Televizyonumuzda çalışanlar elbette ki manevi olarak ait oldukları toplumun değerlerine hizmet ettiklerini düşünüyorlar. Fakat kendilerine belli bir ücret de ödenmektedir. Yönetim hiyerarşisi ise bizde sadece göstermelidir, bu anlayış anaakımdan farklıdır. Yöneticilik konusu bizim televizyonumuzda sadece işlerin biraz daha düzenli gitmesini sağlamak içindir. Fakat kapitalist çalışma şeklinin dayattığı iş bölümü ne yazık ki bizim televizyon kanalımızda da varlığını korumaktadır. Bu konuda karşı bir alternatif işleyiş üretilmediğini söylemek gerekir... Cem TV’de yayımlanan cem ibadetinin Alevilere yönelik önyargıyı kırdığını düşünüyorum. Cem TV diğer Alevi televizyon kanallarına göre daha kurumsal bir özelliği sahiptir. Bu toplumun, Alevilere yönelik yayın yapan TV 10’u ve Yol TV’yi veya diğer televizyonlarını da ayırım yapmadan izlediğini biliyorum. Bu konuda herhangi bir ayırım yaptıklarını sanmıyorum. Alevi toplumunun hepsini sahiplendiğine şahit olduk” (H. Solmaz, yüz yüze görüşme, 02.12.2015., Ek-3-CD,)

Solmaz, Alevilerin toplumsal olarak sosyal paydadan fazla bir pay almadığını bu yüzden medyalarının da zayıf olduğunu ileri sürerken, kendileri gibi ötekileştirilmiş olduğunu iddia ettiği Kürt yurttaşlarla mukayese edildiğinde, bu toplumunun kendi medyasını ayakta tutacak ve güçlü yayınlar yapacak bir maddi temelini oluşturmadığını kaydetmektedir. Resmi devlet ve özel haber ajanslarına bağımlı bir habercilik anlayışının Alevi televizyonlarının daha özgün habercilik yapma anlayışının önündeki en büyük engel olduğunu belirten Solmaz, bu durumun da gerek ekonomik zorlukların dayatması gerekse izlenen yayın çizgisiyle ilgili olduğunu ve biraz da kurum tarafından tercih edildiğini ifade etmektedir (H. Solmaz, yüz yüze görüşme, 02.12.2015, Ek-3-CD).

## 2.2.TV 10: Hakkın ve Hakikatin Sesi

“*Hakkın ve Hakikatin Sesi*” şiarıyla 2011 yılında yayın hayatına başlayan TV 10, adını Alevilikteki 10’ncu günün\* kutsallığından almaktadır. İstanbul Beylikdüzü’nde 75 metrekarelik bir dairede 4 kişilik bir ekip tarafından kurulmuştur. Alevilerin yaşam biçimini, kültür ve inancını, sazını, sözünü, deyişini, fıkralarını ve tarihi geçmişini izleyicilerine aktarmaktadır. Alevilik-Bektaşilikteki “*Yol bir sürekin bin bir*” düsturuyla yola çıkan televizyon kanalı, Zazaca ve Kurmanci dilini konuşan Kürt ile Türkmen ve Tahtacı Alevileri birbirine yakınlaştırmıştır (<http://www.evrensel.net/haber/29753/tv10-aleviler-arasında-kopru-gorevi-gordu>, Erişim Tarihi, 16.05.2017). TV 10’nun yöneticileri kendilerini Alevi televizyon kanalı olarak tanımlarken aynı zamanda anaakım medyanın dışında yayın ve habercilik yaptıklarını belirtmektedirler. Televizyonda haber müdürlüğü görevini üstlenen Turabi Kişin, yayın çizgilerine ilişkin şunları söylemektedir:

“Biz yayın politikamızı anaakım medya ile devlet ve iktidar odaklı merkezlerin dışında oluşturuyoruz. Yayın politikamızı ezilenler, emekçilerden ve ötekileştirilenden yana ama esas olarak Alevi toplumunun ihtiyaçlarına dönük olarak belirledik. Kendisine şimdiye kadar mikrofon tutulmamış, Cumhuriyet tarihi boyunca sorunları daha da

---

\*Muharrem orucundaki 10’uncu gün Kербela’da Hz. Hüseyin’in şehit edilmesine ilişkindir. O gün Aleviler ‘aşure’ yaparlar; aşure Arapça’da ‘on’ anlamına gelmektedir.

derinleşmiş, inançlarını özgürce ifade edemeyen, sorunlarını dile getirme mekanizmaları oluşturamamış Alevi toplumunun sesi olmaya çalışıyoruz. Yayın politikamızı ve habercilik anlayışımızı bunun üzerine kurduk. Biz şuna inanıyoruz; Alevi toplumu, tarih boyunca kendini merkezi otoritenin dışında görmüş, kendi kendisine yeten, inancıyla yaşamını birleştirmiş ve farklılıklarıyla çoğulcu bir yapı içinde geleneklerini sürdürmüş ve ayakta kalmıştır....Biz Alevi toplumunu devlet dışı bir topluluk olarak görüyoruz. Demokratikliğinin de nedenin bu olduğunu düşünüyoruz. Yayın çizgimiz özgür basın olarak ifade edersek bu anlamda alternatif bir duruş sergiliyoruz” (T. Kişin, yüz yüze görüşme, 03.10.2015, Ek-3-CD).

Türkiye’de 25 milyon civarında bir Alevi kitlesi (toplumu) bulunduğunu iddia eden Kişin, bu toplumun ne devlet ne siyaset ne de sermaye tarafından dikkate alınıp sorunlarına yönelik çözüm geliştirilmediğini ileri sürmektedir. Kişin, TV 10’nun böylesi bir ortamda kamusal alanda Alevileri görünür kılmak gibi göreve soyunduğunu belirterek, bir yandan güncel sorunları işlerken diğer yandan toplumunun geçmişle bağlantı kurmasına ve hafızasını diri tutmasına yardımcı olduklarını kaydetmektedir:

“Devlet; sağlık, eğitim, diyanet işleri politikası, iç demokratikleşme ve inançlara dönük bütçe ayrılması gibi alanlarda bu toplumu görmezden geliyor. Bu noktada yeni yeni bizim gibi televizyonlar sayesinde sorunlar daha da görünür ve ifade edilir oldu. Hitap ettiğimiz kitle yüzde 95 oranında Alevilerdir. Bu açıdan daha iyi bir yayıncılık arayışı peşindeyiz. Fakat çok sınırlı imkânlarla sahibiz. Sınırlı sayıda insanla çalışan ve üreten bir kanal kimliğimiz var. Teknik olarak anaakım medyanın çok çok gerisinde olduğumuzu biliyoruz. Zaman zaman programlarımızın kesildiğine şahit olabilirsiniz. Bu anlamıyla Alevi toplumunun ihtiyaçlarına tam olarak yanıt verdiğimizizi de düşünmüyoruz. Fakat tüm bunlara rağmen toplumumuz, Alevilerle ilgili bir gelişme olduğunda bu ekranlara kitleniyor, kanalını sahipleniyor ve benimsiyor. Aleviler bu kurumu bir televizyon kanalı olarak değil adeta cem yapılan bir ev olarak görüyor. Buraya gelirken elinde ‘*lokmayla*’ geliyor. Aleviler bu kanalı kendine ait hissediyor. Bu yüzden biz buradaki yayınlarımızda Alevilerin

hafızasında yer etmiş acılara neden olmuş kesimlerin temsiline izin vermiyoruz. Örneğin MHP gibi Aleviler tarafından pek desteklenmeyen kesimlerin ne temsilcileri ne de reklâmlarını bu ekranlarda göremezsiniz” (T. Kişin, Ek-3-CD)

### **2.3.Yol TV: Canların Kanalı**

“Kadınların, işçilerin, gençlerin, canların kanalı; kardeşliğin ve eşitliğin yanında, gerçeklerin takipçisi güzel günlerin habercisi, değişim isteyenlerin televizyonu” sloganıyla yayın çizgisini belirleyen Yol TV, 2006 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Televizyonun merkezi Almanya'nın Köln şehrinde ve Türksat uydusu üzerinden yayınlarını gerçekleştirmektedir. Kurucuları daha önce ifade edildiği gibi AABF'dir. Televizyonun, bir programda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a hakaret edildiği gerekçesiyle üç (3) aylık bir süre uyardan yayın izni iptal edilmiştir. Bu süre içinde Yol TV yayınlarını İnternet üzerinden [www.yoltv.com](http://www.yoltv.com), ve [youtube.com/yolmedya](http://youtube.com/yolmedya), adresleriyle facebook ve twitter adreslerinden hedef ve izlerkitlelerine ulaşmıştır. Yol TV, kendini alternatif medya olarak tanımladığı kuruluş bildirgesinde başta Alevi kültürü olmak üzere toplumun diğer kesimlerine de sesleneceklerini söylemektedirler:

“Yol TV, Alevi kültürü başta olmak üzere Anadolu kültürlerini oluşturan bütün katmanlara pozitif ayrımcılık anlayışıyla yaklaşacak ve çok kültürlü bir anlayışla bütün toplumu kucaklayan birleştirici bir ekran olacaktır. Söyleyecek sözü olana ekranımız açık olacak. Ekranımız her türlü fundamentalistlere, ırkçılara ve ayrımcılara kapalı olacaktır. Bu anlamıyla da Yol TV objektif gazetecilik ilkelerine bağlı, demokrasiden, laiklikten, Cumhuriyetten ve temel insan haklarından yana açıkça taraf olacaktır” ([www.aleviweb.com/forum/showthread.php?t-6620.html](http://www.aleviweb.com/forum/showthread.php?t-6620.html), Erişim Tarihi: 07.04.2017).

Yol TV'nin kuruluş bildirgesinde amacının çok kültürlü ve aydınlanmacı bir anlayışla bütün toplumu kucaklayan birleştirici, izleyicinin aktif olarak programlara katılacağı, alternatif bir televizyon ve yayın platformu olarak hedeflendiği belirtilmektedir. Diğer yandan kendisini bugüne kadar televizyon ekranlarında

yeterince ifade edemeyen bütün toplumsal kesimlerin Yol TV’de ‘kendilerini, kendi gözleriyle görme, kendi ağızlarıyla anlatma, kendi kulaklarıyla dinleme fırsatını’ yakalayacakları vurgulanmaktadır.

Televizyonun kuruluş bildirgesinde ırkçılığa, din, dil ve cinsiyet ayrımcılığına, şiddet içeren, insan onurunu yaralayıcı ve savaşı yücelten yaklaşımlara, çocuklara yönelik kötü uygulamalara, toplumun ahlaki değerlerini önemsemeyen pornografik ve gençlerin fiziksel, ruhsal gelişimlerine olumsuz etki yapan yayınlara baştan karşı olduklarını ve bu tutumdan kesinlikle vazgeçmeyeceklerini beyan etmektedirler. (www.aleviweb.com/forum/showthread.php?t-6620.html. Erişim Tarihi, 07.04.2017)

Yol TV’nin kuruluş bildirgesinde anaakım medyanın ürettiği haber şekline bağlı kalmamak için kendi haber ajansını üretmek gibi bir hedefi olduğu belirtilirken, geçen süre içinde bunu gerçekleştiremediği, anaakım resmi ve özel haber ajanslarının haberlerine bağımlı oldukları görülmüştür. Televizyonun gelirleri olarak reklâmlar, program sponsorluğu, SMS, logo melodi gelirleri, teleshopping, pencere program satışları ve Yol Clup üyeliği olarak sıralanmaktadır. Bu üyeliğin televizyonu sahiplenmek için geliştirildiği belirtilirken üye olanlara turizm, telekomünikasyon, tekstil ve otomobil sektörü başta olmak üzere farklı sektörlerde indirimli alış-veriş imkânları sunacaklarını ve üyeleri arasındaki etkinlikleri artıracaklarını kaydetmektedirler (www.aleviweb.com/forum/showthread.php?t-6620.html, Erişim Tarihi, 07.04.2017). Öte yandan Yol TV, günlük siyasi bir gazete olan ve sol, sosyalist geleneğe sahip çevrelerin yayınladığı BirGün’le de yakın ilişkileri bulunmasıyla bilinmektedir. Kendilerini muhalif ve alternatif bir yayın organı olarak tanımlayan BirGün Gazetesi ile Yol TV, dijital yayın platformunda işbirliğine giderek birgun.net adı altında youtube üzerinden web kanalından yayın gerçekleştirmektedir. Yol TV’nin bu yayıncılığında BirGün Gazetesi’nde çalışan gazeteciler de yer almaktadır. Bu yönüyle Yol TV günlük bir gazete ile paralel bir yayın anlayışıyla hem uydudan yayınlarını izlerkitleye ulaştırmakta hem de Internet yayıncılığıyla yeni ve çağdaş iletişim biçimlerini kullanmayı denemektedir. Bu tür yayıncılık anlayışı bir çeşit rizomatik özellik olarak kabul edilmektedir.

Yol TV'nin Alevi toplumunu önelediği fakat yayınlarında bu kesimle sınırlı kalmadığı yapılan araştırmalarda görölmüştür. Daha çok Alevi toplumunun örgütsel yapısıyla temas halinde olan Yol TV, Avrupa'daki siyasi, ekonomik ve kültürel çevrelerle de diyalog halinde olup, Türkiye'nin AB sürecindeki demokratikleşme çabalarını da destek verdiği gözlenmektedir. Topluluk televizyonu iddiasıyla yayın hayatına başlayan Yol TV ve bir anaakım televizyon kanalı olan ATV'nin haber içeriklerinin analizleri ve haber çerçeveleri 4.Bölümde ortaya konulmuştur.



## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ, TEKNİĞİ, EVRENİ VE KATILIMCILARI

#### 1.ARAŞTIRMANIN AŞAMALARI

##### 1.1.Araştırmanın Amacı

Bu bölümde yürütülen araştırmanın amacı Türkiye’de anaakım televizyon yayıncılığının dominantlığının topluluk-alternatif medya aracılığıyla kırılabileceği olasılığını göstermektir. Bu bağlamda alternatif ve topluluk medyasının sahip oldukları kültürel sermaye bakımından bağımsız gündemlerinin bulunduğu, bu çerçeveden yayıncılık yaparak haber, tartışma, müzik ve diğer program çeşitleriyle, özellikle kendi toplumlarının, hedef kitlelerinin ihtiyaçlarını giderebileceğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Daha genel manada etnik, dini, siyasal grup ya da parti yanlısı yayın yapan televizyon kanallarının anaakım medya tarafından görmezden gelinen ve toplumda var olan aksaklıkların, taleplerin ve beklentilerin siyasal iktidara duyurulmasında önemli mecralardan biri olduğu, olabileceği argümanı ve tezinden hareket edilmiştir.

##### 1.2.Araştırma Sorusu

Alternatif yayıncılık anlayışına sahip olan topluluk televizyonları, anaakım televizyonun habercilik tarzından bağımsız, aynı zamanda eşitlikçi bir kurumsal örgütlenme biçimi yaratarak, hitap ettikleri alt sınıfların, toplulukların ve kültürlerin gerçek, özgür ve doğal olarak onlardan yana haber alma ve yayma ortamı yaratabilir mi?

##### 1.3.Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada Yol TV ve anaakım medyadan ATV’nin anahaber bültenlerinin içerik analizi yapılmıştır. İçerik analizinde haber çerçeveleme yani öne çıkarma yöntemi kategorileştirilmiştir. Adı geçen televizyonların anahaber bültenlerindeki ilk yedi (7) haberin çerçeveleme özellikleri ortaya konularak hipotezler sınanmıştır.

#### **1.4.Araştırmanın Hipotezleri**

1).Topluluk televizyonları kendi izlerkitlelerinin sorunlarını öne çıkaran bir yayın gerçekleştirirler.

2).Topluluk televizyonları yayınlarında söz hakkı verilmeyen toplumsal muhalif kesimlere ve onların temsilcilerine öncelik verirler.

3).Topluluk televizyonları haber üretim sürecinde kendi öz kaynaklarını kullanarak, egemen akımın tersine bir habercilik anlayışı ortaya koyarlar.

4).Topluluk televizyonları zorunlu kalmadıkça haber kaynağı olarak resmi ve devlet otoritesini temsil edenleri veri kaynağı olarak kullanmazlar.

5).Topluluk televizyonları editöryası ve yayın politikası haber çerçevelemede kendi ideolojik, politik, sosyal ve ekonomik sorunlarını öne çıkaran görsel materyal ve buna uygun bir dil kullanmayı tercih ederler.

6).Topluluk televizyonlarının kuruluş ve yayın amacı egemen siyasal sistem içinde ötekileştirilenlerin sesi olarak bir direnç odağı meydana getirmektir. Bu televizyonlar yayınlarıyla karşı hegemonik bir mücadele içindedir.

7).Topluluk televizyonları haber üretim sürecinde kendi öz kaynaklarını kullanmadıkları sürece anaakım medyanın habercilik anlayışının etkisinden kurtulamazlar.

8).Topluluk televizyonlarının kendilerine özgü gündemleri bulunmakla birlikte uluslar arası gelişmeler ve ülkenin genel gündeminden de etkilenmektedirler. Bu durum haber önceliklerine ve haber kaynaklarına da yansımaktadır.

9).Topluluk televizyonlarının habercilik anlayışı anaakımda olduğu gibi olaysaldır (epizodik) ve düşünsel boyutu katan (tematik) formdaki haberler sınırlıdır.

#### **1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları, Evreni ve Katılımcılar**

Araştırma, alternatif topluluk televizyonu varsayımı ile çalışmaya dâhil edilen Yol TV ile anaakım medyadan ATV'nin, **01.12.2016-21.12.2016** tarihleri arasındaki yayınlanan ve birbirini takip eden 15 günlük anahaber bülteniyle sınırlandırılmıştır.



Her iki televizyon kanalının anahaber bültenlerinde sıralamada ilk yedi (7) içinde yer alan haberlerdeki iletileri değerlendirmeye alınmış diğer haberler inceleme dışı bırakılmıştır. Araştırmanın evrenini ise uydudan yayın yapan ve erişilebilen ulusal televizyon kanalları oluşturmaktadır.

## **2.ARAŞTIRMADA KULLANILAN TEKNİK**

### **2.1.Haber Çerçeveleme**

Araştırmada içerik analizi temel alınarak haber bültenlerinin alternatif özellikler taşıyacak yönlerini ortaya koyabilmek adına, iletişim araştırmalarında son yıllarda oldukça yaygın bir yöntem olarak kullanılan ‘haber çerçeveleme’ benimsenmiştir. Bu yöntemin benimsenmesinin nedeni araştırmanın gerek kuramsal dayanaklarına gerekse çerçeveleme yönteminin özellikle haber bültenlerinin üzerine kurulduğu varsayılan kültürel, sosyal, politik, ideolojik, sınıfsal yaklaşımlara uygun bir analiz yapma imkânı sunuyor olmasıdır. Bu bağlamda söz konusu başlık altında çerçeveleme ve haber çerçeveleme kavramlarına açıklama getirmek gerekmektedir.

Çerçeveleme bir konunun farklı yönlerinin dikkati çekmesi için yapılan vurgudur (Erdoğan, 2014: s.38). Çerçeveleme süreç ve önemi öne çıkarmaktır. Erving Goffman, çerçevelemeyi kişilerin olayları ve bilgeleri belirlemek, teşhis etmek ve isimlendirmek veya ad vermeye olanak sağlayan araçlar olarak tanımlamaktadır. Var olan koşullarda temel çerçeveler, günlük hayatta, çeşitli düzeylerde kendini ortaya koymaktadır. Bu çerçevelerin bazıları açık-net bir şekilde kuralları ve önermeleriyle bir sistem olarak görülebilmektedir. Bununla birlikte, yapılandırma düzeyi her ne düzeyde olursa olsun her çerçeve kullanıcılarına, çerçevenin sınırları içinde tanımlanan görünüşte (gerçekte olmayan) sınırsız sayıdaki somut olayların belirlenmesi, kavranması ve adlandırılması için imkân vermektedir (Goffman, 1987: s.21).

Çerçeveleme, algılanan bir gerçekliğin bazı yönlerini seçip onları bir iletişim metninde daha önemli hale getirerek, belli bir problem (sorun) tanımını neden sonuç yorumunu, ahlâki değerlendirmeyi veya çözüm önerisini destekleyecek şekilde kullanmaktır. *Önem ve seçim, sadece gündeme getirilenlerin değil, dışarıda bırakılanın, ikinci plana itilenin, küçük görülenlerin de çerçevelemeye dâhil*

*olduğuna dikkat çeker* (Özarslan ve Güran, 2015: s.38). ereveseler, bireysel düzeyde tutum değişikliğine neden olurken toplumsal ve siyasal düzeylerde şekillenmelere de yol açabilmektedir (Erdoğan, 2014).

Kavramın potansiyeli iletişimsel süreçler üzerinde odaklanmasından kaynaklanmaktadır. Durağan olmayan iletişim ortamlarında ereve kurma ve ereve belirleme dinamik bir süreci ifade etmektedir. Entman (1993), özellikle haberlerdeki ereveseleri iletici, metin, alıcı ve kültürü de kapsayan çeşitli konulara sahip olduğunu belirtmektedir (Aktaran: Erdoğan, 2014: s.38).

ereve kurma, haber ereveselerinin yapısal niteliklerini etkileyen etmenlere gönderme yapmaktadır. Medya alışanlarının ve haberle ilgili sorumlu olan kişilerin, konuları nasıl çerçevelediği ‘gazetecilik mesleğine’ ait faktörler tarafından belirlenmektedir. Mesleğin dışındaki faktörlerin aynı derecede önemli olduğuna vurgu yapılırken gazetecilerin, seçkinler ve sosyal hareketler arasında sürekli etkileşim içerinde yer aldığı ifade edilmektedir. ereve kurma sürecinin sonuçları metnin içerisinde görünen Çerçeveseler olarak konumlandırılmaktadır. ereve belirleme de ise medya ereveseleriyle bireylerin daha önceki bilgileri ve eğilimleri arasındaki etkileşime gönderme yapmaktadır. Bu bağlamıyla haberlerdeki Çerçeveseler, konuların ve olayların öğrenilmesi, yorumlanması ve değerlendirilmesini etkileyebilmektedir (Erdoğan, 2014: s.38).

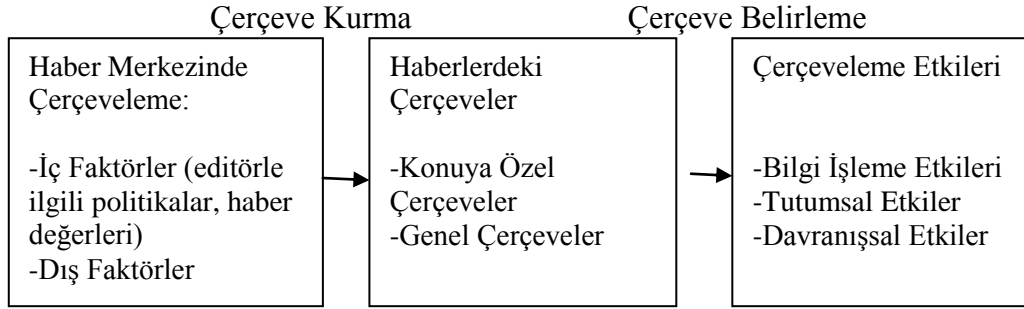
Haber erevelemede metin yazımında ve oluşturulmasında medya kuruluşlarının taraflı işleyişi, gazetecilik kurumunun kendisi, açığa vurulmayan kuralları ve normları bilgi vermede etkili olmaktadır (Entman, 2007: s.166). Entman, haber değer kavramının gazetecilerin, kurum ve hükümetin (siyaset kurumunun) ve pazarla olan ilişkiyle yakından ilgili olduğunu, gazetecilerin kişisel ideolojisiyle buluşan bunun gibi değerik ve öngörülemez gelişmeler, haber ereveselerini büyük lde etkilediğini belirtmektedir. Haber erevelemenin nasıl oluştuğunu ve hangi yargıyla harekete geçildiğini, taraflı olup olmadığını anlamak için görsel, sözsel ve işitsel metinlerdeki tüm bileşenleri olabildiğince seçmek gerekmektedir. Böylece metinlerin altında yatan medya efektine (etkisine) ulaşılabilmek mümkün olabilmektedir (Entman, 2007). Todd Gitlin, CBS televizyonunun 1960’lardaki ğrenci hareketlerini nasıl basitleştirdiğini inceleyerek KİA araştırmalarına

çerçeveleme kavramını kazandırmıştır. Haberleri hazırlayanların toplumsal bir hareketi yayınlarken birçok alternatif çerçeveleme stratejileri bulunabilmektedir. Haberdeki anlatı toplumsal soruna ilişkin kapsamı ortaya koyabilir; var olan sorunun üstesinden gelebilmek adına, ortaya konulan yaklaşımları eleştirebilir veya siyasa, hükümetin sorunun üstesinden gelebilmek için ortaya koyduğu pratikleri ve uygulamaları üzerine yoğunlaşabilmektedir. Gitlin, televizyonda yer alan haber çerçevelerinin incelenmesi için iki noktaya vurgu yapmıştır; bunlar haber üretim süreci ve haber sunuluş formatıdır (Aktaran: Atabek ve Uztuğ, 1998: s.100).

Televizyon haberleri sunuluş formatına göre epizodik (olaysal) ve tematik (olgusal) olarak sınıflandırılmaktadır. Epizodik haber çerçevesi; tek tek olayları anlatan belirli bir durum incelemesi veya belirli bir olaya yönelik haberin verilmesi biçiminde gerçekleşmektedir. Kamusal olayları somut durumlar olarak anlatan bu tür haber çerçevelemeyi genelde evsiz insanların yaşadıkları kötü ve olumsuz koşullar, cinayet girişimleri ve bir yerlerin bombalanmasının işlenişinde görmek mümkündür. Tematik haber çerçevesinde ise olaylara düşünsel boyut da katılarak soyut bağlama yerleştirilmektedir. Bu haberlerde hükümetin (iktidarın) sosyal yardım konusundaki değişiklikleri, militanik (terörist) faaliyetlere giren çeşitli grupların toplumsal ve siyasi eleştirilerini konu edinebilmektedir (Scheufele, 1999: s.112; Atabek ve Uztuğ, 1998).

Gerek epizodik gerekse tematik olsun söz konusu haber medyası çerçeveleme pratiğini 'öne çıkarma' şeklinde ortaya koymaktadır. *Öne çıkarma ile habere konu olan olayların bazı yanlarını görmezden gelirken bazı yanlarını öne çıkararak, hangi siyasi yargıların ve tercihlerin yapılacağını belirlemektedirler.* Öne çıkarma etkisi aracılığıyla televizyon haberleri diğerleri pahasına sosyal yaşamın bazı yanlarına dikkat çekerek insanları önce sosyal yargılara ulaştırır ve daha sonra da siyasi tercihlerde bulunmalarını sağlar (Atabek ve Uztuğ, 1998; Özarslan ve Güran, 2015). Haber çerçevesi, haberi anlamlı hala getirmek için oluşturulan, haberde nelerin içerileceğini nelerin dışarıda bırakılacağını belirleyen bağlamdır (Atabek ve Uztuğ, 1998: s.104). Gitlin (1980), çerçeveleri, söylemin rutin olarak bir düzenleme aracı olarak kullanıldığı seçme, vurgu yapma ve dışta bırakma süreçlerinin kavrama, yorum ve sunum şekilleri olarak tanımlamaktadır (deVreese, 2005: s.52-53).

Bütünleşik bir süreç olarak haberlerin çerçevesi, de Vreese tarafından şu şekilde modellenmiştir:



Şekil-5: Bütünleşik Bir Süreç Modeli Olarak Çerçeveleme (de Vreese, 2005: s.52).

Capella ve Jamieson(1997) ve Entman(1993)'e göre çerçeveler bir konunun kimi unsurlarını diğerlerinden daha fazla vurgulamak bağlamında olayı ya da konuyu anlamak için bir yol sağlamaktır. Çerçeveler bilgiyi etkinleştirir, kültürel ahlâki ve değerleri teşvik eden bağlamlar yaratır. *Çerçeveler; problemleri tanımlar, nedenleri tespit eder, ahlâki yargıda bulunup çözüm önerisi sunarlar* (de Vreese, 2005). Bazı medya araştırmacılarına göre haberlerde bir çerçevenin var olduğunu göstermek için dört(4) kritere gereksinim duyulmaktadır. Capella ve Jamieson (1997), bunları şu şekilde sıralamaktadır:

- 1).Haber çerçevesinin tanımlanabilir kavramsal ve dilbilimsel özellikleri olması gerekir.
- 2).Bir haber çerçevesi diğer çerçevelerden güvenilir bir şekilde ayırt edilmelidir.
- 3).Haber çerçevelerinin temsili geçerliliği olmalıdır: Örneğin, diğerleri tarafından fark edilmelidir. Ayrıca haber çerçevesi bir araştırmacının hayal ürünlerinden ibaret olmamalıdır.
- 4).Çerçeve, gazetecilik uygulamasında (haber medyasında) yaygın bir şekilde gözlenmiş olmalıdır (de Vreese, 2005).

Entman (1993), bir haber hikâyesinde var olan çerçeveyi oluşturan unsurları; *belirli anahtar kelimelerin varlığı ve yokluğu, basmakalıp sözler, stereotip imgeler ve olgular ya da yargılar, bunları tematik olarak destekleyen bilgi kaynakları ve*

*cümlelerin varlığıyla* ortaya çıkartılabileceğini ve tanımlanabileceğini söylemektedir (de Vreese, 2005).

Gamson ve Modigliani (1989) ise çerçeveleri bir konuya anlam veren, '*yorumlayıcı paketler*' olarak değerlendirmektedir. Bu paket söz konusu olaylara ilişkin anlam verme ve esas konuyu öne sürmek adına merkezde yer alan düzenleyici düşünce ya da çerçeve şeklindedir. Ayrıca bu bilgiyi yoğunlaştıran ve bir konunun medya paketini (media package) sunan çerçeveleme araçları olarak tanımlanmaktadır. Onlara göre çerçeveleme araçları olarak (framing devices); *metaforlar, modeller ya da örnekler, çeşitli sloganlar, betimlemeler (tasvirler), görsel imajlar* kullanılmaktadır (de Vreese, 2005). Tankard (2001), haber çerçevesinin daha çok yazılı basında yer aldığını belirtse de tüm medyanın benzer araçları kullandığını kaydetmektedir. Bunların ışığında medyadaki haber çerçevelemeyi tanımlamak ve ölçmek için onbir (11) çerçeve mekanizma geliştirilmiştir:

- 1)Başlıklar
- 2)Alt Başlıklar
- 3)Fotoğraflar
- 4)Fotoğraf Altları
- 5)Manşetler
- 6)Haber Kaynağı Seçimi
- 7)Alıntı Seçimi
- 8)Tanıtımlar
- 9)Logolar
- 10)İstatistikî Bilgiler ve Şemalar
- 11)Son Cümleler ve Paragraflar (de Vreese, 2005).

Öte yandan Shoemaker ve Reese (1996) ve Tuchman (1978), gazetecilerin çerçeve kurarken beş (5) faktörün etkisinde kaldığını belirtmektedirler:

- 1)Toplumsal normlar ve değerler
- 2)Kurumun yönetsel baskısı ve kısıtlamaları
- 3)Çıkar gruplarının baskısı
- 4)Mesleki rutin pratikler

5)Medya çalışanlarının (haberden sorumlu olan-editör, muhabir vs) ideolojik ve politik oryantasyonları.

Bunlar, haber çerçevelemede bağımlı değişkenler olarak ifade edilmektedir (Scheufele, 1999: s.109). Bu tanımlamalara ek olarak Shanto İyengar ise (1991), televizyon haberlerine yönelik yaptığı incelemede beş (5) temel çerçeveleme tanımı yapmıştır:

- 1)Suç
- 2)Terörizm
- 3)Yoksulluk
- 4)İşsizlik
- 5)İrksal Eşitsizlikler (Scheufele, 1999).

### **3.YOL TV VE ATV'DE HABER ÇERÇEVELEME**

Örnekleme ilişkin sınıflandırmalar: Araştırmada Yol TV ve ATV anahaber bültenlerindeki ilk yedi (7) içinde yer alan ve 15 günlük sürede toplam 210 haberin incelenmesinden elde edilen veriler değerlendirilmiştir. Bu haberlerdeki 'genel çerçeveler' tespit edilerek haberlerin kayıtları tek tek deşifre edilmiş yazıya dökülmüş ve daha önceden hazırlanan kodlama formuna aktarılmıştır. Kodlama formunda yer alan kategoriler şu şekildedir:

**3.1.Kanalın Adı:** 15 günlük süreyle haber bültenleri incelemeye alınan iki (2) kanaldan Yol TV ve ATV televizyonlarından birini ifade etmektedir.

**3.2.Haber Bülteni Süresi ve Haberin Genel Konusu:** Bu süre ilk yedi (7) haber için belirlenmiştir. Bu yüzden ilk yedi (7) haberin süresi kayda geçirilmiştir ve söz konusu süreler 10 ile 30 dakika aralığı olarak belirlenmiştir.

**3.3.İncelenen Bültenin Süresi:** Bu kategoride ilk yedi (7) haberin bülten içinde aldığı süre toplam haber bülteni süresine bölünmüş ve ortalaması alınmıştır. Böylece ilk yedi (7) haberin haber bülteni içindeki kapladığı süre tespit edilmiştir. Bu bağlamda örneğin 40 dakikalık bir haber bülteninde ilk yedi (7) haberin süresi 20

dakikayı ve daha fazla bir süreyi kaplıyor ise haberlerin önem derecesinin değerlendirilmesi ve ağırlığı ortaya konulmuştur.

**3.4.Toplam Haber Bülteni Süresi:** Bu kategoride incelenen ilk yedi (7) haberle birlikte çalışmaya dâhil edilmeyen diğer haberlerin toplam süresi ortaya konulmuştur. Bu bağlamda bir haber bülteni süresinin ortalaması ve incelenen dönemler içinde kaç saatlik haber bülteni yayını gerçekleştirildiği bir veri olarak kullanılmıştır.

**3.5.Haberin Genel Çerçevesi:** Bu kısımda haberde çatışma bilgisi, suç, terörizm, yoksulluk, işsizlik, ekonomik sorumluluk, ırksal eşitsizlikler, insani ilgi, haklılık/haksızlık, meşruiyet, mücadele/pazarlık, ahlaki nedenler gibi temel kuramsal çerçeveler esas alınmıştır. Bu genel çerçeveler kendi alt kategorilerine ayrılarak tablolandırılmıştır. Çerçevelerin bazıları haberlerin aktarılış tarzına göre ikili kodlamaya tabi tutulmuştur; örneğin terörle ilgili bir çerçevede, terör kurbanlarının hayatlarını kaybettikleri yere karanfil bırakılıyorsa bu durum ‘terör-insani ilgi’ olarak kodlanmıştır. Ya da Halep’te olduğu gibi bir yandan savaş diğer yandan suç ortamı oluşmuşsa, ‘savaş-suç’ gibi genel çerçevelemeye ek alt çerçeveler uygulanmıştır.

**3.6.Haber ve Görüntü Kaynağı:** Televizyon haberlerinin en önemli özelliği görüntülü olmasıdır. Bu nedenle haber kaynağının seçimi haberdeki anlatımda temel etkidir. Bu bağlamda haber kaynağı görüntüsü elde edilirken televizyonun kendi muhabiri ve kendi haberi olmasının önemi büyüktür. Haber kaynağı görüntüsünün nasıl elde edildiğine bakılarak haber kaynakları sınıflandırılması yapılmıştır.

**3.7.Haberin Genel Konusu ve Çeşidi:** Anahaber bültenlerinde ilk sıralarda yer alan haberler ciddi haber olarak değerlendirilmektedir. Bu bakımdan bu haberler; sansasyonel, gelişen, sıcak (son dakika), öyküleme ve devam eden şeklinde bir sınıflandırma yapılarak hangisine ağırlık verildiği tespit edilmiştir. Ayrıca bu haberler dış politika, iç politika, ekonomi, asayiş-güvenlik, polis-adliye ve toplumsal olaylar şeklinde kategorilere ayrılarak kodlanmıştır.

**3.8.Haberin Özel Konusu:** Bu kısımdaki kodlamalar tek bir haberin özel konusunu belirlemeye yöneliktir. Örneğin, genel konu içinde dış politikada yer alan bir haberin hangi başlık ve çerçevede verildiği tespit edilmiştir.

**3.9.Haberde Adı Geçenler:** Haberde adı geçenlerin resmi yetkililerden vatandaşa kadar olan bir skalada değerlendirilmesi yapılmıştır. Haber bültenlerinde hangi aktörün daha çok yer aldığı oranı çıkarılarak bir değerlendirme yapılmıştır.

**3.10.Haberde Adı Geçenlerle İlgili İfadeler:** Haberde adı geçenler gerek haber sunuşunda gerekse haber metnindeki anlatım şekliyle ‘olumlu’, ‘olumsuz’ ve ‘nötr’ olarak tanımlanmıştır. Böylece haberlerdeki anlatıda izlerkitleye aktarılan yargıya ulaşılmaya çalışılmıştır.

**3.11.Haber Sunuş Çerçevesi:** Haber sunuş çerçevesi iki kısımda değerlendirmeye alınmıştır. Bunlar epizodik (olaysal) ve tematik (soyut-olgusal) olarak sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma haberlerin daha çok nasıl sunulduğu noktasına odaklanarak düşünsel boyut katılıp katılmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

**3.12.Haber Başlığı Çerçevesi:** Haber başlığı çerçevesi *betimleyici/açıklayıcı, yorumlayıcı, alıntı+referans* olarak sınıflandırılarak, tercih edilen başlık türleri ortaya konulmuştur. Bu sınıflandırmada haber başlıklarının yönlendiriciliği tespit edilmeye çalışılmış, izlerkitleyi etkilemeye yönelik yorumlar yapıp yapılmadığı ortaya konulmuştur.

**3.13.Basmakalıp sözler, stereotipler, imgeler ve tematik bilgi kaynakları:** Haber kurgusunda ve haber çerçevelemede yaygın olarak kullanılan basmakalıp sözler, stereotipler, imgelerin ve tematik bilgi kaynaklarının varlığı tespit edilerek görsel ve sözsöz verileri değerlendirilmiştir.

**3.14.Haber Öğelerine Göre Haberin En Önemli Unsuru:** Temel haber unsurları olarak bilinen 5 NK kuralındaki kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl ve neden sorularının haberlerde hangisinin daha öne çıktığı hangisinin haberin etken unsuru olduğu tespit edilerek ağırlıklı olarak neyin temsil edildiği bulgulanmıştır.



#### 4.YOL TV ANA HABER BÜLTENİ ANALİZİ

**Tablo-4.1. Televizyon Kanalının Adı.**

Televizyon Kanalı	Yol TV
-------------------	--------

**Tablo-4.2. Yol TV Ana Haberde Bir Bülten ve Toplam Haber Bültenleri Süresi.**

01.12.2016-21.12.2016 Tarihleri Arası	Haber Bülteni Süresi: Ortalama	Toplam Haber Bültenleri Süresi	Yayın Saati:
Saat ve Dakika	41 dakika 39 sn	10 saat 2 dakika	19.00

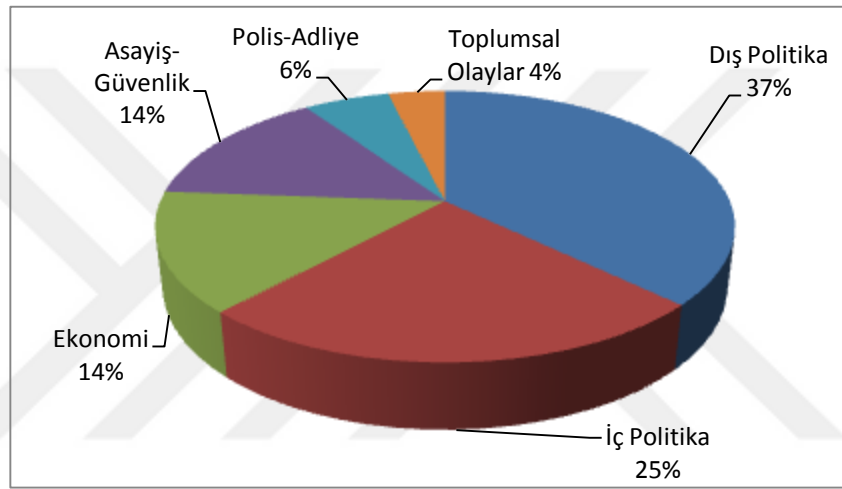
**Tablo-4.3. Yol TV’de İncelenen Haber Bültenlerinin Kategorilere Göre Süresi.**

Haberlerin Genel Kategorisi	Haber Sayısı (f)	Haber Süresi (dk, sn)	İzlenen haberlerin toplam süresi (dk, sn)	İzlenen haber süresi ortalaması (dk, sn)
Dış Politika	39	33.59	131.22	15 dk
İç Politika	26	41.37		
Ekonomi	15	11.46		
Asayiş-Güvenlik	15	13.24		
Polis-Adliye	6	15.54		
Toplumsal Olaylar (yangın, deprem, trafik kazası, sel, intihar, cinayet, sokak gösterileri vb)	4	16.02		
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>131.22</b>	<b>131.22</b>	<b>15 dk</b>

**Tablo-4.2** ve **Tablo-4.3**'teki analizlerde Yol TV ana haber bülteninde ortalama bir haber bülteni süresinin 41 dakika 39 saniye olduğu tespit edilmiştir. Bu durum olağanüstü gelişmeler yaşanmadığı sürece ülkede diğer televizyonların gerçekleştirdiği haber yayın süresiyle benzerlik göstermektedir. Yol TV’de 15 günlük dönem içindeki toplam haber bülteni süresi ise 10 saat 2 dakika olarak belirlenmiştir. Tablo-4.2’de gösterildiği gibi 15 günlük süre içinde izlenen ilk yedi (7) haberin toplam süresi ise 2 saat 11 dakika 22 saniyedir. Bu sürenin ortalaması ise 15 dakikadır. İzlenen haber bültenindeki ilk 7 haberin bültenin tamamına oranı %36 olarak kayda geçirilmiştir.

**Tablo-4.4.Yol TV Ana Haberde, Haberlerin Bültenlere Göre Genel Dağılımı Yüzdesi.**

Haberlerin Genel Kategorisi	Haber Sayısı (f)	%	Yüzelik Dilime Göre Haber Oranı
Dış Politika	39	37.14	2,82
İç Politika	26	24.76	4.24
Ekonomi	15	14.28	7.35
Asayiş-Güvenlik	15	14.28	7.38
Polis-Adliye	6	5.71	18.38
Toplumsal Olaylar	4	3.80	27.63
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>99.97</b>	<b>67,80</b>



**Grafik-4.4.1.Yol TV Ana Haber Bültenindeki Haber Kategorisi Dağılımı.**

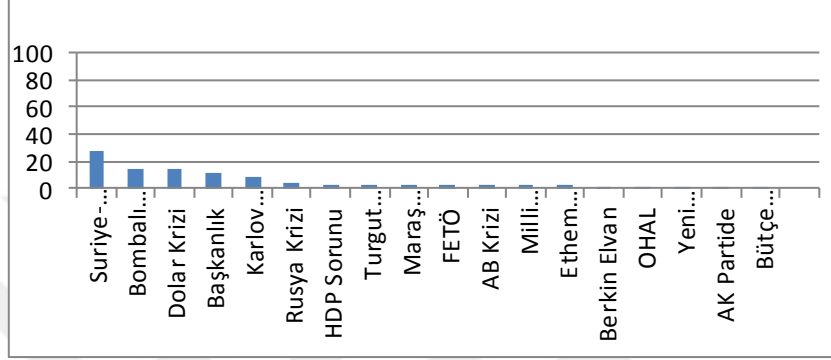
Yol TV'nin haber bülteninde %37'lik bir oranla dış haberlerin ilk sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Bunun temel nedeni ise aynı zamanda bir iç politika sorununa dönüşen Suriye'deki savaştır. Dış haberlerin neredeyse tamamını Suriye haberleri oluştururken yine bu konuya bağlı olarak Rusya ile gerçekleştirilen temaslar ve ikili görüşmeler dış haber kategorisinde ağırlıklı olarak yer almıştır. Dış haberlerde Avrupa Birliği (AB), Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve diğer ülkelerle yaşanan gelişmeler sınırlı derecede ele alınmıştır. Ayrıca dış haberlerde özellikle DEAŞ ve Suriye'deki silahlı gruplar hakkındaki gelişmelere de yer verilmiştir. İç politika ise %25'lik bir oranla ikinci sırada yer almaktadır. Söz konusu haberlerde özellikle 'başkanlık' tartışması ve 'yeni anayasa' müzakereleri, TBMM'de temsil edilen partilerin genel başkanları, iktidar ve muhalefet partileri milletvekillerinin çalışmaları ve açıklamalarıyla, diğer gelişmeler iç politika haberlerin temel konularını

oluşturmaktadır. Zaman zaman meclis dışı siyasi partiler ve hareketler de haber bülteninde yer bulmuştur. Fakat bu oran oldukça düşüktür. Ekonomi haberleri %14'lük bir yer kapladığı haber bülteninde, özellikle dolar krizinin üzerinde yoğunlaşmıştır. Dolar krizine yönelik gerek iktidar gerekse muhalefet çevrelerinin görüşleri ortaya konulduğu haberlerde özellikle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın açıklamaları öne çıkarılarak haber çerçeveleri bu yönde kurulmuştur. Başbakan Binali Yıldırım ve diğer hükümet yetkilerinin açıklamalarının dolar konusunda olumsuz bir etki yarattığı çerçevesiyle bir sunum gerçekleştirilmiştir. Ekonomi haberleri kategorisinde bir diğer dikkat çeken konu ise Türkiye iş çevrelerinin çatı kuruluşu olan TÜSİAD'ın ekonomi alanındaki gelişmeler konusundaki görüş beyan etmesi ve hükümeti uyarmasıdır. Ekonomideki krizin aşılması için hükümet çevrelerinin aldığı tedbirler ve teşvikler de tarafsız bir şekilde izlerkitleye aktarılmıştır. İncelemeye alınan yedi (7) ve toplam 105 haber içinde ekonomi haberlerinde gerek çalışanların ve işçi sınıfının gerekse onların örgütleri sendikaların yer almadığı tespit edilmiştir. İşçi sorunları söz konusu ekonomi haberleri içinde kendine yer bulamamıştır. Fakat bu, izlenen dönem ve haberlerin sınırlandırılmasıyla yakından ilgili bir durum olarak değerlendirilebilir. Örneğin haber izleme dönemi farklı bir tarih ve dönemi kapsamış olsa daha farklı bir sonuca ulaşmak mümkün değerlendirmesi yapılabilir. Asayiş-güvenlik kategorisindeki haberler ise yine %14'lük bir oranla bültenlerde temsil edilmiştir. Bu kategoride yer alan haberlerde özellikle ülkedeki bombalama, şiddet eylemleri ve FETÖ operasyonları dikkati çekmektedir.

#### 4.5.Yol TV Ana Haber Bülteninde Haberlerin Özel Konuları.

Haberlerin Özel Konusu	Haber Sayısı (f)	Yüzdelik Oran (%)
Suriye-Halep	28	26.66
Bombalı Saldırı	15	14.28
Dolar Krizi	15	14.28
Başkanlık Tartışmaları	12	11.42
Karlov Suikastı	9	8.57
Rusya Krizi	4	3.80
HDP Sorunu	3	2.85
Turgut Öker	3	2.85
Maraş Katliamı	3	2.85
FETÖ	3	2.85

AB Krizi	2	1.90
Milli Seferberlik	2	1.90
Ethem Sarısülük	1	0.95
Berkin Elvan	1	0.95
OHAL	1	0.95
Yeni Anayasa	1	0.95
AK Parti'de pürüz	1	0.95
Bütçe Görüşmeleri	1	0.95
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>99.91</b>

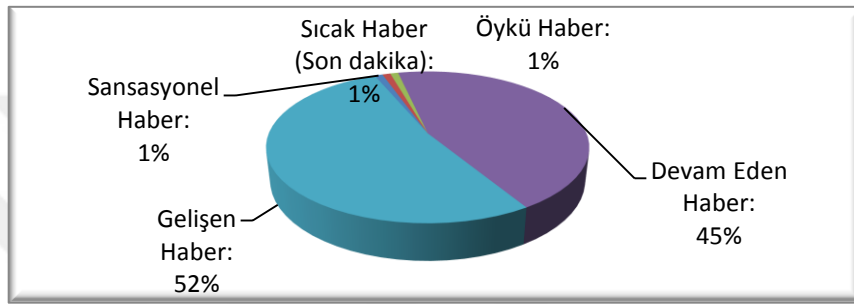


#### 4.5.1.Yol TV'deki Haberlerin Özel Konuları.

Yol TV'de haberlerinin özel konuları arasında ilk sırada dış politikadaki gelişmelerinin yer aldığı görülmüştür. Suriye'deki iç savaş analizinin yapıldığı dönemde, yoğun çarpışmaların geçtiği Halep'e ilişkin gelişmeler % 26'yla ilk sırada yer almıştır. Bunu İstanbul Beşiktaş ve Kayseri'de gerçekleştirilen bombalı saldırı eylemleri ve bunu bağlı gelişen diğer konular %14'le ikinci sırada, ekonomideki gelişmeler özellikle de dolarda yaşanan kriz yine %14'lük bir oranla aynı derecede bültende yer almıştır. Bunu başkanlık tartışmaları %11, Karlov suikastı % 8'le takip etmiştir. Televizyon kanalının anahaber bültenlerindeki ilk 7 sırada sunulanlarda, iktidar dışı kalmış kesimlerin daha az bir oranda temsil edildiği, haberlerin özel konuları kategorisinde de görülmüştür. Gezi olayları döneminde hayatlarını kaybeden Ethem Sarısülük ve Berkin Elvan davalarındaki gelişmeler ile Alevi toplumunun kanaat önderlerinden Turgut Öker'in 'Cumhurbaşkanına hakaret davası', Aleviler için bir travma olan Maraş katliamı konularına daha az yer ayrılması televizyonun kendi izlerkitlelerinin bu kesimlerle ilgili olduğu varsayılırsa söz konusu haberlerin toplam içindeki yüzdelik temsilinin yeterli olmadığı ileri sürülebilir.

**Tablo-4.6.Yol TV Ana Haberde, Haber Çeşidi.**

Haber Çeşidi	Haber Sayısı (f)	Toplam Haber	Oran (%)
Sansasyonel Haber	1	105	0.95
Sıcak Haber (son dakika)	1		0.95
Öykü Haber	1		0.95
Devam Eden Haber	47		44.76
Gelişen Haber	55		52.38
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>105</b>	<b>99.99</b>

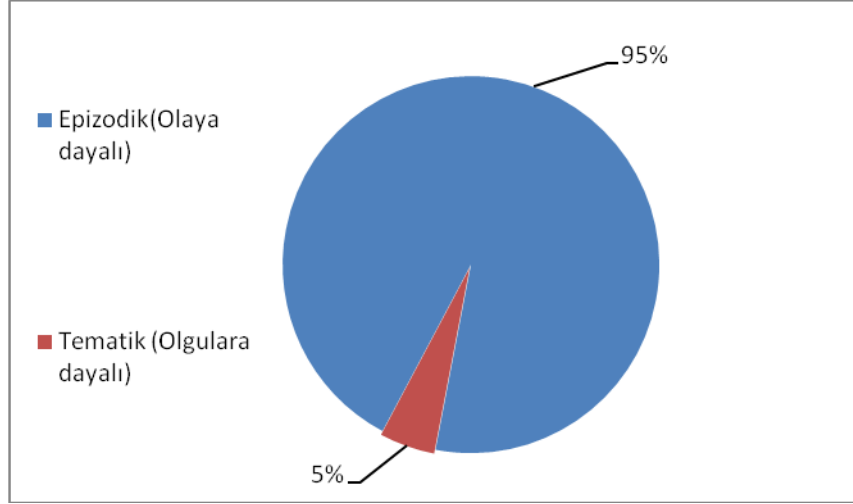


**Grafik-4.6.1.Yol TV Ana Haberde, Haber Çeşidi.**

Yol TV, %52'lik bir oranla gelişen ve % 45'le devam eden haberlerden oluşan bir haber çeşidini izlerkitleye aktarmaktadır. Bu haber çeşitleri arasında sıcak haber %1'lik bir orana sahiptir. Gün içindeki gelişmeler ve daha önceki dönemlerde meydana gelen olayların yeni boyutlarıyla haberleştirilmesi haber takibi açısından anaakım medyada yaygın bir kullanım biçimidir. Yol TV'nin de söz konusu yaklaşımı benimsediği, beslendiği haber kaynakları göz önünde bulundurulduğunda doğal bir sonuçtur. Habercilik anlayışının rutin alışkanlıkları nedeniyle gelişen haberler tüm medyada temel bir kullanım biçimidir. Fakat alternatif medyanın kendi haberlerini ve gündemini oluşturması açısından zayıflık olarak değerlendirilmektedir.

**Tablo-4.7.Yol TV Ana Haberde, Haber Sunuş Çerçevesi.**

Sunuş Çerçevesi	Haber Sayısı (f)	Toplam Haber Sayısı	Oran (%)
Epizodik (olaya dayalı)	100	105	95.23
Tematik (olgulara dayalı)	5		4.76
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>105</b>	<b>99.99</b>

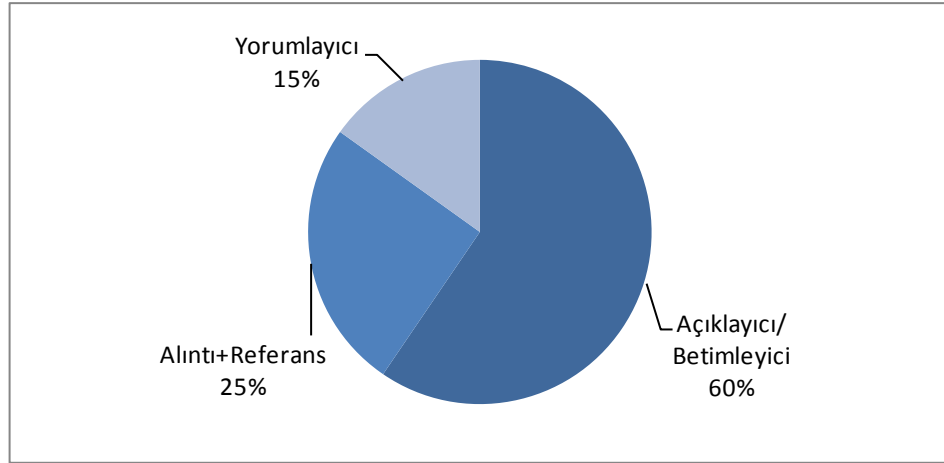


**Grafik-4.7.1.Yol TV’de Ana Haberde, Haber Sunuş Çerçevesi.**

Yol TV’deki haberlerin %95’nin olaya (epizodik) dayalı bir habercilik anlayışıyla sunulduğu geriye kalan %5’lik kısmının ise tematik özellikte olduğu görülmüştür. Tematik habercilik anlayışı alternatif medyada kuramsal olarak düşünüldüğünde olması gereken bir özelliktir. Fakat anlık gelişmelere bağlı bir gündem ve habercilik anlayışı nedeniyle tematik nitelik taşıyan sunuş çerçevesi genelde tercih edilmemektedir. Gerek haber bültenin süresinin sınırlı oluşu gerekse rutin habercilik anlayışının alışkanlıkları Yol TV haberlerinin bu kategorisinde anaakımın özelliklerine benzer yönde bir sunuş çerçevesini hayata geçirmesine neden olmuştur. Yol TV’de tematik nitelikteki haber sunuş çerçevesine 1978’te gerçekleştirilen Maraş katliamı anmasına yönelik haber ve Alevi kanaat önderi Turgut Öker hakkında açılan davalarının ayrıntılarıyla, tanıklıkları ve belgeleriyle tartışılması örnek verilebilir.

**Tablo-4.8.Yol TV Ana Haberde, Haber Başlığı Çerçevesi.**

Haber Başlığı Çerçevesi	Başlık Sayısı (f)	Yüzdelik Oranı (%)	Toplam Başlık Sayısı
Betimleyici/Açıklayıcı	138	60	243
Alıntı+Referans	59	25	
Yorumlayıcı	35	15	
<b>TOPLAM</b>	<b>233</b>	<b>100</b>	<b>243</b>



**Grafik-4.8.1.Yol TV Ana Haberde, Haber Başlık Çerçevesinin Oranları.**

Başlık çerçevelemede % 60'lık bir oranda en çok 'açıklayıcı/betimleyici' türü tercih eden Yol TV anahaber, alıntı+referans çerçevesinde ise % 25'lik bir kullanım gerçekleştirmiştir. Haberlerdeki yorumlayıcı yönde başlıklar ise %15'tir. Bu çözümlenmeye göre haberlerin başlık düzeyindeki anlatılarında yorumlamadan kaçınıldığı sonucuna ulaşmak mümkündür. Haberin ne hakkında olduğu başlıkta verildiği bir varsayım olarak kabul edilirse bu temelde açıklayıcı/betimleyici ve alıntı+referans kullanımı haberlerin görseliyle birleşince 'gerçekliğe' daha yakın bir anlatım olduğu izlenimini vermektedir. Haberlerdeki tarafsızlık yaklaşımı anaakım yayıncılığın çok dillendirdiği bir konu olmasına rağmen bunu gerçekleştirmenin mümkün olmadığı ancak en azından referans ve alıntılarının başlıkta yer alması nesnel bir habercilik yapıldığı yönünde bir kanaatin oluşmasına olanak sağlamaktadır. Eldeki veriler değerlendirildiğinde Yol TV'nin başlıklarda haberin ne hakkında olduğunu 'açıklayıcı/betimleyici' çerçeveyi ilk sırada kullanarak daha gerçeğe yakın bir haber kurgulamayı hedeflediği öne sürülebilir.

**Tablo-4.9.Yol TV Ana Haberde Adı Geçenler.**

Haberlerde Adı Geçenler	Sayı (f)	Toplam Haber Sayısı	Yüzdellik Oranı (%)
Cumhurbaşkanı	19	105	8
TBMM Başkanı	2		1
Başbakan	21		9
Bakanlar	31		13
Ana Muhalefet Partisi Genel Başkanı	4		2
İktidar Partisi Milletvekilleri	6		3
Muhalefet Partisi Milletvekilleri	9		4

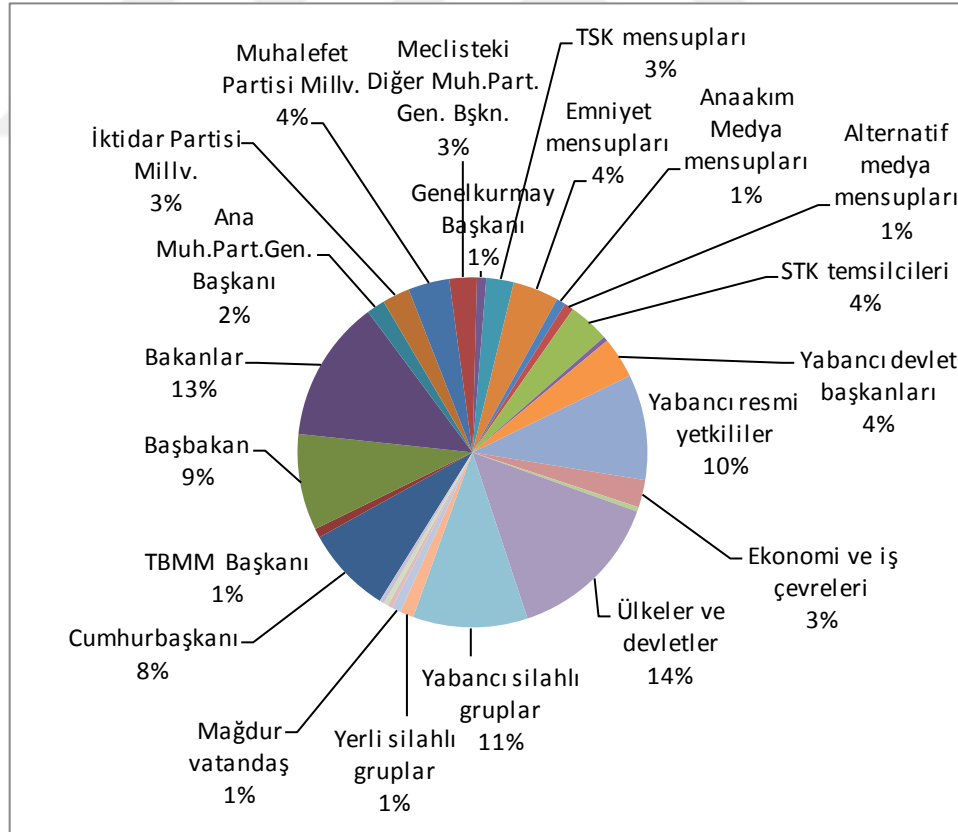
Meclisteki Diğer Muh. Part. Genel Başkanları	6		3
Yargı Mensupları	-		-
Genelkurmay Başkanı	2		1
TSK Mensupları	6		3
Emniyet Mensupları	10		4
Anaakım Medya Mensupları	2		1
Alternatif Medya Mensupları	2		1
Sivil Toplum Kuruluşu Temsilcileri	9		4
TMBB Dışı Siyasi Parti Temsilcileri	1		-
TBMM Dışı Muhalif Siyasi Hareketler	-		-
Yabancı Devlet Başkanları	9		4
Yabancı Resmi Yetkililer	23		10
Ekonomi ve İş Çevreleri	6		3
Muhtarlar	1		-
Ülkeler ve Devletler	34		14
Yabancı Silahlı Muhalif Gruplar	25		11
Yerli Silahlı Muhalif Gruplar	3		1
Mağdur Vatandaş	2		1
Yerli Yardım Kuruluşları	1		-
Bürokrat/Yetkili	1		-
Önceki Cumhurbaşkanı	1		-
<b>TOPLAM</b>	<b>236</b>	<b>105</b>	<b>100.0</b>

Yol TV'nin haberlerinde anaakımın kaynaklarını kullanması nedeniyle haber aktörlerinin mevcut yapısını ve temsil özelliklerini koruduğu görülmektedir. Haberlerdeki temsil edilme oranları şu şekildedir: Ülkeler ve devletler %14, bakanlar %13, yabancı silahlı gruplar; DEAŞ, El-Nusra vb, cihatçı gruplarla ÖSO gibi Suriye yönetimine muhalif olanlar %11, yabancı resmi yetkililer %10, Başbakan Binali Yıldırım %9, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan %8, yabancı devlet başkanları %4, ana muhalefet partisi milletvekilleri %4, emniyet mensupları %4, sivil toplum kuruluşu temsilcileri %4 (buradaki temsiller Alevi-Bektaşî örgütleri ve cemevleri yetkilileri olarak kodlanmıştır), iktidar partisi milletvekilleri %3, Meclisteki diğer muhalefet partisi genel başkanları %3, ekonomi ve iş çevreleri %3, TSK mensupları %3, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu %2, TBMM Başkanı İsmail Kahraman %1, Genelkurmay Başkanı Hulusi Akar %1, anaakım medya mensupları %1, alternatif medya mensupları %1 ve mağdur vatandaş %1.

Anaakım medyadaki haber aktörlerinin Yol TV'nin haberlerinde ağırlıklı olarak yerine koruduğu gözlenirken, alternatif medyanın temel özelliklerinin dışında bir habercilik yaptığı söylenebilir. Fakat haberlerin çerçeveselendirilmesi ve aktarılmasında ifade edildiği gibi söz konusu ağırlıklı orana sahip haber aktörleri



genellikle ‘kriz’ çerçevesi bir anlatımla izleyiciyle buluşturulmuştur. Örneğin hükümet ve devlet yetkilileri ‘başkanlık’, ‘ekonomik kriz’, ‘dolar krizi’ gibi konulardaki verdikleri beyanatlarla ve bunların Yol TV’nin yayın politikasına uyacak şekilde çerçevelenmesi söz konusudur. İlk yedi (7) haberde gerek meclis dışı muhalefet ve gerekse alternatif medyanın ilgi göstermesi gerektiği toplumsal kesimlerin bir ön kabul olarak yer alması gerektiği varsayılsa da haber bültenin bu yedi (7) haberin dışında kalan kısmında söz konusu temsillere yer verildiği gözlenmiştir. Ancak haber bülteni izleme sınırlaması ilk yedi (7) haber üzerinden yapıldığı için haber aktörleri arasında işçiler, mağdur edilen ve ötekileştirilen kadınlar, sosyal veya siyasi temelli kadın hareketi (feministler gibi), gençler, sol ve sosyalist hareketler, sendikacılar, etnik ve dini azınlıklar, radikal silahlı muhalif gruplar, çevreci gruplar, alt-kültür temsilcileri, hayvan hakları savunucuları, muhalif-kültür, sanat hareketleri, bilimle ilgili gelişmeleri içeren haberlerin ve bunların çerçevelerinin nasıl kurgulandığı gözlenememiştir.

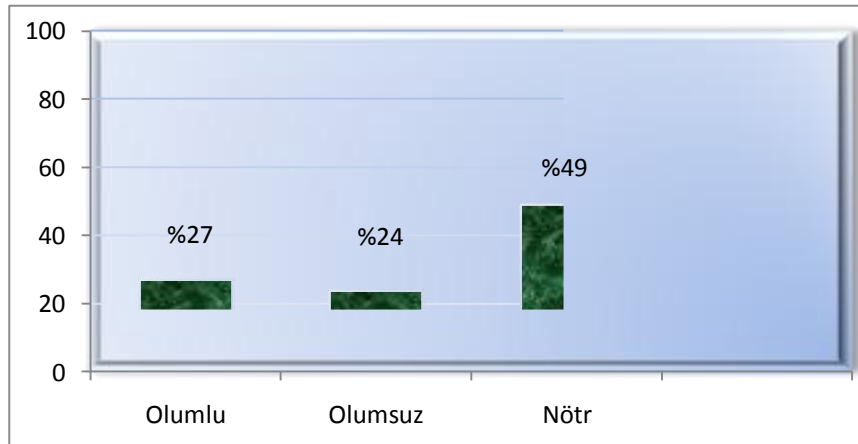


**Grafik-4.9.1.Yol TV Ana Haberde Adı Geçenler.**

Grafik-4.9.1’de verilerin değerlendirilmesi bültendeki konu ve haber başlıklarıyla ilgilidir. Söz konusu sınıflandırma haber izlenmeden önce değil sonra yapılmıştır. Bu yaklaşım tüm haber bülteni için geçerlidir. Veriler için daha önceden hazır kategoriler oluşturulmamıştır. Var olan ortaya konularak buradan bir sonuç çıkarma yönüne gidilmiştir. Gerek tablodaki veriler gerekse grafikteki yüzdeler oranlar Yol TV’nin genelde haber özneleri olarak parlamenter demokrasilerdeki siyasi elitleri ve iktidar çevrelerinin yapıp ettiklerini öne çıkarma şeklindedir. Fakat yoğunluğun politik (siyasi) haber öznelerinde olduğu ve onların pratiklerinin önemsendiği görülmektedir. Özellikle Türkiye’de politika yapıcılarında iktidar, muhalefet, terörle mücadelede ordu ve emniyet ile büyük sermaye ve ekonomi çevrelerinden elitlerin verdikleri demeçler ağırlıklı olarak haber öznesi olarak sunulmaktadır.

**Tablo-4.10.Yol TV Ana Haberde Adı Geçenlerle İlgili İfadeler.**

	Haber Sayısı (f)	Oran (%)	Toplam Haber Sayısı
Olumlu	28	27	105
Olumsuz	25	24	
Nötr	52	49	
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>100.0</b>	<b>105</b>



**Grafik-4.10.1.Haberde adı geçenlerle ilgili ifadelerdeki yüzdeler oranları.**

Yol TV’nin haberlerde adı geçenlerle ilgili olarak nötr bir yaklaşım içinde olduğu tespit edilmiştir. Bu oran haberlerin tümünde % 49 olarak ilk sırada yer almaktadır. Olumlu ifadeler % 27, olumsuz ise % 24’tür.

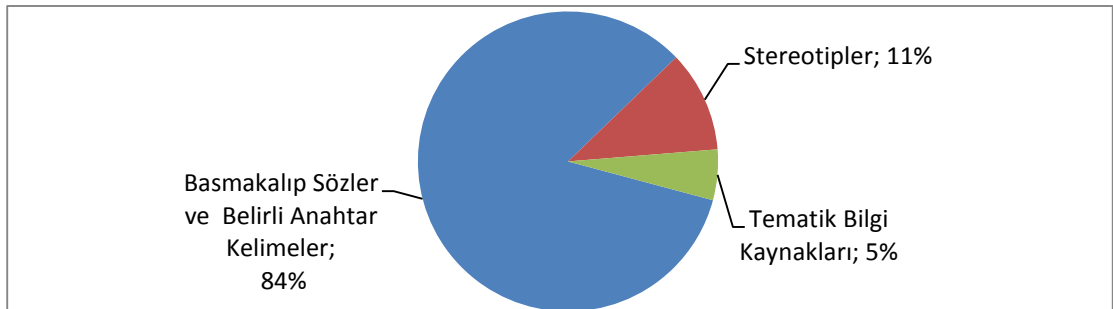
Nötr ifadelerin haberlerdeki sayısı şöyledir: Suriye-Halep konusu (13), Başbakan Binali Yıldırım (7), Bakanlar (7), Cumhurbaşkanı R.Tayyip Erdoğan (4), Rus Büyükelçiye Suikast (4), FETÖ (1), Suriye Devlet Başkanı Beşar Esad (1), Merkez Bankası (1), Borsa İstanbul (1), Askerler (1), Özelleştirme İdaresi (1), CHP (1), AKP (1), MHP (1) ve bombalı saldırı(1).

Olumsuz ifadeler ise % 24'tür. Bunlardan öne çıkan haber aktörleri ise şunlardan oluşmaktadır: AKP (AK Parti) (6), Cumhurbaşkanı R. Tayyip Erdoğan (2), Başbakan Binali Yıldırım (2), MHP (2), ABD Başkanı Donald Trump (1), ÖSO (1), dolar krizi (2), bakan (1), TBMM TV(1), cihatçılar (1).

Olumlu ifadelerin oranı %27'dir. Olumlu ifadelerde CHP (8), Alevi Birlikleri Federasyonu (ABF) (5), Maraş Katliamı anması (3), HDP (3), Suriye Ordusu (3), Beşiktaş'taki bombalı saldırıları kınama (2), Ethem Sarısülük (1) ve Berkin Elvan (1) şeklinde ortaya konulmuştur.

**Tablo-4.11.Yol TV'de Kullanılan Basmakalıp Sözler, Stereotipler, İmgeler ve Tematik Bilgi Kaynakları.**

Haber Çerçevelemede Kullanılan Temel Kalıplar	Sözler, Stereotipler ve İmgeler (f)	Haber Sayısı	Oran (%)
Basmakalıp Sözler ve Belirli Anahtar Kelimeler	46	105	84
Stereotipler	6		11
İmgeler	-		-
Tematik Bilgi Kaynakları	3		5
<b>TOPLAM</b>	<b>55</b>	<b>105</b>	<b>100</b>



**Grafik-4.11.1.Haber Çerçevelemede Kullanılan Temel Kalıplar.**

*Basmakalıp Sözcükler ve Belirli Anahtar Kelimeler:* Burada kullanılan kelimeler ve basmakalıp sözcükler tek tek sayılarak rakama dökülmüştür. Bazı kelimeler haber içinde iki kere bazıları daha fazla geçmektedir, bu yüzden bu kelimelerin sayısı ortalama veri olarak değerlendirilmelidir. Haberlerde kullanılan basmakalıp sözcükler şu şekilde sıralanmıştır: Maalesef bunlar bilinen şeyler, ağır kayıplar verdi, tam bir kıyak, yükselişe geçmek, tıraş etmek, edinilen bilgiye göre, sert çıkmak, maalesef, nabız yükseldi, tepki, kınamak, herkes kanun önünde eşittir, ateşin üstüne benzin dökmek, saray (Cumhurbaşkanlığı resmi makamı), utanç verici, katliam, haklıyız kazanacağız, etkisiz hale getirmek, skandal karar, şehitler, acıklı haber, hesap sorulacak, zamanlama dikkat çekici, şahsım ve milletim adına, provokasyon, itidâl, cemaat mensubu, iddia edildi, saldırgan, diktatör, misliyle karşılık verilecek, kâtil, 367(anayasa değişikliği için gerekli milletvekili sayısı), panik, risk, rekor kırmak, kayıp yaşandı (borsa), laiklik vurgusu, haçlı seferi zihniyeti, Çankaya köşkü, oyunu bozun, teğet geçmek, dış mihrak, uçuşa geçmek, vatandaşın cebinden elleri çekmek, özgür basın, egemenlik kayıtsız şartsız milletindir, yastık altı (tasarruf), adil yargılanma.

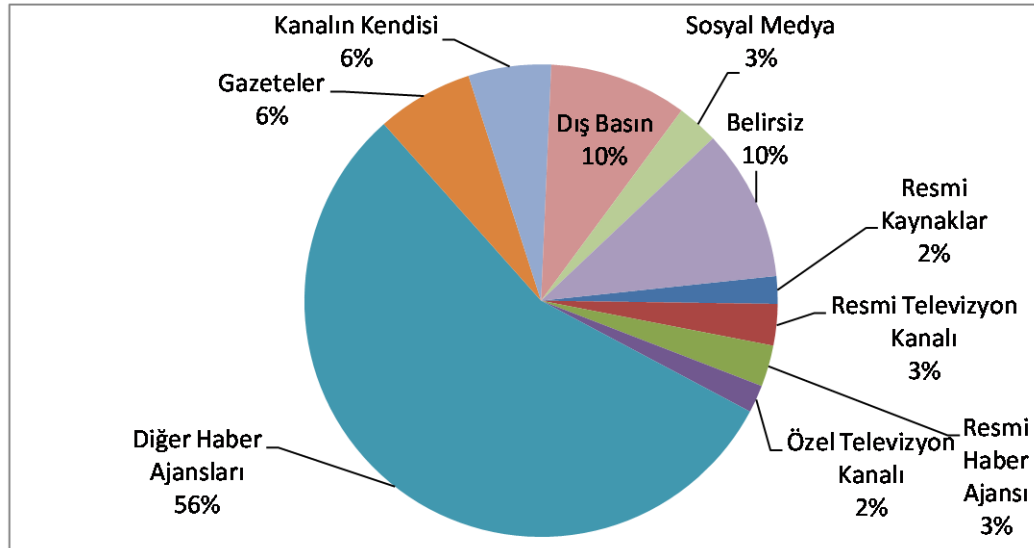
*Stereotipler:* Cihatçılar, ülkücüler, yüzleri maskeli özel tim askerleri, cemaat ve tarikat mensupları, Hıristiyan din adamı (papaz).

*Tematik Bilgi Kaynakları:* Haberlerde özellikle bilgilendirme konusunda uzman görüşleri, gazeteciler, sivil toplum kuruluşlarının resmi ve özel kurum yetkililerinin haberin içeriğine ilişkin alanlardaki görüşlerine başvurulması olarak değerlendirilmiştir. Haberler derinleştirilirken uzmanlık alanlarındaki bilgilerine başvuru yapılan kaynakların güvenilirliğine öncelik verilmiştir. Tematik bilgi kaynağı olarak 1978 Maraş olayları görüntüleri ve bu dönemde yakınlarını kaybedenlerin tanıklıkları, dava sürecini takip eden avukatlar örnek verilebilir. Öte yandan, başkanlık tartışmalarında olduğu gibi uzman görüşü olarak alanında bilgiye sahip olan gazeteciler ve hukukçuların görüşleri bültene yansıtılmıştır. Yol TV'nin haber çerçevelerinde genel olarak anaakım gazetecilik iş yapma ve içerik üretme şekilleri ve habercilik rutinlerinden kaçamadığı gözlemlenmiştir. Bilinen basmakalıp sözcükler ve anahtar kelimeler % 84'lük oranla haberlerde yaygın olarak kullanılmıştır. Stereotip

kullanım oranı ise %11'dir. Ancak kanal yayınlarında tematik bilgi kaynaklarına ve alanında uzman ve temsilcilere bültenlerinde yer vererek onların ortaya koydukları bilgiler dâhilinde çerçeve kurma yoluna gitmiştir. Tematik bilgi kaynakları olay tanıklıkları, geçmişte yaşanmış belgesel nitelikli olay ve olgular uzmanlarca ve hukuk çevreleriyle söz konusu alana ilişkin bilgiye ve dokümana sahip kişilerce ortaya konulmuştur. 1978 Maraş olayları sözü edildiği gibi bu yönde bir habercilikle sunulmuştur. Televizyonun tematik bilgi kaynaklarını haberde kullanma oranı %5'le sınırlı kalmıştır.

**Tablo-4.12.Yol TV Ana Haberde, Haber Kaynakları Dağılımı.**

Haber Kaynakları	Sayı (f)	Toplam Haber Sayısı	Yüzdik Oran (%)	
Resmi Kaynaklar	2	105	1.90	
Resmi Televizyon Kanalı	3		2.85	
Resmi Haber Ajansı	3		2.85	
Özel Televizyon Kanalı	2		1.90	
Diğer Haber Ajansları	59		56.19	
Gazeteler	7		6.66	
Kanalın Kendisi	6		5.71	
Dış Basın	10		9.52	
Sosyal Medya	3		2.85	
Belirsiz	10		9.52	
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>		<b>105</b>	<b>99.95</b>

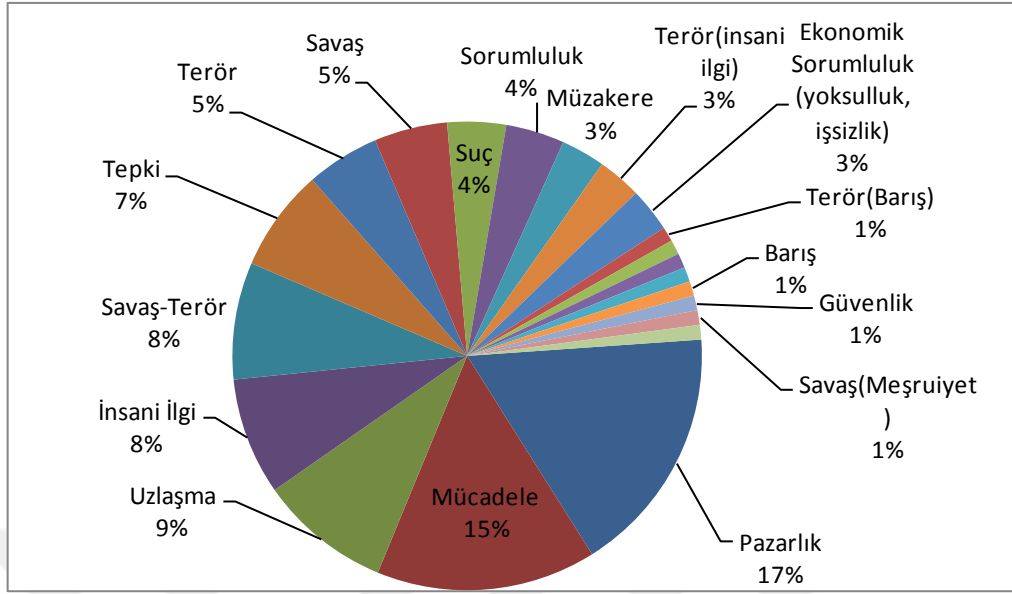


**Grafik-4.12.1.Yol TV Ana Haberde, Haber Kaynakları.**

Yol TV'nin haberlerinde çoğunlukla resmi ve özel haber ajanslarından elde edilen bilgilerle bir yayın bülteni oluşturma yoluna gidildiği görülmüştür. Bu değer haber ajanslarında %56 gibi yüksek bir orana sahiptir. Yol TV'nin haber konusunda ajanslara bağımlı bir durumunun olduğu açıkça görülmektedir. Bu verileri, belirsiz kaynaklar %10, dış basın %10, Türkiye'deki gazeteler % 6, Yol TV'nin kendi haberi % 6, resmi haber ajansı % 3, devletin resmi televizyon kanalı % 3, özel televizyon kanalları % 2 ve diğer resmi kaynaklar (Başbakanlık basın merkezi gibi) % 2 olarak görülmüştür. Haberlerde kulis bilgisi, bir yetkilinin yaptığı açıklamaya göre gibi belirsiz kaynakların olduğu bulgulanmıştır fakat bu haberler belirsiz kategorisine dâhil edimleştirebilir.

**Tablo-4.13.Yol TV Ana Haberde Kullanılan Çerçeveseler.**

Çerçeveseler	Sıklık (f)	Haber Sayısı	Oran (%)
Pazarlık	17	105	16.19
Mücadele	15		14.28
Uzlaşma	9		8.57
İnsani İlgi	8		7.61
Savaş-Terör	8		7.61
Tepki	7		6.66
Terör	5		4.76
Savaş	5		4.76
Suç	4		3.80
Sorumluluk	4		3.80
Müzakere	3		2.85
Terör (İnsani İlgi)	3		2.85
Terör-Suç	3		2.85
Ekonomik Sorumluluk	3		2.85
Terör (Barış)	1		0.95
Terör (Birlik Beraberlik)	1		0.95
Terör (Kınama)	1		0.95
Haklılık-Haksızlık	1		0.95
Kriz	1		0.95
Yoksulluk-İşsizlik	1		0.95
Savaş (Dışlama, Ötekileştirme)	1		0.95
Barış	1		0.95
Güvenlik	1		0.95
Savaş-Meşruiyet	1		0.95
Savaş(Mücadele)	1		0.95
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>		<b>105</b>



**Grafik-4.13.1.Yol TV Ana Haberde Kullanılan Çerçeve Çeşitleri.**

Yol TV haberlerde pazarlık çerçevesini %17'yle en fazla kullandığı tespit edilmiştir. Bunu mücadele % 15, uzlaşma % 9, insani ilgi % 8, savaş-terör % 8, terör- tepki % 7, terör % 5, savaş % 5, suç % 4, sorumluluk % 4, müzakere % 3, terör-insani ilgi % 3, ekonomik sorumluluk % 3, terör-kinama % 1, terör-barış % 1, savaş-mücadele % 1, savaş-meşruiyet % 1, barış % 1, güvenlik % 1, haklılık-haksızlık % 1 izlemektedir. Tablo ve grafikteki bilgiler televizyon kanalının haber çerçeveleme yaklaşımının çoğunlukla pazarlık-mücadele-uzlaşma ve insani ilgi üzerine kurgulandığını göstermektedir.

Yol TV ana haber bülteni haberleri bu tarz çerçevelerken, gerek siyasi yönetim biçiminin gerekse diğer toplumsal kesimler arasındaki mücadelede pazarlık ve müzakere sürecinin yaşandığını izlerkitesine sunmayı hedeflediği ileri sürülebilir. Ancak terör çerçevesi tek başlık altında toplandığında % 18'lük bir oranın ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum YOL TV'nin ülke gündeminden etkilendiğini kabul etmekle birlikte haber kaynaklarının haber toplama biçimiyle de yakından ilgilidir. Ayrıca terör konusunda Yol TV'nin kamuoyundaki beklentiden yana tavır aldığı, bombalı saldırılarda hayatlarını kaybedenlerin cenazeleri kaldırılırken, "44 canımızı uğurladık" şeklinde bir başlıkla tarafını ortaya koyduğu tespit edilmiştir. Yol TV'nin

bildirgesinde olduğu gibi hemen her türlü şiddete karşı olduğu haber yapısına yansıdığı bulgulanmıştır.

**Tablo-4.14.Yol TV Ana Haberde Haber Öğelerinin Öne Çıkan Unsuru.**

Haber Öğeleri	Sayı (f)	Toplam Haber Sayısı
Kim	36	105
Ne	29	
Neden	8	
Nerede	11	
Ne Zaman	10	
Nasıl	8	
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>105</b>

Yol TV ana haberde haberler kurgulanırken en önemli unsur olarak kim sorusu üzerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Haberlerde buna karşılık gelen kim sorusu 16 kere hükümetin bakanlarını öne çıkarırken bu oran % 45’le ilk sırada yer almıştır. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ise 10 kez tekrarlanırken %28’le ikinci sırada, CHP 7 kere %19’la üç ve HDP ise 3 defa ve %8’le dördüncü sırada yer almış ve haberin öznesi durumunda sunulmuştur. Ne, sorusuna ise Halep-Suriye 9 kere %31, dolar krizi ve ekonomideki gelişmeler yine 9 kere %31, Andrey Karlov suikastı 5 kere %17, Beşiktaş ve Kayseri’deki bombalı saldırılar 3 kez %10,5 ve Maraş katliamı anması yine 3 kez %10,5’le haberde ne sorusuna yanıt olarak kurgulanmıştır.

## 5. ATV ANA HABER BÜLTENİ ANALİZİ

**Tablo-5.1.Televizyon Kanalının Adı.**

Televizyon Kanalı	ATV

**Tablo-5.2.ATV Ana Haberde Bir Bülten ve Toplam Haber Bültenleri Süresi.**

01.12.2016-21.12.2016 Tarihleri Arası	Haber Bülteni Süresi: Ortalama	Toplam Haber Bültenleri Süresi	Yayın Saati:
Saat ve Dakika	49 dakika 15 sn	12 saat 3 dakika 17 sn	19:00



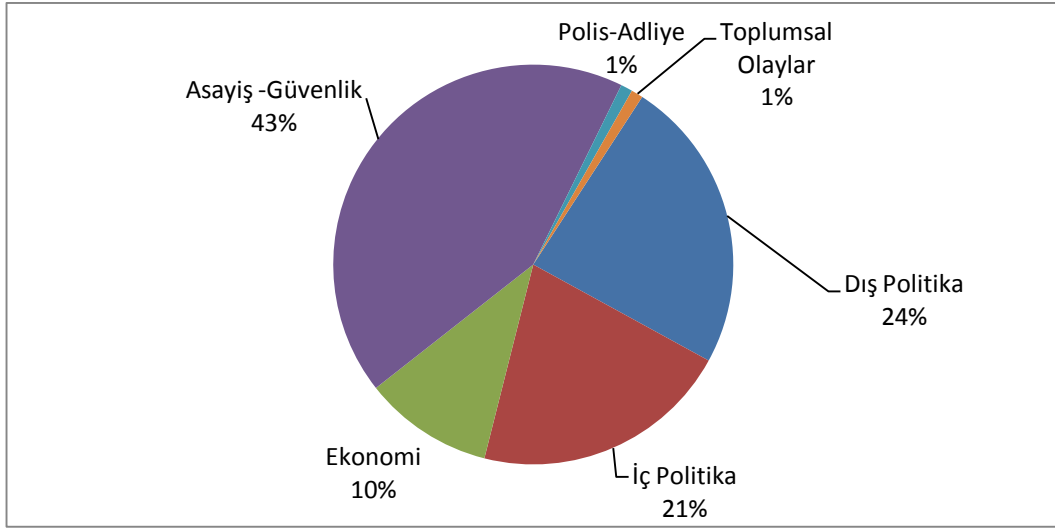
**Tablo-5.3.ATV’de İncelenen Haber Bültenlerinin Kategorilere Göre Süresi.**

Haberlerin Genel Konusu	Haber Sayısı (f)	Haber Süresi (dk, sn)	İzlenen Haberlerin Toplam Süresi (dk, sn)	İzlenen Haber Süresi Ortalaması
Dış Politika	25	53.41	207 dk	16 dk.
İç Politika	22	39.21		
Ekonomi	11	26.86		
Asayiş-Güvenlik	42	113.63		
Polis-Adliye	1	0.13		
Toplumsal Olaylar (yangın, deprem, trafik kazası, sel, intihar, cinayet, sokak gösterileri vb)	1	1.28		
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>207dakika</b>	<b>207 dk</b>	<b>16</b>

Tablo-5.2.’deki analizde ATV ana haber bülteninde ortalama bir haber bülteni süresinin 49 dakika 15 saniye olduğu tespit edilmiştir. Bu durum olağanüstü gelişmeler yaşanmadığı sürece ülkede diğer televizyon kanallarının gerçekleştirdiği yayın süresiyle benzerlik göstermektedir. ATV’nin 15 günlük dönem içindeki toplam haber bülteni süresi ise 12 saat 3 dakika olarak belirlenmiştir. Tablo-5.3.’te gösterildiği gibi 15 günlük süre içinde izlenen haberlerin süresi ise 3 saat 27 dakikadır. Bu sürenin ortalaması ise 16 dakikadır. İzlenen haber bültenindeki ilk 7 haberin bültenin tamamına oranı %32,62 olarak kayda geçirilmiştir.

#### **5.4.ATV Haberlerin Kategorik olarak Genel Dağılım Yüzdesi.**

Haber Kategorisi	Haber Sayısı (f)	Oran (%)	Yüzelik Dilime Göre Haber Oranı
Dış Politika	25	24	4.2
İç Politika	22	21	4.7
Ekonomi	11	10	9.5
Asayiş-Güvenlik	45	43	2.2
Polis-Adliye	1	1	1
Toplumsal Olaylar	1	1	1
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>100.0</b>	<b>28</b>



**Grafik-5.4.1.ATV Ana Haber Bültenin Genel Dağılım Yüzdesi.**

ATV'nin ana haber bültenlerinde gündem olarak asayiş-güvenlik haberlerinin % 43 oranıyla ilk sırada yer aldığı tespit edilmiştir. Haberlerde ülkede yaşanan terör olayları ve bunun ardılı gelişmeler bağlantılı olarak izleyicilere aktarılmıştır. Özellikle terörle mücadelede devlet ve hükümetin aldığı tedbirler, operasyonlar ve terör kurbanlarına ilişkin haberlerin yoğun olarak işlendiği görülmüştür.

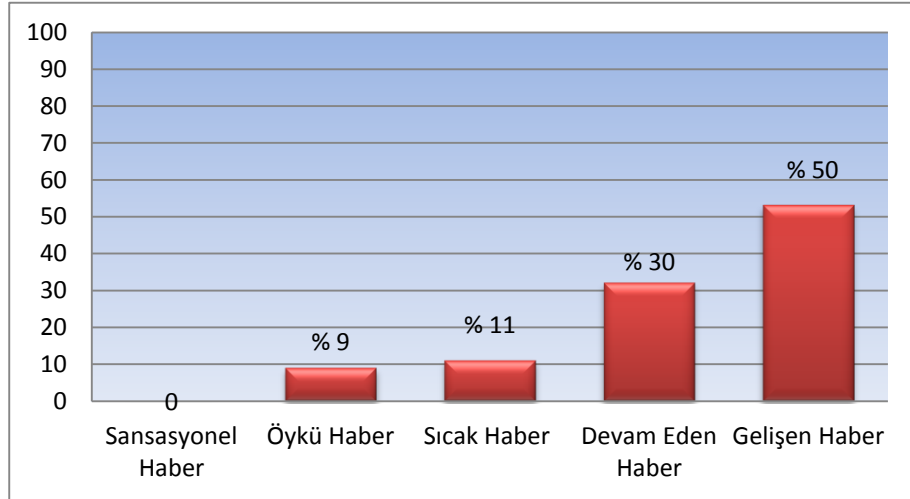
İstanbul-Beşiktaş ve Kayseri'de gerçekleştirilen bombalı terör eylemleri ve bunun sonuçları, hayatlarını kaybedenlerle ilgili haberler ile diğer terör örgütlerine yönelik gerçekleştirilen asayiş-güvenlik uygulamalarının ayrıntıları bu kategorinin temelini oluşturmaktadır. Rusya'nın Ankara Büyükelçisi Andrey Karlov suikastı da asayiş-güvenlik haberlerinde ayrıntılarıyla işlenmiş, bu haberler Rusya ile kurulan ilişkiler temeline ve FETÖ bağlamına oturtulmuştur. Dış Haberler kategorisinde ise özellikle Suriye konusunun yoğun gündem yapıldığı, bu sorunun uluslar arası boyutuyla işlendiği görülmüştür. Suriye dışındaki konular da ise Avrupa Birliği (AB), Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ile gerçekleştirilen temaslar olarak verilmiştir. Bu kategori anahaber bültenlerinde içinde %24'lük bir oranla ikinci sırada yer almıştır. İç politika kategorisindeki haberler ise döneme özgü gündem olan 'başkanlık' ya da 'Cumhurbaşkanlığı yönetim sistemiyle' 'yeni anayasa tartışmaları', 'dolar krizi' ve 'ekonomik gelişmeler', hem iktidar partisi hem de muhalefet partilerinin yönetici ve genel başkanlarının açıklamalarından oluşmaktadır. İç politika haberleri %21'lik bir oranla üçüncü sırada yer alırken, söz konusu siyasi

tartışmalarda ATV'nin, muhalefet partilerinden özellikle CHP'nin tutumunu eleştirdiği, ana muhalefet partisi genel başkanı ve milletvekilleriyle, meclisteki bir diğer muhalefet partisi olan HDP'nin bazı temel eleştirilerini çerçeve dışı bıraktığı tespit edilmiştir. Başkanlık ya da 'Cumhurbaşkanlığı yönetim sistemine' destek veren MHP'nin ise olumlu bir şekilde yansıtıldığı görülmüştür. Ekonomi haberleri ise % 10'la dördüncü sırada yer alırken, bu haberlerin içeriği çoğunlukla ülkedeki dolar bozdurma reaksiyonu ve hükümetin uygulayacağı teşvik paketleri üzerine kurulmuştur.

Toplumsal olaylar olarak kodlanan kısımda ise ilk 7 haber içinde sadece kaza ve yangın haberleri bulgusunu ulaşılmıştır. Bu oran ise %1'dir. Bir diğer kategori olan polis-adliye haberlerinde ise emniyet güçlerinin yaptığı operasyonlar olarak ifade edilmiştir. Bunlar arasında FETÖ soruşturmaları %1'lik bir oranla temsil edilmiştir. Burada şunu vurgulamak gerekmektedir. Benzer haberler asayiş-güvenlik çerçevesinde kodlandığından polis-adliye haberleri sadece operasyonlarla sınırlı tutulmuştur. Adliye konusunda ise görülen davalara ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Fakat ilk 7 haber içinde söz konusu herhangi bir davanın haberine rastlanmamıştır.

**Tablo-5.5.ATV Ana Haber Bültenindeki Kullanılan Haber Çeşitleri.**

Haber Çeşidi	Haber Sayısı (f)	Toplam Haber	Oran (%)
Sansasyonel Haber	0	105	0.00
Sıcak Haber (son dakika)	11		10.47
Öykü Haber	9		8.57
Devam Eden Haber	32		30.47
Gelişen Haber	53		50.47
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>105</b>	<b>99.98</b>

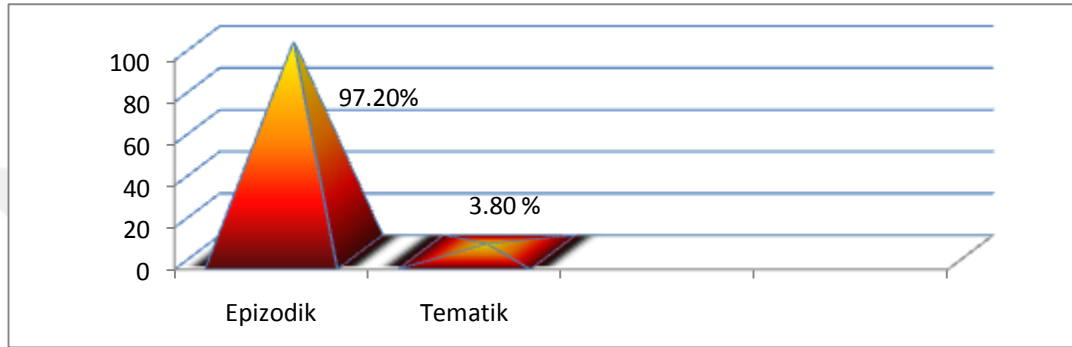


**Grafik-5.5.1.ATV Ana Haber Bültenindeki Kullanılan Haber Çeşitleri.**

ATV ana haber gündem haberciliği yapmaktadır. Bu yüzden gelişen haberler öncelikli yer tutmaktadır. Bültende devam eden haberler ikinci sırada, son dakika gelişmesi ise üçüncü sırada yer almıştır. Sansasyonel haber çeşidi ise son sıradadır. Anahaber kurgusunda özellikle devlet ve hükümet yetkilileriyle, TBMM gündemi, muhalefet partilerinin daha önceden bildirilen basın toplantıları ve açıklamaları, ayrıca meydana gelen terör eylemleri, yangın felaketi, çeşitli kaza haberleri gelişen haberler içinde kodlanmıştır. Bu yüzden haber bülteninde ağırlık olarak bu gündemlere bağlı olan gelişmelere yer verilmiştir. Devam eden haberlerde ise daha önce oluşmuş olayların ayrıntıları ve sonuçları üzerinden yeni haberler ortaya konulmuştur. Örneğin Andrey Karlov suikastının ayrıntılarının bir sonraki bültende yer alması, Beşiktaş ve Kayseri’de gerçekleştirilen bombalı saldırı eylemlerinden sonra yapılan cenaze törenleri, FETÖ soruşturmaları, Adana Aladağ’daki kız öğrenci yurdundaki yangın ve hayatlarını kaybedenlerle ilgili yapılan soruşturma, cenaze töreni gibi ayrıntıları içeren haberler ‘devam eden’ haber olarak değerlendirilmiştir. Öykü haberde ise gelişen olaylar sonrası haber içinde ‘öykü’ üretilerek ortaya konulan anlatı biçimidir. Örneğin Halep’teki dramı sosyal medyadan dünyaya duyuran küçük bir kız çocuğunun hikâyesi ve Cumhurbaşkanı tarafından Ankara’ya davet edilip karşılanması bu tür haber niteliğindedir.

**Tablo-5.6.ATV Ana Haber Bülteninde Kullanılan Haber Sunuş Çerçevesi.**

Sunuş Çerçevesi	Haber Sayısı (f)	Toplam Haber Sayısı	Oran (%)
Epizodik (olaya dayalı)	101	105	97.20
Tematik (olgulara dayalı)	4		3.80
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>105</b>	<b>100.00</b>

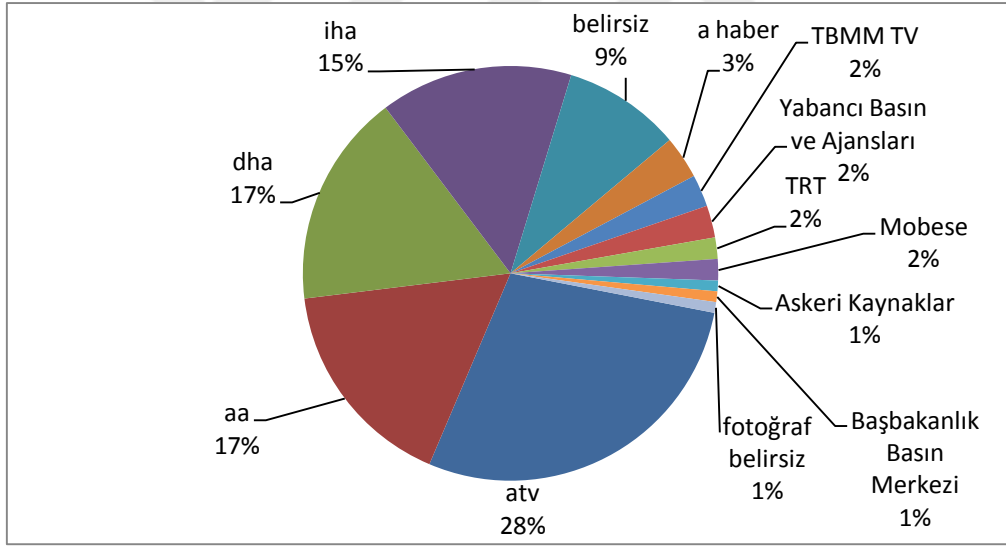


**Grafik-5.6.1. ATV Ana Haberde Haber Sunuş Çerçevesi**

ATV, haber sunuş çerçevesinde olaya dayalı haberciliği bir anaakım geleneği olarak sürdürmektedir. Bu oran %97.20'yle çarpıcı bir şekilde öndedir. Epizodik sunuş çerçevesi anlık, çarpıcı ve olaya dayalı olarak yaygın bir kullanım biçimi olarak izleyicinin dikkatini çekmeye yöneliktir. Fazla ayrıntı verilmeden duygulara seslenen sunuş biçimi olan bu çerçeveden farklı olan tematik sunuşun ise tercih edilmeği görülmüştür. Olaya dayalı sunuşa ise Beşiktaş'ta gerçekleştirilen bombalı saldırı sonrası İstanbul Bayrampaşa'daki çevik kuvvet merkezi önünden yapılan anahaber yayını örnek verilebilir. Tematik sunuş çerçevesi % 3.80 gibi düşük bir düzeydedir. Olgulara dayanan, nedenleri ortaya konulan bir sunuş çerçevesi olan tematik çerçeve, gerek zaman kullanımı açısından gerekse istenilen etkiyi yaratmayacağı düşünüldüğünden anaakım yayıncılıkta pek kullanılmamaktadır. Tematik çerçeve olarak değerlendirilebilecek habere, Suriye ve Halep'le ilgili ayrıntıların ve bilgilerin izleyicilere aktarılması örnek verilebilir. Savaş öncesi ve sonrası kent hakkında bilgileri içeren, şehirdeki yıkımın, savaşın sonuçları ve nedenleri üzerinde duran bu sunuş çerçevesi tematik olarak değerlendirilmiştir.

**Tablo-5.7.ATV Ana Haberde, Haber ve Görüntü Kaynağı.**

Haber Görüntü Kaynağı	Haber Görüntüsü Sayısı (f)	İzlenen Haber Sayısına Oranı (%)
ATV	34	32.38
AA	20	19.04
DHA	20	19.04
İHA	18	17.14
Belirsiz	11	10.47
A Haber	4	3.80
TBMM Meclis TV	3	2.85
Yabancı Basın ve Ajanslar	3	2.85
TRT	2	1.90
Mobese	2	1.90
Askeri Kaynaklar	1	0.95
Başbakanlık Basın Merkezi	1	0.95
Fotoğraf Belirsiz	1	0.95
<b>TOPLAM</b>	<b>120</b>	<b>114.31</b>

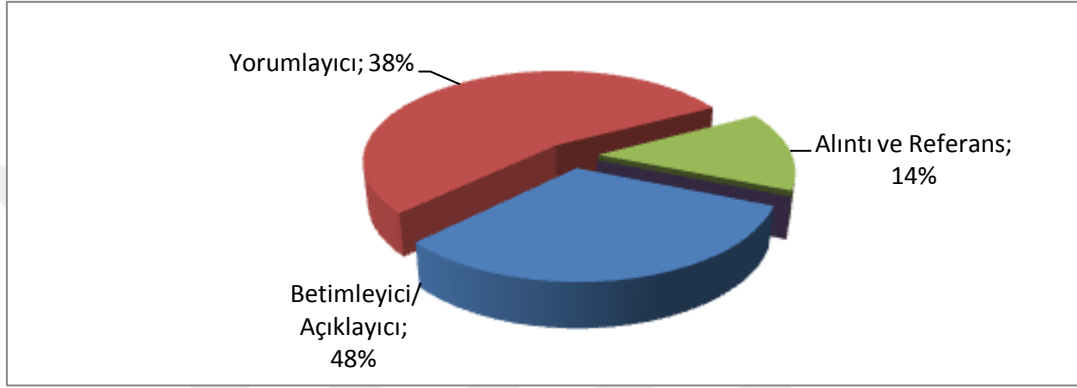


**Grafik-5.7.1.ATV Ana Haberde, Haber Kaynaklarının Dağılımı.**

ATV ana haber bülteninde kendi haber kaynaklarına % 28’le ilk sırada yer verirken, bunu Anadolu Ajansı (AA) %17 ile ikinci sırada izlemektedir. Özel sektör haber ajanslarından DHA %17 ve İHA%15’le en çok kullandığı haber ve görüntü kaynakları olarak tespit edilmiştir. Diğer kaynaklar ise şu şekilde sıralanmıştır: Belirsiz %9, A Haber %3, TRT %2, TBMM TV %2, yabancı basın ve ajanslar %2, mobese görüntüsü %2, Başbakanlık basın merkezi %1 ve askeri kaynaklar %1.

### 5.8.ATV Ana Haber Bültenindeki Haber Başlığı Çerçevesinin Dağılımı.

Haber Başlığı Çerçevesi	Başlık Sayısı (f)	Yüzdük Oran (%)	Toplam Başlık Sayısı
Betimleyici/Açıklayıcı	88	48	182
Yorumlayıcı	68	38	
Alıntı + Referans	26	14	
<b>TOPLAM</b>	<b>182</b>	<b>100.0</b>	<b>182</b>



**Grafik-5.8.1.ATV Ana Haber Bülteninde Kullanılan Haber Başlığı Çerçevesi.**

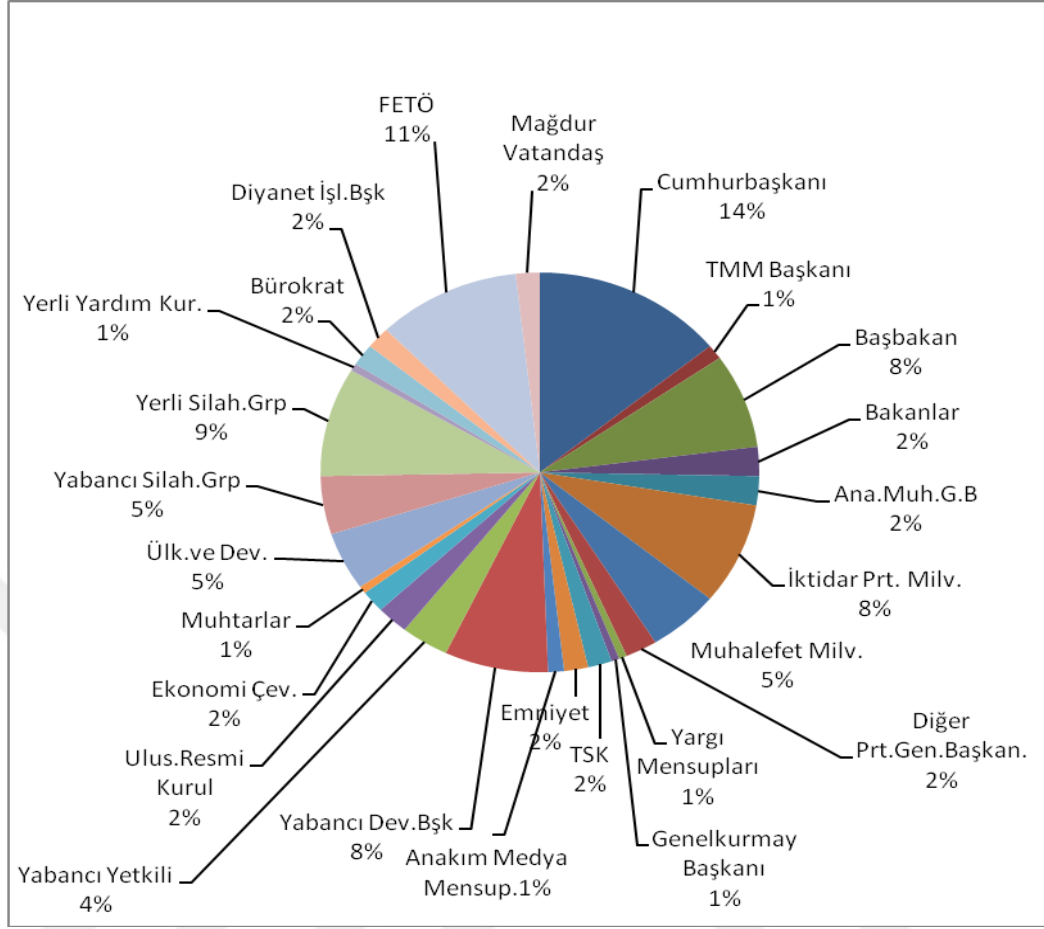
ATV'nin haberlerinde açıklayıcı/betimleyici başlık çerçevesi %48'le ilk sırada yer almıştır. Bu başlık çerçevesinde olaylar hakkında bilgi verir bir anlayışın benimsendiği bulgulanmıştır. "Hakkâri'de çatışma 3 asker şehit", "İki kadın terörist böyle yakalandı", "Başbakan Binali Yıldırım Rusya Başbakanı Medvedev'le görüştü", "Ağır yaralanan polis şehit oldu", "yedek vekillik geliyor" başlıkları açıklayıcı şekilde çerçeveselenmiştir. İkinci sırada ise %38'le yorumlayıcı bir bakışla yazım gerçekleştirildiği görülmüştür. Bunlara Suriye-Halep'teki gelişmelere yönelik kurgulanan başlıklardan, "ölüm, açlık, vahşet", "Dram sürüyor Türkiye devrede", "Halep'ten hayata kaçış", Türkiye'deki terör ve bombalı saldırı eylemlerinde "79 Milyon Tek Yürek", "Bu acıya yürek dayanmaz", "O koca yürekli polisi babası anlattı" ve Karlov suikastında "Dostluğa FETÖ kurşunu" gibi başlıklar örnek verilebilir. Alıntı ve referans başlık çerçevesi ise %14 olarak tespit edilmiştir. Bu başlık çerçevesinde daha çok yetkililerin birebir sözlerinden oluşan bilgiler aktarılmıştır. Bakan Süleyman Soylu'nun "PKK Nisan'da bitecek", Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın "Dövizi altına, liraya dönüştürün", Bakan Berat Albayrak'ın "15 Temmuz Yeni Türkiye'nin miladı" gibi haberlerden oluşmaktadır.

Burada şunu açıklamak gerekir; ATV bir haber konusuna birden fazla alt başlık kullanmaktadır, bunlar ikinci ve üçüncü derece ya da daha fazla başlıklar olarak kayda geçirilmiştir. Başlık sayısı bu yüzden 182 olarak görülmektedir.

#### 5.9.ATV Ana Haber Adı Geçenlerin Dağılımı.

Haberlerde Adı Geçenler	Sayı (f)	Toplam Haber Sayısı	Yüzdelik Oranı(%)
Cumhurbaşkanı	24	105	14
TBMM Başkanı	2		1
Başbakan	13		8
Bakanlar	4		2
Ana muhalefet Partisi Genel Başkanı	4		2
İktidar Partisi Milletvekilleri	14		8
Muhalefet Partileri Milletvekilleri	9		7
Meclisteki Diğer Muhalefet Partileri Genel Başkanları	4		2
Yargı Mensupları	1		1
Genelkurmay Başkanı	1		1
TSK Mensupları	3		2
Emniyet Mensupları	3		2
Anaakım Medya Mensupları	2		1
Alternatif (değişik) medya mensupları	-		-
Sivil Toplum Kuruluşu Temsilcileri	-		-
TMBB Dışı Siyasi Parti Temsilcileri	-		-
TBMM Dışı Muhal. Siyasal Hareketler	-		-
Yabancı Devlet Başkanları	13		8
Yabancı Resmi Yetkililer	6		4
Uluslar arası Resmi Kuruluşlar	4		2
Ekonomi ve İş Çevreleri kuruluşları (Borsa İstanbul, Bankalar)	3		2
Muhtarlar	1		-
Ülkeler ve Devletler	8		5
Yabancı Silahlı Muhalif Gruplar	8		5
Yerli Silahlı Muhalif Gruplar	15		9
Mağdur Vatandaş	3		2
Yerli Yardım Kuruluşları	1		-
Bürokrat/yetkili	3		2
Diyanet İşleri Başkanı	3		2
FETÖ	18		11
Önceki Cumhurbaşkanı	-	-	
<b>TOPLAM</b>	<b>170</b>	<b>105</b>	<b>100</b>



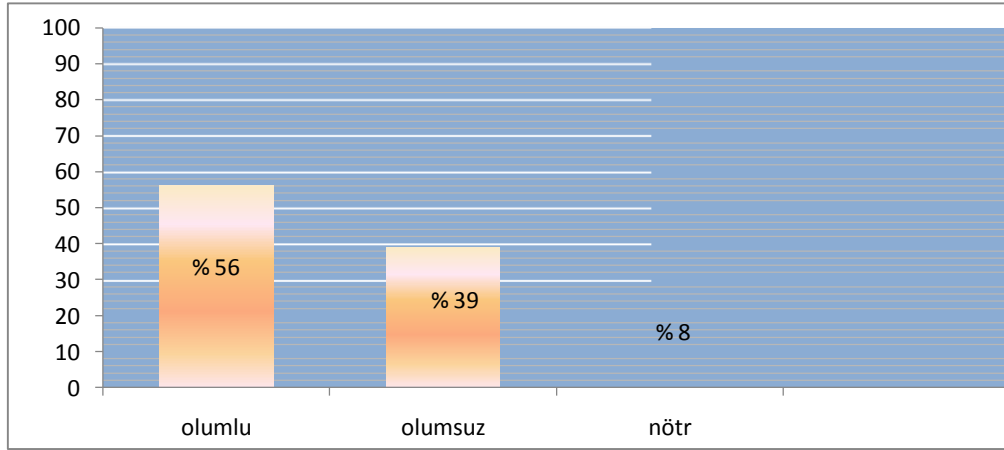


**Grafik 5.9.1. ATV Ana Haberde Adı Geçenler.**

ATV ana haber bülteninde ilk sırada Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın en fazla adı geçen isim olduğu tespit edilmiştir. Bu oran genel toplam içinde %14'tür. Haberlerde FETÖ operasyonları ve bu alandaki gelişmeler %11'le ikinci sıraya, ardından %9'la yerli silahlı muhalif gruplar (PKK ve diğer örgütler) üçüncü sırada bunları takip etmiştir. Başbakan ve iktidar partisi milletvekilleri %8 oranıyla, yabancı devlet başkanlarının yine %8 olarak temsil edilmişlerdir. Diğer oranların ayrıntıları Grafik-5.9.1'de gösterilmiştir.

**Tablo-5.10.ATV Ana Haber Bülteninde Adı Geçenlerle İlgili İfadeler.**

	Haber Sayısı (f)	%	Toplam Haber Sayısı
Olumlu	56	54	105
Olumsuz	39	38	
Nötr	8	8	
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>100.0</b>	<b>105</b>



### Grafik-5.10.1.ATV Ana Haber Bülteninde Adı Geçenlerle İlgili İfadeler.

Olumlu; Cumhurbaşkanı (20), başbakan (8), AKP(AK Parti)(5), MHP ve Devlet Bahçeli (5), bakanlar (3), yabancı yetkililer (4), yabancı devlet başkanları (4), Suriyeli mülteciler (3), mağdur vatandaş (2), Türk Kızılay'ı (1) kere olumlu haberlerde yer almıştır. Verilerin değerlendirilmesinde 'olumlu' ifadelerin % 56'lık bir oranda olduğu görülmüştür.

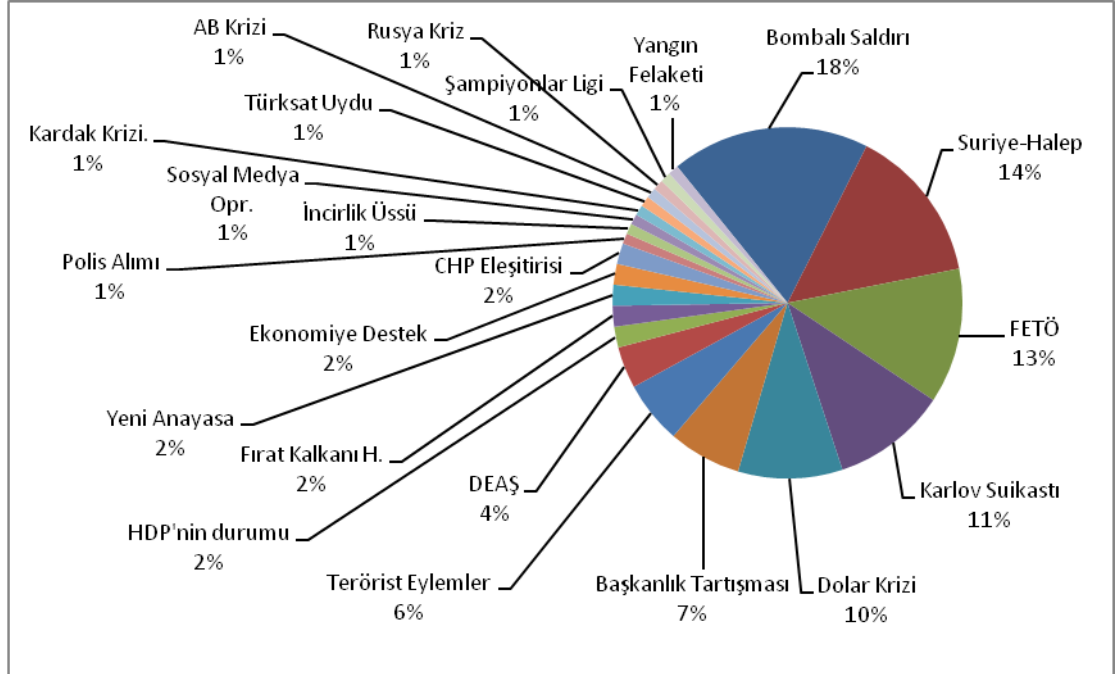
Olumsuz; PKK(9), FETÖ (8), Suriyeli örgütler(3), CHP ve Kılıçdaroğlu (4), DEAŞ(4), saldırgan polis(4), Beşar Esad (2), Halep (1), yabancı askerler (1), sosyal medya (1), Türkiye'deki bazı gazeteler (1), Yunanlılar (1), olumsuz şekilde ifade edilirken, bu ifadelerin % 38 gibi bir orana ulaştığı tespit edilmiştir.

Nötr (yansız); MHP ve Devlet Bahçeli (1), deniz kazası (1), DEAŞ(1), resmi kaynaklar (1), yabancı diplomat (Andrey Karlov) (1) tarafsız şekilde kodlanmıştır. Bu kodlamanın sonucunda nötr ifadeler 6 % olarak belirlenmiştir.

### Tablo-5.11.ATV Ana Haber Bülteninde Haberlerin Özel Konuları.

Haberin Özel Konusu	Haber Sayısı (f)	Yüzdellik Oran (%)
Bombalı Saldırı	19	18
Suriye-Halep	15	14
FETÖ	13	13
Karlov Sukiastı	11	11
Dolar Krizi	10	10

Başkanlık Tartışmaları	7	7
Terörist Eylemler	6	6
DEAŞ	4	4
HDP'nin Durumu	2	2
Fırat Kalkanı	2	2
Yeni Anayasa	2	2
Ekonomiye Destek	2	2
CHP Eleştirisi	2	2
Polis Alımı	1	1
İncirlik Üssü	1	1
PKK Operasyonu	1	1
Sosyal Medya Operasyonu	1	1
Kardak Krizi	1	1
Yangın Felaketi	1	1
Türksat Uydu Fırlatılması	1	1
AB Krizi	1	1
Rusya	1	1
Şampiyonlar Ligi Maçı	1	1
Trafik Kazası	1	1
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>100.4</b>

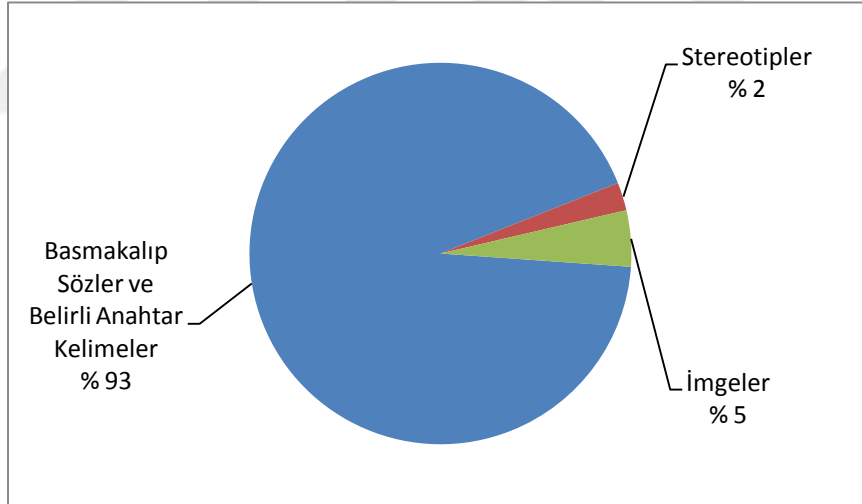


### 5.11.1.ATV Ana Haberde, Haberlerin Özel Konularına Göre Dağılımı.

ATV ana haberde, haberlerin özel konusunda Beşiktaş ve Kayseri’de gerçekleştirilen bombalı saldırı eylemleri %18’le ilk sırada yer almıştır. Bunu Suriye-Halep’teki gelişmeler %14 ikinci sırada takip ederken FETÖ operasyonları %13, Karlov Suikastı %11, Dolar Krizi %10, Başkanlık tartışmaları %7 ve başka terörist eylemler %6 olarak kendine yer bulmuştur. Diğer oranlar ise Grafik-5.11.1’de gösterilmiştir.

**Tablo-5.12.ATV Ana Haber Bülteninde Çerçevelemede Kullanılan Kalıplar.**

Haber Çerçevelemede Kullanılan Temel Kalıplar	Kullanılan Sözler, Stereotipler ve İmgeler (f)	Haber Sayısı	Yüzdeler Oran (%)
Basmakalıp Sözler ve Belirli Anahtar Kelimeler	78	105	74.28
Stereotipler	2		1.90
İmgeler	4		3.80
Tematik Bilgi Kaynakları/	-		-
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>105</b>	<b>78.98</b>



**Grafik-5.12.1.ATV Ana Haberde Kullanılan Çerçeveleme Kalıpları.**

ATV ana haberlerinde basmakalıp sözler ve anahtar kelimelerin yoğun olarak kullanıldığı görülmüştür. İncelemeye tabi tutulan 105 haberde kamuoyu tarafından artık kanıksanmış ve yöneticiler tarafından sıkça ifade edilen sözcükler haberlerin başlıklarında ve içeriğinde çok kere tekrarlandığı bulgulanmıştır.

*Basmakalıp sözler ve anahtar kelimeler;* Kritik viraj dönüldü, tarihi adım, ne kadar ekmek o kadar köfte, dövizi silah gibi kullanmak, çeviri krizi, Türkiye

çocuklarına ağladı, acılara ortak oldu, tam uyum var, insanlık dramı, sürpriz görüşme, çatlak büyüyor, CHP’de çatlak, Yeni Türkiye, milli ve yerli, heyecanlı anlar, 2023, dışa bağımlılık, sert çıktı, krize neden oldu, tutarlılığını yitirdi, herkesi şaşırttı, isyan bayrağını çekti, seferberlik, sokaktan destek, oyunu bozmak, Türk parası bereketi, yastık altı, teğet geçmek, bismillah, acı haber, Mehmetçik, şehit düşmek, operasyon sürüyor, duruş sergilemek, destan yazmak, ecdadın zaferleri, şanlı tarih, milletin bekası, canice, vahşet, ikinci kurtuluş savaşı, tek millet, tek bayrak, tek vatan, terör belası, sözün bittiği yer, hainler, tam destek, birlik mesajı, terör insanlık suçu, eşi benzeri görülmemiş katliam, taş üstünde taş bırakmamak, ölüm kusmak, barbarlık, modern kötülük, Halep’te çocuklar ağlıyor, üç maymunu oynamak, tek ses, ortak akıl, kuru gürültü, insanlık dramı, sessiz kalmak, sıfır tolerans, sağduyu çağrısı, herkes tek yürek oldu, vatan evlatları, yaraları sarmak, hain saldırı, millet oyunu bozdu, tek yürek olmak, faiz lobisi, 1071, Türk düşmanlığı.

*Stereotipler;* savaş mağdurları, futbol taraftarı holiganlar,

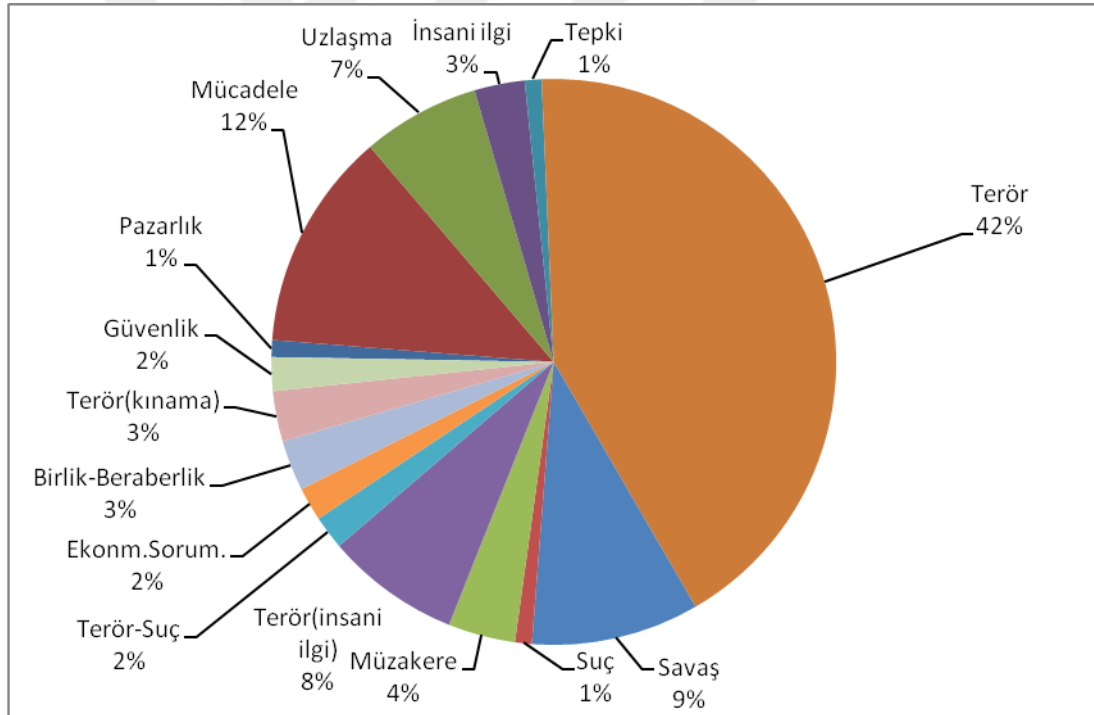
*İmgeler;* Türk Bayrağı, Rus kalpağı, istatistikî şemalar ve tablolar, cenazeler ardından bırakılan karanfil.

*Tematik bilgi kaynakları;* haberler genelde epizodik bir anlatım içerdiğinden tematik bilgi kaynakları bulgulanmamıştır.

**Tablo-5.13.ATV Ana Haberde Kullanılan Çerçevesler.**

Çerçevesler	Sıklık (f)	Haber Sayısı	Yüzdeler Oranı (%)
Pazarlık	1	105	1
Mücadele	13		12
Uzlaşma	7		7
İnsani İlgi	3		3
Savaş-Terör	-		-
Tepki	1		1
Terör	44		42
Savaş	10		9
Suç	1		1
Sorumluluk	-		-
Müzakere	4		4
Terör (İnsani İlgi)	8		8

Terör-Suç	2		2
Ekonomik Sorumluluk (Yoksulluk işsizlik)	2		2
Terör (Barış)	-		-
Terör (Birlik Beraberlik)	3		3
Terör (Kınama)	3		3
Haklılık-Haksızlık	-		-
Kriz	-		-
Yoksulluk-İşsizlik	-		-
Savaş (Dışlama, Ötekileştirme)	-		-
Barış	-		-
Güvenlik	2		2
Savaş-Meşruiyet	-		-
Savaş(Mücadele)	-		-
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>105</b>	<b>100</b>



**Grafik-5.13.1.ATV Ana Haberde Kullanılan Başlıca Çerçeve Çeşitleri.**

ATV'nin ana haber bülteninde, haberler çerçevelenirken terör konusuna ağırlık verecek şekilde bir yayın anlayışı içinde olduğu görülmektedir. Sadece terör çerçeveli haberlerin oranı %42'dir. Terör-suç, terör kınama, terör insani ilgi ve güvenlik gibi alt çerçeveler oluşturulduğunda bu rakamın epey yükseldiği ve %57'ye

ulaştığı bulgulanmıştır. Haberlerin incelemeye alındığı dönemdeki siyasi iklim ve gerçekleştirilen bombalı saldırılar ve Andrey Karlov suikastı hesaba katıldığında anaakım televizyon kanalı için bir çerçeveleme alışkanlığı olarak bu rutin davranışın sergilenmesi olağan karşılanmalıdır. Anaakım televizyonda haberlerin genelde milli birlik beraberlik, güvenlik ve terörü telin şeklindeki bir eksenle çerçeveslendiği sık rastlanan bir olgudur. Diğer çerçeveleme şekilleri politik mücadele, ekonomik sorumluluk, pazarlık ve suç şeklindedir. Bu çerçevelemelerin yüzdeleri haber bülteninin içinde çok düşük bir sayısal veriden oluşmaktadır. Uzlaşma %7 olarak tespit edilirken bu çerçevede haber kurgusu daha çok Suriye konusunda Türkiye, Rusya ve İran gibi devletlerin yöneticilerinin sorunun çözümüne yönelik geliştirdikleri ikili, üçlü ilişki ve temaslarından oluşmaktadır.

**Tablo.5.14.ATV Ana Haberde Haber Öğelerinin Öne Çıkan Unsuru.**

HABER ÖĞELERİ	Sayı	Toplam Haber Sayısı
Kim	33	105
Ne	50	
Neden	7	
Nerede	8	
Ne Zaman	4	
Nasıl	3	
<b>TOPLAM</b>	<b>105</b>	<b>105</b>

ATV ana haber bülteninde haber öğelerinden en fazla ‘ne’ sorusunun oluşturduğu bir kurgunun var olduğu tespit edilmiştir. Ne sorusuna yanıt olarak FETÖ (12), Beşiktaş’taki bombalı saldırı (12), Suriye-Halep (10), Andrey Karlov Suikastı (7), bakanların çalışmaları (5) ve dolar krizinin (5) karşılık geldiği görülmüştür. Haberin bir diğer önemli unsuru olan kim sorusunun da ise Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan (11), Başbakan (6), CHP’liler (3), MHP ve Devlet Bahçeli (3), Genelkurmay Başkanı (2), Karlov Suikastçısı (2), AKP (1) ve ABD(1) şeklinde sıralanmaktadır. Nerede, neden ve ne zaman unsurları haberlerde öne çıkarılmamıştır. Bu yüzden veri olarak değerlendirme dışı tutulmuştur.

## 6. HİPOTEZLERİN SINANMASI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

**6.1.**Topluluk televizyonları kendi izler kitlelerinin sorunlarını öne çıkaran bir yayın gerçekleştirirler:

Yol TV'nin topluluk eksenli ve alternatif bir yayıncılık anlayışı içinde olduğu bulgulanmıştır. Kendi hedef kitlesi olan Alevilere yönelik haberler, anaakımdan karşılaştırması yapılan ATV'de bulgulanmamıştır. Yol TV, Alevilerin Maraş katliamı anmasına yönelik pratiklerini ve tavrını, cemevleri ve Alevi derneklerinin yöneticileriyle görüşerek haberleştirmiş, bu olayın geçmişine yönelik ayrıntılı bilgileri kendi hedef kitlesine ulaştırarak onların taleplerini ve sorunlarını öne çıkarmıştır.

**6.2.**Topluluk televizyonları yayınlarında, söz hakkı verilmeyen toplumsal muhalif kesimlere ve onların temsilcilerine öncelik verirler:

İzlenen ilk yedi (7) haberde bu bulgulara yoğun olarak rastlanmamıştır. Fakat anaakım televizyon kanalında açıklamalarına yer verilmeyen HDP çevresinin görüşleri Yol TV'nin haberleri aracılığıyla aktarılmıştır. Bu hipotezi doğrulayacak HDP Eş Başkanı Selahattin Demirtaş'ın Beşiktaş'taki bombalı saldırı sonrası yaptığı açıklamadır. Eylem sonrası Demirtaş, saldırılarla ilgileri olmaları halinde istifa edeceklerini yazılı bir açıklamayla medya kuruluşlarına göndermiştir; ancak ATV bu konuda herhangi bir haber yayınlamazken, Yol TV söz konusu açıklamayı izlenen ilk yedi (7) haber içinde yorumsuz bir şekilde yayımlamıştır.

**6.3.**Topluluk televizyonları haber üretim sürecinde kendi öz kaynaklarını kullanarak egemen akımın tersine bir habercilik anlayışı ortaya koyarlar.

Yol TV haber kaynağı kullanımında özel ve devlet haber ajanslarına bağlı bir görüntü çizmektedir. Bu bakımdan kendi öz kaynaklarını çok sınırlı bir şekilde kullanabilmektedir. Kendi öz kaynak kullanımı anaakım ajans verileri yanında çok küçük bir orana denk düştüğünden habercilik açısından anaakımın tersine bir yayın yapması şimdilik olası görülmemektedir. Fakat anaakımdan elde edilen verilerle kendi yayın politikalarına uygun bir anlatım geliştirme yoluna gittikleri de belirtilebilir.



**6.4.**Topluluk televizyonları zorunlu kalmadıkça haber kaynağı olarak resmi ve devlet otoritesini temsil edenleri veri kaynağı olarak kullanmazlar.

Yol TV'nin incelemeye alınan haberleri bu hipotezi doğrulamamaktadır. Televizyon kanalı, özel haber ajanslarından İHA, DHA ve devlet ajansı AA'nın verileriyle haber bülteni hazırlamaktadır. Ayrıca ülke gündemi ve uluslar arası gelişmeleri de anaakım dış basına bağımlı olarak hazırladıkları tespit edilmiştir.

**6.5.**Topluluk televizyonları editöryası ve yayın politikası haber çerçevelemede kendi ideolojik, politik, sosyal ve ekonomik sorunlarını öne çıkararak görsel materyal ve buna uygun bir dil kullanmayı tercih ederler.

Bu hipotez bir ve ikinciyle bağlantılıdır. Bu konuda Yol TV'nin özellikle Alevi sorunlarını öne çıkaracak biçimde haber oluşturduğu ve buna uygun bir dil kullandığı görülmüştür.

**6.6.**Topluluk televizyonlarının kuruluş ve yayın amacı egemen siyasi sistem içinde ötekileştirilenlerin sesi olarak bir direnç odağı meydana getirmektir. Bu televizyonlar yayınlarıyla siyasi ve toplumsal olarak karşı hegemonik bir mücadele içindedir.

Yol TV gerek kurum olarak gerekse yayın politikası açısından anaakım dışı sayılmaktadır. Kendilerini de böyle tanımlayan kurum temsilcileri ve çalışanları her ne kadar anaakım verileriyle haber bülteni hazırlamış olsalar da söz konusu haberleri karşı yayıncılığın bir nüvesi olarak kullanma eğiliminde oldukları bulgulanmıştır. Haberlerin tamamında iktidar bloğu içinde bir çatlama olduğu yönünde bir çerçeve çizen Yol TV haberleri, ekonomi konusunda TÜSİAD ile hükümetin uzlaşmadığını, fikir ayrılıkları bulunduğunu, hükümetin her açıklamasından sonra doların fırladığını, MHP ve AK(AK Parti) arasındaki başkanlık ya da Cumhurbaşkanlığı sistemi konusunda çatlakları bulunduğunu, iktidar partisi içinde çeşitli krizlerin yaşandığını haberleştirerek karşı hegemonik bir yayıncılık perspektifine sahip olduğunu göstermiştir. Fakat bu karşıtlık kapitalist üretim ilişkileriyle bezenmiş mevcut sisteme değil onun uygulamalarına yöneliktir.

**6.7.**Topluluk televizyonları haber üretim sürecinde kendi öz kaynaklarını kullanmadıkları sürece anaakım medyanın habercilik anlayışının etkisinden kurtulamazlar.

Bu hipotezde de daha öncekilere bağlı olarak test edilmiştir; Yol TV her ne kadar karşı habercilik yayın anlayışı içinde olsa da anaakım medyanın kullandığı haber ve bilgi kaynaklarını kullandığı için anaakım etkisinden kurtulamamıştır. Yol TV'nin haberlerinde tablo ve grafiklerde analiz edildiği gibi anaakımın belirlediği gündemin etkisi açıktır.

**6.8.**Topluluk televizyonlarının kendilerine özgü gündemleri bulunmakla birlikte uluslar arası gelişmeler ve ülkenin genel gündeminden de etkilenmektedirler. Bu durum haber önceliklerine ve haber kaynaklarına da yansımaktadır.

Yol TV'nin bir topluluk televizyonu olarak kendine özgü gündemi olduğu belirtilse de ülkedeki ve dünyadaki gelişmelerden etkilendiği bunlarla bağlantılı haberler üretimi yaptığı bulgulanmıştır. Hem televizyon kanalı hem de hedef kitlesinin aynı siyasal, ekonomik, kültürel ve ekonomik durumlardan etkilendiği düşünülürse haberlerinde genel gündeme ilişkin bilgilerin verilmesi olağanlaşmaktadır. Bu gündemlere örnek olarak Türkiye'deki bombalı terör eylemleri, Suriye'deki iç savaş sorunu, Rusya ile yaşanan siyasi-ekonomik krizler örnek verilebilir. Yol TV bu haberleri gündeme taşırken ülke ve uluslar arası gelişmelerin etkisinde kalmıştır. Yol TV'de tüm haberlerde benzer kaynak sorunu yaşanmaktadır. Haber kaynakları açısından resmi yetkililerin açıklamaları, özel ve devlet haber ajanslarının sunduğu bilgiye bağımlı ve aynı zamanda ulusal ve uluslar arası gündem takibi de anaakımın çizgisinde gerçekleştirilmektedir.

**6.9.**Topluluk televizyonlarının habercilik anlayışı anaakımda olduğu gibi olayaldır (epizodik) ve düşünsel boyutu katan (tematik) formdaki haberler sınırlıdır.

Yol TV birkaç haber dışında sorunların ayrıntılarıyla tartışıldığı tematik habercilik anlayışını benimsememiştir. Tematik habercilikte Alevi sorunları, başkanlık tartışmalarıyla yeni anayasa görüşmelerindeki süreç haber bülteninde yer almıştır. Fakat bu oran çok düşük olarak kendini göstermiştir.

Hipotezlerin sınanması sonucunda Yol TV'nin habercilik açısından tam bir topluluk televizyonu örneği sergilemediği ancak benzer özellikler taşıdığı belirlenmiştir. Anaakıma alternatif olabilecek potansiyelinin henüz var olmadığı fakat haberlerinde anaakımın değinmediği alanlarda yoğunlaştırmasıyla alternatiflik gayreti içinde olduğu gözlenmiştir. Karşılaştırılması yapılan anaakım televizyon kanalının çerçeve dışı bıraktığı konuları ele aldığı, bunu kendi yayın anlayışı ve hedef kitlesi doğrultusunda işlediği tespit edilmiştir. Bunlara örnek olarak Alevi sorunları ve Maraş Katliamı anmasının engellenmesinde kamuoyu oluşturma çabası, Avrupa Alevi Birlikleri Federasyonu (ABF)'nin ülke içindeki muhalif kesimlerle kurdukları ilişkiler ve bunların haberleştirilmesi, aynı kuruluşun Yol TV'yle ekonomik ve örgütsel olarak bağlarının bulunması, Gezi olaylarında hayatlarını kaybeden Berkin Elvan ve Ethem Sarısülük davalarındaki gelişmeleri gündem yapmaları verilebilir. Hipotezler sınanmasında televizyonun belirli bir dönemini ve sınırlı sayıda haber bülteni izlenmesiyle elde edilen verilen kullanmıştır. Başka bir dönemde daha farklı sonuçlara ulaşmak mümkün olabilir.

## **7. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME**

**7.1.**Yol TV ana haberde bir bültenin ortalama süresi 41 dakika 29 saniye, ATV'de ise 49 dakika 15 saniye olarak bulgulanmıştır. Bu veri her iki televizyon kanalında izlenen 15 haber bültenin sürelerinin toplamının bir haber bültenine bölünmesiyle elde edilmiştir. Yol TV'de izlenen ilk yedi (7) haber süresi 15 dakika, ATV'de ise bu süre 16 dakika olarak tespit edilmiştir. Sürenin kullanımını açısından iki televizyon kanalı benzer özellikler göstermektedir.

**7.2.**Yol TV'nin % 37'yle dış politikadaki özellikle Suriye konusundaki gelişmeleri ve bunun sonuçlarını öne çıkarmayı tercih ettiği belirlenirken ATV'nin ise % 43'le asayiş-güvenlik haberlerine öncelik verdiği görülmüştür. Yol TV'nin dış haber kurgusu Suriye ve gündem gereği Halep'teki operasyonlar üzerinde şekillenmiştir. Kanalın yayın politikası nedeniyle bu konuyu aynı zamanda bir iç politika, asayiş ve güvenlik sorunu olarak değerlendirmesi aynı zamanda iktidarın (hükümetin) uygulamalarına karşı muhalefet cephesinde yer alıyor olmasının payının etkili olduğu düşünülmektedir.

**7.3.**Yol TV haberin özel konusu olarak Suriye-Halep gelişmelerini % 28’le işlerken ATV, İstanbul Beşiktaş ve Kayseri’de meydana gelen bombalı saldırı (terör) eylemlerini ve bunların sonuçlarını izleyicilerine aktarmıştır; bu oran %18’le ilk sırada yer almıştır. Yol TV’nin de bombalı saldırılara karşı tepkili bir yayıncılık yaptığı gözlenirken, “44 canımızı uğurladık” şeklinde başlıklarla haber kurguladığı tespit edilmiştir. Fakat Beşiktaş ve Kayseri saldırılarının hemen ardından gelen gözaltı ve soruşturmalardan HDP’nin etkilenmesini de haberleştirerek sorunun çözümüne katkı sunması bakımından Selahattin Demirtaş’ın gönderdiği yazılı açıklamaya da yer verilmiştir. Bu yönüyle kendi izler kitlesine yönelik haber üretimiyle ve gelişen olayların farklı boyutlarına dikkat çekmiştir.

**7.4.**Yol TV haber bültenlerini %52’yle gelişen haberler üzerine kurmuştur. Devam eden haber ise % 45’tir. ATV de aynı tarz haberciliği benimsemiş ve gelişen haberleri % 50’yle ilk sırada, devam eden haberi % 30’le ikinci ve son dakika gelişmelerini %11’le üçüncü sırada sunmuştur. Gerek Yol TV gerekse ATV, gündem takibi yapan haber anlayışıyla üretim ve sunum pratikleri ortaya koymaktadır. Yol TV’nin alternatif habercilik anlayışı yapması beklenirken ülkenin gündemindeki gelişmeleri takip ediyor olması bir dezavantaj olarak değerlendirilmelidir. İktidarın ve onunla irtibatlı çevrelerin gündemini takip ederek kendi hedef kitlesinin beklediği haber ihtiyaçlarından uzaklaştığı tespitinde bulunmak mümkündür.

**7.5.**Yol TV ana haber bültenlerinde epizodik sunuş biçimini % 95’le kullanırken ATV’de bu oran %97.20 şeklinde gerçekleşmiştir. Alternatif medya kanallarının özellikle tematik sunuş özelliklerine ağırlık vermesi genel kuramsal bir beklentidir. Gündemin bağımlısı olmayan alternatif yayınlar olgucu haber anlayışıyla kendi hedef kitlesine seslenmektedir. Fakat Yol TV’nin anaakım medya kuruluşunun yayın politikasına uygun şekildeki olaysal yani epizodik tarzı benimsediği görülmüştür. Bu durum her bir haberin yayın süresinin 1 ila 3 dakika aralığına sığdırılmasıyla yakından ilgilidir. Yol TV, haberde tematik yaklaşımı sadece ‘başkanlık’ ve ‘yeni anayasa’ konusundaki gelişmeleri değerlendirirken gazetecilerin ve uzmanların görüşleriyle çoklu boyutuyla tartışarak ortaya koymuştur. Benzer bir

haber sunuş tarzını da yine Alevi toplumunun hafızasında önemli bir yeri olan Maraş katliamı ve anmasına yönelik haberlerde hayata geçirmiştir.

**7.6.**Yol TV haber başlığı çerçevesinde % 60'la açıklayıcı/betimleyici türü kullanırken ATV'de bu oran % 48'de kalmıştır. Yorumlayıcı çerçeve türü ise ATV'de % 38'lik gibi yüksek bir orana sahiptir. Bu rakam Yol TV'de % 15'tir. Yol TV'nin gelişmeleri üçüncü bir taraf şeklinde anlatmayı yeğleyerek açıklama ve betimleme çerçevesini haber başlıklarında kullandığı bulgulanırken ATV'nin, kendisini birçok haberde iktidar çevreleri, güvenlik güçleri, bombalı saldırılarda mağdur olan vatandaş, şehit düşen askerler ya da polisler ve futbol takımı taraftarlarıyla özdeşlik kurarak sunduğu gözlenmiştir. Bu başlık türü 'yorumlayıcı' olarak kodlandığından ATV'nin başlıkları çerçevelerken izlerkitleyi yönlendirme çabası içinde olduğu ileri sürülebilir.

**7.7.**Yol TV ana haber bülteninde en fazla adı geçen ve öne çıkarılan %14'le ülkeler ve devletler (Türkiye, Rusya vb) şeklinde tespit edilirken bu durumun ATV'de %14'le Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Yol TV, özellikle Suriye konusunda Türkiye, İran, Rusya gibi ülkeleri ve devletleri sorunun muhatabı olarak değerlendirmiş, haberlerini bunun üzerine kurmuştur. Dış politikada tarafların ikili görüşmelerini, kritik süreçleri, Türkiye'yi de içine katarak temas halinde olunan ya da kriz yaşanan ülkeleri ve devletleri haberlere dahil eden Yol TV, Rus Büyükelçi Andrey Karlov suikastı ardından gelişen siyasi adımları da takip ederek izler kitlesine aktarmıştır. Ülkeler ve devletlerin kişileştirilerek haberlerde ifade edilmesi adlarının en çok geçmesine neden olmuştur. Örneğin 'Yunanistan darbeci askerleri iade ediyor', "Rusya, İran ve Türkiye, Suriye için üçlü zirve gerçekleştirdi", "Avrupa ülkelerinden Esad'a yaptırım" başlıklarında olduğu gibi, bu haberler ülkeler ve devletler şeklinde kodlandığından haberlerde en fazla adı geçenler olarak öne çıkmıştır. ATV ise protokol haberciliği özelliği sergileyerek devlet ve hükümet temsilcilerine ilk sıralarda yer vermeyi tercih etmiştir. Bu nedenle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın temasları, ikili görüşmeleri, katıldığı açılışlar, yaptığı toplantılar ATV'nin haber bültenlerinde önemli bir yer kaplamıştır.

**7.8.**Yol TV’de adı geçenlerle ilgili ifadelerde % 49 nötr bir anlatım olduğu bulgulanırken, ATV’de bu oran %8 olarak tespit edilmiştir. Nötr anlatım tam anlamıyla tarafsızlık anlamına gelmese de Yol TV’nin birçok haberinde ismi geçenlerle ilgili bu anlatım biçimini uyguladığı görülmüştür. ATV de ise bu oran oldukça düşüktür. ATV’nin haberlerinde iktidar çevrelerinin pratikleri olumlu olarak % 56’yla öne çıkarılırken muhalefetin eleştirileri ya görülmemiş ya da olumsuz olarak ifade edilmiştir. Haberlerin tamamında başta muhalefet olmak üzere diğer konularla birlikte % 39’luk bir oranla olumsuz yargı oluşturacak bir anlatı gerçekleştirilmiştir.

**7.9.**Yol TV haberleri çerçevelerken % 84 oranında basmakalıp sözler ve anahtar kelimeler kullanırken, ATV’de bu oran % 93 olarak gerçekleşmiştir. Genelde habercilerin rutin alışkanlıklarından kaynaklanan basmakalıp sözler ve haber dilinin sınırlılığı, söz konusu basmakalıp sözlerin çok sık kullanmasına neden olmaktadır. Gazetecilerin (televizyoncuların) haberi izlettirmek için kullandıkları temel kelimeler ve basmakalıp ifadeler her iki televizyon kanalının haberlerinde de tespit edilmiştir. Bu ifadeler Tablo-4.10 ve Tablo-5.10’da ayrıntılarıyla ifade edilmiştir. Öte yandan ATV’nin tematik bilgi kaynaklarına genelde başvurmadığı gözlenmiştir.

**7.10.**Yol TV haberlerinde % 56’yla yerli ve özel haber ajanslarından yararlanırken kendi kaynaklarını kullanım oranı ise % 6 gibi bir sınırlı düzeyde kalmıştır. ATV ise haber ve görüntü olarak kendi kaynaklarını kullanarak kurgu gerçekleştirmiştir ve bu oran %28’dir. Yol TV’nin özel haber ajanslarına bağlı olmasının birçok nedeni bulunmakla birlikte en önemlisi yurt dışından yayın yapıyor olmasıdır. Merkezi’nin Almanya’nın Köln şehrinde bulunması nedeniyle Yol TV, Türkiye’deki yayınlarını İstanbul’daki küçük bir stüdyodan hayata geçirmektedir. Gerek yasal düzenlemelerdeki zorluklar gerekse ekonomik sorunlar nedeniyle yeterli derecede haber kaynağına ulaşamayan televizyon kanalının, eldeki veriler değerlendirildiğinde bu zorlukları aşarak kendi hedef kitlesine haber vermekte güçlük çekeceğini söylemek mümkündür. Özellikle dominant ülke gündemini takip etmek gibi amacı olduğu gözlemlenen Yol TV’nin bu anlamda anaakım özellikli bir yayın çizgisine doğru evirildiği de tespit edilmiştir. Anaakım yayın organlarının haber kaynağı olarak seçtiği İHA, AA, DHA gibi özel ve devlet kuruluşu ajansların

görüntü ve bilgileriyle habercilik yapmaya çalışan Yol TV, Alevi toplumunu ilgilendiren konularda kendi muhabirini ve kendi görsel kaynaklarını kullanma yönünde pratikler sergilemektedir. Bu haberlerin görüntü kaynakları ise Skype ve mobil telefonlar olduğu yani yeni medya araçlarına başvurulduğu gözlenmiştir. Yol TV'nin topluluk temelli bir örgütlenme (kurumsal anlamda) yapısı nedeniyle muhabir kadrosu da buna göre şekillenmiştir. Kanala topluluk çevresinden haber toplayanlar genelde gönüllü çalışan üyelerden oluşmaktadır.

**7.11.**Yol TV haberlerinde pazarlık çerçevesini % 17'yle temel çerçeveleme olarak birinci sırada kullanmıştır. Bunu ikinci sırada mücadele % 15, uzlaşma % 9 ve terör % 8 olarak takip etmiştir. ATV ise terörü % 42'yle (toplamda % 57) ilk sırada çerçevelerken, mücadele % 12 ve savaş % 9'la üçüncü sırada yer almıştır. Her iki kanalın da yayın politikasına uygun çerçeveleme yöntemleri geliştirdiklerini söylemek mümkündür. Yol TV'nin her ne kadar özel ve devlet haber ajanslarına bağımlı bir kaynak kullanımı içinde olduğu görülse de haberleri kendi yayın politikasına, kendi izler kitlesinin yönelimlerine uygun olarak hazırladığı belirtilebilir. ATV'nin ise bir anaakım medya kuruluşu olarak devletin ve hükümetin güvenlikçi politikalarıyla, kamuoyunun beklentisi olan terör karşıtı söylemleri, milli birlik ve beraberlik ve topyekûn dayanışma beklentilerine yanıt olacak çerçevede haber kurgulamayı benimsediği tespiti yapılabilir.

**7.12.**Yol TV'de haberin temel unsurlarından kim sorusuna % 45'le yanıt arandığı görülmüştür. Bunlar arasında dış politika ağırlıklı olmak üzere Suriye, Rusya, İran gibi devlet ve ülkeler ile iç politikada hükümetin bakanları öncelikli yer almıştır. Diğer yüzdeler dilim içinde yer alanlar ise şunlardır: Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan 10, CHP 7 ve HDP 3 kere tekrarlanarak haberin öznesi durumunda sunulmuştur. 'Ne' sorusuna ise Halep-Suriye 9, dolar krizi ve ekonomideki gelişmeler 9, Andrey Karlov suikastı 5, Beşiktaş ve Kayseri'deki bombalı saldırılar ve Maraş katliamı anması yine 3'er kez haberde ne sorusuna yanıt olarak kurgulanmıştır.

ATV'de 'ne' sorusuna yanıt olarak FETÖ 12, Beşiktaş ve Kayseri'deki bombalı saldırılar 12, Suriye-Halep 10, Andrey Karlov Suikastı 7, bakanların

çalışmaları ve dolar krizi 5'er kez tekrarlanarak karşılık bulmuştur. ATV'nin haberlerinde ilk sırada yer alan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 11 kez yinelenerek haberin yapıcı unsuru olarak sunulduğu bulgulanmıştır. Bunu Başbakan Binali Yıldırım 6, CHP'liler ve Kemal Kılıçdaroğlu 3, MHP ve Devlet Bahçeli 3, Genelkurmay Başkanı Hulusi Akar 2, Karlov Suikastçısı Polis 2, AKP 1 ve ABD 1 takip etmiştir. Bu durumda ATV'nin haberdeki özneyi değil etkilenen kesimler üzerinde durduğunu ileri sürmek mümkündür. Öte yandan 'kim' konusu ikinci sırada yer alırken bu unsurun da çoğunlukla protokolda yer alan siyasetçiler olduğu görülmektedir. Özellikle haberin öznesi durumunda Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ilk sırada yer aldığı tespiti yapılması protokol haberciliğinin en temel özelliği arasında sayılmalıdır. Diğerleri ise AK Parti hükümeti ve bakanlarından oluşmaktadır. Muhalefete de yer verildiği, bu unsurların özellikle iktidarla ilişkilerinde 'olumlu' ya da 'olumsuz' durumlarına göre haberlere dahil edildiği ve öne çıkarıldığı görülmüştür. Örneğin CHP Lideri Kemal Kılıçdaroğlu, Çankaya'da Başbakan Binali Yıldırım'la bir araya gelip teröre karşı 'mutabakat' desteği verince 'olumlu', iktidarın bazı uygulamalarını eleştirince 'olumsuz' olarak yansıtılmaktadır. Hatta haberlerde, CHP'nin yöneticileri bazen FETÖ ile ilişkilendirilerek "CHP'de FETÖ çatlığı" gibi başlıklar ve içerikle kurgulanarak, hükümetin söylemine yakın bir üslup benimsediği tespit edilmiştir.



## SONUÇ

Kitle İletişim Araçlarının (KİA) mevcut kapitalist sistemi yeniden ürettiği görüşü tüm dünyada hâkim bir kanı olduğundan bu yana, toplumun ötekileştirilen, sosyal paydadan daha az yararlanan, marjinalleştirilen, sınıfsal olarak sermayenin egemenliğine tâbi olup direnenler için bu durumu tersine döndürmek, en azından medya mecrasında bir direniş odağı olarak alternatif bir yayıncılık anlayışı geliştirmek temel amaçlardan biri olmuştur.

Tüm toplumun enformasyon ve eğlence ihtiyacını karşılamak için ihdas edilen kamu hizmeti yayıncılığı gerçekleştiren medya kuruluşlarının 1980 sonrasının neo-liberal düşüncesinin de etkisiyle sermaye çevreleriyle kurdukları reklam ilişkisi, daha önceki yılların tersine kamunun geneline seslenen yapısını ve özelliklerini kaybetmesine neden olmuştur. Kamu yayıncılığı özelleştirme politikalarının da etkisiyle ve özellikle özel sektörün medya alanına girmesiyle geri plana itilmiş, yeni anlayışta, televizyon, gazete ve radyo kuruluşları sadece izleyicilerini sermaye çevrelerine pazarlayan kuruluşlara dönüşmüştür. Reklâm sektörünün dayatması ve siyasi çevrelerin beklentilerinin nihai sonucu olarak televizyonlar ve diğer medya araçları bu çevrelerle kurdukları yatay, dikey ve çapraz ilişkilerle yayıncılığın kaderini tamamen egemenler lehine dönüştürmüştür. Bu yayıncılık anlayışında egemenlerin, elitlerin, sermaye gruplarının ve siyasi iktidarların çıkarlarına uygun olanlar ön plana çıkarılırken, diğer toplumsal kesimler tüketici durumunda, verilen enformasyona razı olanlardan oluşturulmuştur. 1970’li yıllardaki siyasi ve sosyal hareketlerin etkisiyle tüm dünyada alternatif medya mecraları, egemen medya anlayışına tepki olarak vücut bulmuştur. Özellikle işçi sınıfı, Avrupa’daki 1968 öğrenci hareketleri ve sol entelektüel camianın bu konudaki tartışmaları ve çalışmaları alternatif yayınların ortaya çıkmasına vesile olmuştur. Fransa’da Liberation böyle bir yayın olma özelliğiyle hayat bulmuştur. Alternatif medyanın ilk temel ilkeleri bu yayının ortaya koyduğu çizgiye göre şekillenmiştir.

İngiliz Kültürel Çalışmaları Merkezi’nden Stuart Hall, Raymond Williams ve öncüleri Richard Hoggart’ın işçi sınıfı kültürü, alt kültürler ve onların temsillerinin medya aracılığıyla ortaya konulması konusundaki çalışmaları yeni süreçlere ışık tutmuştur. David Morley’in, Stuart Hall’un argümanlarını test etmek amacıyla

gerçekleştirdiği araştırmalar televizyonun hane halkı tarafından nasıl kullanıldığına yönelik bir araştırma örneğidir. Bu çalışmalarda yaş gruplarına, cinsiyete, ait oldukları toplumsal kesime ve bağlı oldukları dini ve mezhepsel konuma göre bir televizyon izleme şeklinin var olduğu ortaya konulmuştur. Bu verilerin ışığında bazı kesimler televizyonu sadece izleyici olarak değil aynı zamanda onun sahibi olarak kendi seslerini iktidara ve ait oldukları topluma duyurmak adına alternatif medya aracı olarak kurma girişimlerinde bulunmuşlardır. Dünyada özellikle 1980 sonrası birçok alt sınıftan kesimler, radyo, gazete, dergi ve televizyon gibi araçları alternatif haber, program, belgesel ve diğer türleri anaakıma karşı ya da onun dışında bir özelliğe sahip olarak hayata geçirmişlerdir. Bu bağlamda söz konusu çalışmanın sonucu olarak çeşitli topluluklar, azınlıklar ve alt kültürler kendi temsillerine yeterince yer vermediklerini düşündükleri KİA'lerden koparak yeni medya arayışları içine girmişlerdir.

1980 sonrası post-modernist anlayışın ürünü olarak da ortaya çıkan çok kimlikli, çok kültürlü, yeni aidiyetler ve eski kimliklerin dönüşümüyle şekillenen toplum yapısına ve bireyine uygun medya araçları ihtiyacı da kendine karşılık bulmuştur. Sol çevreler, anarşistler, çevreciler ve feminist hareketler, etnik kökeni farklı olan azınlık gruplar kendi medyalarını yaratmanın gayreti içine girmişler bu konuda da önemli adımlar atmışlardır.

Türkiye de bu tür siyasi ve sosyal hareketlerin en yoğun yaşandığı ülkelerden biri olmuştur. 1980 sonrasında ideolojik politik ikliminin ağır etkisiyle kendi içine çekilen egemen sınıf dışı kesimler, görece rahatlamanın yaşandığı 1990'larda çıkardıkları çeşitli gazetelerle temsiliyet gücünü artırmayı denemişlerdir. Aynı dönemlerde kamu yayıncılığı tekeli bulunan TRT'nin egemenliğine son verecek, sermaye çevrelerinin oluşturdukları yayın kuruluşları televizyonlar bir bir sahneye çıkmıştır. Fakat bu televizyon kanallarının hemen hepsi birbirinin benzeri programlar ve habercilik anlayışıyla, kamu yayıncılığının tekçi, birlikçi, çeşitliliği dışarıda bırakan yönlerine alternatif olamamış, tersine bu yayıncılığı daha da sıradan hale getirerek sadece eğlence amaçlı bir çerçeveye oturmuştur.

Gerek habercilik gerekse eğlence kültürü açısından toplumun yapısal sorunlarına eğilmeyen bu televizyon kanallarına alternatif olarak irili ufaklı

yayıncılık yapmaya çalışan televizyon kanalları kurularak yanıt aranmaya başlanmıştır. Alevi televizyonları da böylesi bir ortamın ürünü olarak değerlendirilmektedir. Türkiye’de sayısal ve toplumsal olarak önemli bir yekun teşkil eden Aleviler, uzun yıllar toplumsal alanda olduğu gibi medyada da görmezden gelinmiş, araştırma nesnesi olmuşlar, çok az bir kesimi ise kendi ürettikleri küçük çaplı dergilerle seslerini duyurmaya çalışmışlardır. Cem TV’nin öncülü sayılabilecek Cem dergisi çevresinde örgütlenen bazı Alevi toplulukları daha sonra devlet ve hükümetlerle kurdukları ilişkilerle televizyon kanalı inşa etmeyi başarmışlardır. Cem TV çevresi özellikle kurucusu olarak kabul edilen Prof. Dr. İzzetin Doğan, Alevilerin inanç ve eşit yurttaşlık konusundaki taleplerini bu televizyon kanalıyla Türkiye’ye ve uluslar arası mecraya taşımış adeta Alevi toplumunu kamusal alanda görünür kılmıştır. Alevilerin inançla ilgili sorunları olan cemevlerinin yasal statüsü, çocuklarına yönelik dini eğitimin zorunluluğu konusundaki kararları Avrupa İnsan Hakları Mahkemesine (AİHM) taşıyan söz konusu çevreler, bu gelişmeleri kurdukları televizyonlar aracılığıyla her kesime duyurma fırsatı elde etmişlerdir.

TRT’nin hiçbir sorunu olmayan topluluk olarak lanse ettiği Alevi-Bektaşî toplumunun temsili bu kamu kanalında birkaç programla sınırlı kalmıştır. TRT’nin mevcut resmi yayıncılıktaki yaklaşımının bir ürünü olarak “*Bu toprağın canları*”, “*Ali’ye saydılar bizi*” gibi yapımlarla Alevileri salt inançsal boyutuyla ve çok sınırlı bir şekilde yansıtarak adeta yasak savıldığı gözlenmiştir. Bu programlarda Aleviler, Bektaşîler resmi paradigmanın söylemi eşliğinde işlenerek, “gerçek Türkler”, “millî birlik ve beraberlik” argümanının mozaikçi bir yaklaşımına denk düşen referansla sunulmuştur. Bu temsilin yeterli olmadığını ve ötekileştirildiklerini düşünen Alevi toplumunun çoğunluk kesimi, seslerini duyurmak ve sorunlarını anlatmak, çözüm üretmek amacıyla kendi medya araçlarını kamusal bir alan olarak kullanmak niyetiyle oluşturmuşlardır.

Alevi toplumunun yeni kuşağının Avrupa’daki varlığı ve seslerini duyurma isteği medya alanına özellikle de televizyon kurma girişimlerine neden olmuştur. Yol TV Alevilerin sorunlarını işlemek, onların sorunlarını diğer toplumsal kesimlerin sorunlarıyla birlikte dile getirmek amacıyla, Avrupa’daki Alevi örgütleri tarafından 700 ortaklıkla kurulmuştur. Avrupa Alevi Dernekleri Federasyonu (ABF) tüzel

kişiliğindeki bir kurumsal kimliğe sahip olan Yol TV, bu bakımdan tam bir topluluk televizyonu özelliği sergilemektedir. Topluluğa hizmet televizyonu olarak, alternatif medya kuramına uygun bir inşa ve pratikle hayata geçirilmiştir. Televizyon sivil toplum kuruluşlarıyla da organik ilişki içindedir. ABF yöneticileri aynı zamanda Yol TV'nin yöneticileri ya da kurucuları arasında yer almaktadır. Televizyonun giderlerini yine aynı topluluk üyeleri karşılamaktadır. Yol TV, sosyalist bir geleneğin devamı olarak bilinen BirGün gazetesi çevresiyle yakın ilişki içindedir. Her iki kurum arasındaki dayanışma Internet üzerinden yayın ağıyla daha da geliştirilmiştir. Sol, sosyal demokrat ve sosyalist çevreleri hedef kitle olarak belirleyen BirGün gazetesiyle Yol TV'nin bu yakınlaşması karşı hegemonya kurma mücadelesinin etkili olmasa da önemli bir örneğini teşkil etmektedir.

Yol TV'nin yayıncılık anlayışında Aleviler, sol çevreler, Kürt siyasetinin TBMM'deki temsilcileri ağırlıklı olarak yer almaktadır. Bu bakımdan muhalif bir yayın kanalı olarak görülmektedir. Alternatif olma potansiyeli taşıyan yayınlarıyla dikkati çeken Yol TV'nin şimdilik en büyük açmazı anaakım medya kuruluşlarına girdi sağlayan, yani görüntü ve haber bilgisi veren ajansların verilerini kullanıyor olmasıdır. Televizyon, profesyonel olmayan eleman çalıştırmakla alternatif medya kuramındaki temel özellikleri taşıdığı, haber stüdyosundaki sunucunun bir sonraki bültende muhabir olarak haber veriyor olması, kamuoyunca tanınmış ünlü habercilerin üzerinden bir sunum gerçekleştiriyor olmaları, en azından bu çerçeveden bakıldığında anaakım dışı sayılmasına imkân vermektedir.

Öte yandan bu özellikleri taşıyan Yol TV bültenlerinde, anaakım medyadaki haber aktörlerinin ağırlıklı olarak yerini koruduğu, alternatif medyanın temel özelliklerinin dışında bir haberciliğe doğru kayma belirtileri gösterdiği söylenebilir. Fakat haberlerin çerçevelendirilmesi ve aktarılmasında ifade edildiği gibi söz konusu ağırlıklı orana sahip haber aktörleri genellikle *'kriz'* çerçeveli bir anlatımla izleyiciyle buluşturulmuştur. Örneğin hükümet ve devlet yetkilileri *'başkanlık'*, *'ekonomik kriz'*, *'dolar krizi'* ya da *'Suriye'* konularında olduğu gibi hükümet yetkililerinin verdikleri beyanatların, muhalif bir bakış açısıyla sunulduğu kaydedilmelidir. Alternatif medyanın muhalif olduğu yönündeki yaklaşım, Yol TV'nin haberleri çerçevelerken uyguladığı bakış açısıyla uyum içindedir.

Fakat Yol TV'nin izlenen ilk yedi (7) haberinde gerek meclis dışı muhalefet ve gerekse alternatif medyanın ilgi göstermesi gerektiği varsayılan toplumsal kesimlerin fazlaca yer almadığı bulgularan bir gerçektir. Ancak haber bülteni izleme sınırlaması ilk yedi (7) haber üzerinden yapıldığı için haber aktörleri arasında, işçiler, kadınlar, kadın hareketi, gençler, sol ve sosyalist hareketler, sendikacılar, etnik ve dini azınlıklar, radikal silahlı muhalif gruplar, çevreci gruplar, alt-kültür temsilcileri, hayvan hakları savunucuları, muhalif-kültür, sanat hareketleri, bilimle ilgili gelişmeleri içeren haberlerin ve bunların çerçevelerinin nasıl kurgulandığı gözlenememiştir. Bu durum kanalın haber önceliklerinin kimler olduğu konusunda net bir veri sağlamazken, alternatif televizyon olmadığı anlamına da gelmemelidir. Çünkü haber bültenin tamamında söz konusu kesimlerin varlığına tanık olunmuştur. Ancak haber bülteni sıralamasında ilk yedi (7) haber içinde olmadıkları ya da çok az temsil edildikleri görülmüştür.

Bunlardan bazıları hem topluluk aidiyeti hem de ideolojik duruşu gösteren alternatif televizyon olma çabası açısından dikkat çekicidir; Yol TV, anaakım medyada artık görünmez ve takip edilmez duruma gelen unutulmuş olay ve olguları ekranlarına ve bültenlerine taşımıştır. Bunlardan biri 1978 yılında gerçekleştirilen Alevilere yönelik saldırılarda hayatlarını kaybeden insanların durumlarına ilişkin haber çalışmasıdır. Söz konusu dönemde hayatlarını kaybeden Alevi yurttaşların anmaları haberlerde ayrıntılı bir şekilde anlatılarak sahiplenilmiştir. Bir diğeri ise Gezi olaylarında hayatlarını kaybeden Berkin Elvan ve Ethem Sarısülük'ün devam eden davalarına yönelik geliştirdikleri tutumdur. Televizyon her iki davada da adli sürecin verdiği cezayı değerlendirmiş, yargının adaletsiz bir tutum içinde olduğunu iddia ederek, kendi hedef kitlesine yönelik bir habercilik içinde olduğunu göstermiştir. Bu duruma taraf olarak takip gerçekleştirmiştir. Öte yandan sivil toplum kuruluşları temsilcilerinin söz konusu davalar hakkındaki görüşlerine de yer vererek, alternatif bakış açılarını ve sonuçlarını ekranlarına taşımıştır.

Diğeryandan Yol TV'nin kurucuları arasında yer alan ve aynı zamanda ABF onursal başkanlığı da yapan Turgut Öker'in 2015'te HDP'den milletvekili seçilerek TBMM'ye girmesi söz konusu televizyonun muhalif Kürt hareketiyle de ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Antonio Gramsci'nin ifade ettiği 'tarihsel blok'

perspektifinden bakıldığında, Yol TV'nin organik ilişki içinde bulunduğu çevrelerin sol, sosyalist kesimler, sivil toplum kuruluşları, sol entelektüeller, CHP, sol sendikalar olduğu belirtilebilir. Alternatif yayıncılık elbette sadece bu sayılan örneklerle sınırlı değildir; başka ideolojik, sosyal ve kültürel kesimlerin de kendi görüşlerini ve taleplerini yansıttıkları yayın organları alternatiflik potansiyel taşıyabilmektedir.

Yol TV'nin karşılaştırılması yapılan AVT ile hegemonik bir mücadele içinde olduğu yönünde bir anlayış çok gerçekçi bir tespit olmasa da anaakım dışı, etkin hakim kültür taşıyıcısı olmadığı hatta karşısında olduğu varsayılabilir. Etkin hakim kültürün taşıyıcısı ve hatta temsilcisi olduğu ileri sürülebilecek anaakım televizyonun habercilik anlayışı seçmeci ve bazı gerçekleri dışarıda bırakmak şeklinde tarif edilmektedir. ATV'nin özellikle Beşiktaş'taki bombalı saldırı sonrası HDP'ye yönelik yapılan gözaltı operasyonları haberleştirmemesi, Eş Genel Başkan Selahattin Demirtaş'ın konuya ilişkin yaptığı açıklamaya yer vermemesi, haber çerçeveleri oluşturulurken anaakımın neleri dışarıda bıraktığı neleri gündeme alması bakımından bir veri oluşturmaktadır. Söz konusu açıklamaya Yol TV yer verirken, HDP'nin 'olayla ilgili bir bağının tespiti halinde istifa edileceği' yönündeki haber ATV'de yer almamıştır. ATV haberi bombalı saldırı sonrası HDP'ye yönelik geniş çaplı gözaltı operasyonu şeklinde vererek, hem egemen söylemin bir parçası olarak ideolojik bir duruş sergilemiş hem de anaakım dışı kalan aktörleri görmezden gelmiştir.

Çağdaş bir toplumda etkin hâkim kültürün yapısından söz edilirken ideolojiyle ilişkilendirilir. Burada aslolanın bu kültürün seçmeci bir özelliğinin bulunmasıdır. Bu kültürde özellikle medya kültür ürünleri olarak sayılabilecek haberlerin de seçmeci bir anlayışla izler kitleye aktarıldığı bilinmektedir. Türkiye'de anaakım medyanın izlenen televizyon kanalının burada ATV'nin-geçmiş ve şimdinin mümkün olan tüm olanından belli anlamları ve pratikleri vurgulamak, diğerlerini çerçeve dışı bırakma adına bir haber çizgisinde olduğunu belirtmek gerekir. Örneğin, iktidarın uygulamalarına karşı olan gerek Meclis içi gerekse meclis dışı muhalefeti ya hiç bültenlerine taşımamakta ya da olumsuz olarak yansıtarak, seçmeci bir tarz benimseyip ideolojik bir duruş sergilemektedir. Örneğin "CHP'de FETÖ Çatlağı" böyle bir bakışın ürünü olarak yansıtılmıştır. Oysa Yol TV benzer haber

kaynaklarından beslenmesine rağmen, bu seçmeci haber anlayışının dışında bir çizgi doğrultusunda haber yapma gayreti içindedir. Egemen ideolojinin hayatın her alanına sinemediği yaklaşımından hareketle, kendi dünya algısına ve izlerkitlelerinin beklentisine yönelik haber yayını gerçekleştirmektedir. Bu bakımdan farklı bir medyadır.

Televizyon haberlerinin de popüler kültür ürünleri olduğu varsayımından hareket edildiğinde anaakımın egemenlik altına alma girişimlerine karşı alternatif medya örneği olarak ileri sürülebilecek Yol TV'nin bir takım sıyrılmaca taktikleri geliştirerek haber anlatı ve sunum teşebbüslerinde bulunduğu ortadadır. Anaakıma haber sağlayan ajansların haberlerini, kendi ideolojisi doğrultusunda dönüştürüp değiştirerek ve ona yeni anlam ve bakış açıları katarak yeniden kurgulayan Yol TV, güçsüzlerin ve tâbilerin kültürü olan popüler kültür ürünlerini-haberleri- muhalif bir dönüştürmeye tabi tuttuğu ileri sürülebilir. Popüler kültür ürünleri, dönüştürülmesine rağmen onları dönüştürenlerin ellerindekilerle yetinmek zorunda olmasıyla açıklanmaktadır. Bunun aynı zamanda güçlüye direnmenin onlardan sıyrılmamanın bir yolu olarak da görülmesi gerektiği belirtilir. Popüler kültür ürünlerinde olduğu gibi anaakımda yer alan haberleri alternatif ve muhalif olma iddiasındaki diğer medyalar bir çeşit yeniden üretim gerçekleştirerek kendi izlerkitlelerine aktarmaktadırlar. Yol TV bu konuda kendi kısıtlı olanaklarıyla edindiği haberleri ve aynı zamanda egemenlerin kaynaklarından edindiklerini yine mevcut egemenlik ilişkileri içinde dönüştürme arzusu içindedir. Bunu da zaman zaman gerçekleştirdiği görülmüştür.

Popüler kültür ürünleri -burada televizyon haberleri demek gerekir- hileli ve kendini sistem içinde hissettirmeden ama çoğunlukla muhalif şekilde organize eder. Sessizdir ve neredeyse görünmezdir, çünkü bu üretim kendini, kendisine ait ürünlerle belli etmez. Kendini egemen ekonomik düzen tarafından dayatılan kullanma biçimleriyle ortaya koyar. İnsanlar, egemenler tarafından üretilen kültür ya da meta ürünlerini egemen üretim ve tüketim biçiminin istediği yönde değil kendi arzularadıkları ve biçimlendirdikleri yönde şekillendirir. Bu durum aynı zamanda reddedişi de içinde barındırır. Yol TV'nin kaynağı kendine ait olmayan egemen anaakımın ürettiklerini dönüştürmeye yönelik bir anlayış içinde haber hazırladığı

açıktır. Fakat bu haber şekilleri aynen diğer popüler kültür ürünlerindeki gibi ‘amorfl’ bir yapıdadır, yani şekli bozulmuştur ama yeni bir şekil de ortaya çıkmamıştır.

Yol TV gerek ideolojik duruşu gerekse seslendiği topluluğun temel sorunlarına çözüm üretmek adına gayret gösterirken, Türkiye’deki egemen yayıncılık akımının derin etkisinde kalmaktadır. Ancak bu etki tam anlamıyla yayın politikasını teslim alamamıştır. Televizyon, ülke gündemini takip ederken haber anlayışını da kendi öz gündemleriyle ilişkilendirerek dönüştürme gayretindedir.

Farklı sınıflar aynı dilin bir parçasını kullanmasına karşın sonuçta farklı yönelimlere göndermelerde bulunarak ideolojik denilen alanda kesişmektedirler; Yol TV’nin alternatiflik çizgisi, izlenen haber bültenlerindeki yaklaşımı ve haberleri çerçeveleme şekilleri ‘tâbi’ sınıfların sıyrılma taktiği olarak da kaydetmek gerekir. Fakat sıyrılmanın en önemli özelliği onun direnişçi bir çeşit muhalif nitelikte olması, farklı okuma ve kullanım biçimine özgü fırsatlar sunmasıdır. Yol TV, haberlerini kriz çerçeveli bir yaklaşımla oluşturarak egemen söylemin ve ideolojinin dışında bir yaklaşım ortaya koymaya çalışmaktadır ve egemenlerin ürettiği haberleri, kendi amaçları doğrultusuna kullanmaya yönelik bir pratik sergilemektedir. Başkanlık tartışmaları haberlerinde bunu görmek mümkündür; AKP ve MHP arasındaki görüşmelerdeki uzlaşmazlıkları öne çıkarmak, dolar krizinde ekonominin sorunlarının yapısal krizler olduğunu işleyerek sunmak, Suriye’deki gelişmeleri hükümetin politikaları çerçevesinde değil, kendi ideolojik ve politik duruşları noktasından değerlendirerek vermek belli başlı örnekler olarak gösterilebilir. Bu yayıncılık daha çok muhalif tarzda da olsa egemenlerin ürettiği ajans haberlerine kendi bakış açılarını katarak, yeniden yorumlayarak sunmaları özünde alternatif olma çabası olarak değerlendirilebilir. Öte yandan Yol TV sadece ülke içindeki egemen haber ajanslarına değil uluslar arası yabancı kaynaklara da bağımlı bir habercilik yapmaktadır. Reuters bunlardan en bilineni olarak öne çıkarken, bu kaynaktan gelen haberi ‘kesin doğru bilgi’ olarak lanse ettiği tespit edilmiştir. Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu’nun Rusya’nın Suriye politikasında Türkiye ile çelişkiye düştüğü yönündeki haberi yalanlayarak ‘Reuters’a değil bizim açıklamalarımıza itibar edin’ demesi de haberleştirilirken Yol TV’nin iki kaynak arasında karşılaştırma yaparak,



söz konusu haber ajansının verdiği bilgilerin daha doğru olabileceği imasında bulunduğu tespit edilmiştir.

Alternatif medya yerleşik kurumsallaşmış siyaseti eleştiren, toplumda değişimi savunan veya en azından geleneksel değerlere yönelik bir karşı duruş sergileyen, açıkça reddeden veya ona meydan okuyan kitle iletişim biçimleridir. Bu noktada Yol TV genel yayın politikalarında bu çizgiyi tutturduğu belirtilebilir fakat haberlerde bu durum belirgin bir şekilde ortaya konulamamıştır.

Alternatif medya belli bir topluluğa odaklanan söz konusu topluluğun ilgilerine ve problemlerine göre bir yayıncılık anlayışı güden medya türüdür. Alternatif, topluluk ya da radikal medya akımını, içinde dini cemaatlerin, etnik grupların, sol radikallerin, eşcinsellerin, feministlerin, kendilerine kitle medyasında yeterince yer bulamayan kesimlerin, kendi çabalarıyla yarattıkları ekonomik kaynaklarla oluşturdukları medya alanıdır. Yol TV'nin kuruluş özellikleri bu tanıma tam olarak uygunluk göstermektedir. Alevilerin her ne kadar sosyo-kültürel bağlama oturtulsa da esasında dini bir cemaat özelliği taşıdığı da bilinmektedir. Bu bakımdan Yol TV aynı zamanda bu dini cemaatin temel özelliklerini de yansıtmaktadır.

Topluluk medyası coğrafya ve etnik kimliğe göndermede bulunur. Küçük ölçekli ve fazlasıyla yerleşmiş medya organları olarak görülürler. Bir takım taraflı ideolojik yayınlara karşı, alternatif medyanın güvenilirlik olgusunu yeniden tesis etmede yararı olabileceği belirtilir. Karşıt hegemonik bir iktidar bloğu oluşturabilir. Yol TV, Avrupa'da olsa da esasında Türkiye'ye yönelik yayın gerçekleştirmektedir. Bu yayının temel özelliği de esasında Alevilerin yoğun olduğu bölgelere yöneliktir yani coğrafik bir göndermede bulunmaktadır. Yol TV'nin haber bültenleri dışındaki program ve yayınlarında Alevi toplumunun kırsal bağları ve örüntüleri bölgesel ve yerel düzlemlerde de işlenmektedir.

Alternatif medya baskın olmayan bir söylem ve temsille birlikte, mümkünse karşı hegemonik söylemi ve temsili hayata geçirir. Alternatif medya, siyaseti oluşturan sınırların genişletilmesi, ırkçılık karşıtlığı, her türlü ayrımcılığa karşı duruş, kadın hakları ve çevre sorunları ve diğer hak ihlallerinde taraf olmaktadır. Yol TV'nin kuruluş bildirgesinde böyle bir hedefi olduğu açıkça deklare edilmiştir. Fakat

karşılaştıkları temel zorluklar bu yaklaşımın özellikle habercilik alanında hayata geçirilemediğini göstermektedir.

Alternatif medyanın motivasyonu ve amacı; ticari olmayan, insanların, kültür, eğitim ve etnik haklarını arama, iktidar yapısına muhalif bir tutum içinde olma ve dayanışma ve destek için ağ oluşturma şeklinde ortaya konulmaktadır. Alternatif medyanın ekonomik kaynağı konusu ve genel duruşu ise devlet ya da ona bağlı faaliyet gösteren belediyelerden gelen bağışları ve reklam gelirlerini kabul etmeme, gönüllü çalışmaya eklenme, profesyonel olmayan erişim ve katılımı sağlama ve haber seçimlerinde ve önceliklerinde farklı kriterlerle hareket etme, egemen söylemelere eklenmeme ve tamamlayan söylemlerden kaçınma ya da karşı olma, hegemonik politikalara alternatif bir ifade vizyon ve önermeler getirmek olarak sunulmaktadır. Kanal hakkında edinilen bilgilerde Yol TV'nin gerek kuruluş bildirgesinde gerekse pratiklerinde söz konusu yaklaşımları hayata geçirdiği belirtilebilir.

Topluluk alternatif medyası, topluluğun sahip olduğu ideolojiyi ve temsilleri ifade eder. Topluluk alternatif medyası, dezavantajlı konumda bulunan toplulukların ve ezilenlerin mevcut toplumsal etiketlenmelerden ya da tek taraflı sunulmalarından kurtaracak kanallar açmak gibi bir misyonu bulunmaktadır. Yol TV temsil ettiği topluluğun yani Alevilerin ve toplumun ötekileştirilenlerinin sözlerinin hakim olduğu bir kanal hüviyetindedir. Bu bakımdan ideolojik olarak topluluğun sahip olduğu değerleri yansıtmaktadır. Öncelikleri, Alevi toplumu ve onun sorunları, siyasal ve sosyal talepleridir. Ancak teknolojik yetersizlik ve kullanım eksikliği, küçük bir aralığa, yerelliğe ve topluluğa hizmet, bu medyanın gittikçe etkisizleşmesine ticari medya şekli almasına ve bu işleyişle ayakta kalma yoluna girmesine neden olmaktadır. Bu sorun Türkiye'de alternatif medya olma amacıyla yola çıkan kesimler için de geçerlidir. Bu yüzden ayakta kalabilmek, irili ufaklı reklam gelirleri elde etmek için sermaye çevreleriyle ilişki kurmak zorunda kaldıkları görülmüştür. Örneğin THY, Palmolive ve Vodafone gibi şirketlerin reklâmlarını yayınlamak gibi ticari faaliyetler Alevi televizyonlarında son zamanlarda görülen bir uygulamadır.

Tabandan gelen alternatif medyada profesyoneller katkıda bulunabilirler, alternatiflik onları dışlamaz, ancak onların rollerini ve fonksiyonlarını yalnızca

rehberlik noktasıyla sınırlandırmak gerekmektedir. Cem TV’de Enver Aysever’in genel yayın politikalarını yapılandırmak için televizyonun başına getirilmesi buna uygun bir örnektir. Fakat bu durum fazla uzun sürmemiştir. Televizyonda çalışanlar hizmetlerinin karşılığında belli bir ücret almaktadır ancak bu anaakımın ücret politikasından tamamen farklıdır. Çalışanlar arasında ekonomik gelir bakımından uçurumların olmadığı belirtilmiştir.

Alternatif medya sadece ötekileştirilmiş olanların değil varsılların, yoksulluk çekenlerin, toplumsal cinsiyet ayrımına uğrayanların, kültürel kimlikler bağlamında dezavantajlı durumda bulunanların, ayrıca bu konumda olmasalar bile vasatı tüketmek istemeyenlerin başka bir medya ihtiyacını karşılar. Topluluk alternatif medyası karşı-kamusal ve daha gevşek örgütlenmiş ya da hiç örgütlenmemiş, geçici nitelik taşıyan gruplardan oluşmaktadır. Topluluk medyasına uygun örnek olarak Alevi ve Kürt medyaları (radyoları) ve belirli İslamcı kesime ait radyolar geleneksel manadaki topluluk medyasına örnek verilebilir. Yol TV, sadece bir Alevi televizyonu olarak değil diğer kesimlerin de sesi olmaya çalışmaktadır. Bu bakımından rutin dışı bir özellikte olduğu ileri sürülebilir. Fakat habercilik anlayışında bunu görmek mümkün olmamıştır. Yol TV’nin diğer programları ise bu tür özellikler barındırmaktadır.

Öte yandan bu medyaların mesajlarını üreten ve tüketenlerin de topluluk üyesi oldukları gerçeğini belirtmek gerekmektedir. Bir takım gelir kaynakları bulamazsa mevcut piyasa koşullarında hayatta kalması mümkün değildir. Bu yüzden bu medyalar sponsorluk ve özel reklâm gelirleriyle ayakta durmaya çalışmaktadır. Yol TV, kuruluş bildirgesinde ifade ettiği gibi çeşitli sponsorluk ve gelir kaynakları elde etmeyi planlamaktadır. Böylece mevcut piyasanın dayattığı ideolojik yönelimin dışında kalmayı hedeflemektedir. Ayda 60 bin dolar uydu kiralama ücreti ödediği belirtilen televizyon kanalının bunu karşılamak için çeşitli ekonomik gelir kaynakları yaratmak zorunda olduğu açık bir gerçektir.

Topluluk ve azınlık medyasını yaşadığı en temel sorun, yaşamlarının kısa sürmesidir. Piyasa ve pazardaki gerçekler bu medyanın rekabet edebilmesini engellemekte ve başarısız olmalarına neden olmaktadır. Yol TV gerek ekonomik gerekse yasal olarak zorlu günler yaşamıştır. Fakat televizyon Alevi toplumunun

Avrupa’da örgütlü yapısından yararlanarak ayakta kalmayı başarmıştır. Türkiye’de alternatif muhalif medya mecralarının yaşadığı en temel sorun ‘terörle’ ilişkilendirilmek konusudur. Alternatif medya kanallarının ekonomik kaynak yetersizliğinden daha çok radikal siyaset ve terörle ilişkilendirilmek ömürlerinin uzun sürmemesinin başlıca nedeni olarak belirtilmelidir. Örneğin bir başka Alevi televizyonu olan TV 10’un yayını böyle bir gerekçeyle durdurulmuş ve sonra da kapatılmıştır.

Kısıtlı olarak yayın yapan topluluk televizyonları etkinlikleri arttıkça daha geniş bir alana yayılmakta, kendilerine ulusal yayın spektrumunda ve sayısal televizyon platformunda yer bulabilmektedir. Bu alandaki varlıkları ise büyük oranda bağışlara, üyelik aidatlarına ve gönüllü çalışanlara dayanmaktadır. Çok katmanlı yapılara sahip bazı topluluk televizyonları konsorsiyum gibi örgütlenme pratikleri geliştirerek hem karasal frekanslar üzerinden yayın yapmakta hem de ürettiği içeriği İnternet üzerinden takipçilerine/izleyicilerine aktarmaktadır. Bu televizyonların içerik üreticileri yine topluluk üyelerinden oluşmaktadır. Yol TV’nin pratikleri sözü edilen yayın şekli tanımlamalarıyla uyum içindedir. Yol TV’nin hayatta kalabilmesi için özellikle üyelik aidatlarına ihtiyacı bulunmaktadır. AABF’nin yönetici ve üyelerinin aynı zamanda televizyonun hem gönüllü çalışanı hem de sahibi olduğu gerçeğinde hareketle, ekonomik dayanışma içinde buldukları açıktır. Televizyon çalışanları kurum olarak, olası yayın sorunlarında, yasal ve ekonomik yaptırımlarla karşılaştıklarında kendilerine yeni bir yayın platformu imkanı veren İnternet’i kullanabilmektedirler. Televizyon yayınının durdurulduğu üç aylık süre boyunca İnternet’teki sitesi üzerinden hedef kitlesine ulaşmıştır. Bu durum yayın yasağının kalkmasından sonra da devam etmiştir. Yol TV izlerkitlesine İnternet’teki sitesinden de canlı yayınlar yaparak seslenmekte ve hedef kitlesinin yayınlara erişim olanaklarını ve katılımlarını çeşitlendirerek daha interaktif bir yayıncılık anlayışı izlemektedir.

Yol TV’nin haber konusundaki sorunlu halini başka alternatif kaynaklardan beslenmediği sürece gerçek manada aşması zor görünmektedir. Anaakım medyada haberler yeni, ani, henüz meydana gelmiş ya da böyle bir şeyin devam niteliğinde iken, alternatif medyada bunun aksine habercilik anlayışı olaydan daha ziyade süreç

odaklı bir yapıdadır. Alternatif medya yayınladığı haberde neden-sonuç ilişkisi kurmalı ve bağlantılarını ve bağlamını da ortaya koymalıdır. ATV'nin haber bülteninin anaakım özellikleri gösterdiği açıktır, fakat alternatif olmak iddiasındaki Yol TV'nin birkaç haberi dışındaki gelişmeler bildik anaakım haber özellikleri taşımaktadır.

Yol TV de dahil olmak üzere Türkiye'de alternatif medya sayılabilecek belli başlı yayın odakları bulunmaktadır. Fakat bu odaklar da gerçek anlamda toplumun tamamına seslenecek niteliklerden uzaktır. Alternatif medya konusu genelde sol ideolojik politik bir çizgiyle ilişkilendirildiğinden muhalif ve alternatif bir yayın organının sermaye kıtlığı ve sermayeye karşı oluşu doğal olarak kendi sınırlarını belirlemektedir. Türkiye'deki sol politik çizgi tüm çabalarına rağmen gerçek manada bir alternatif medya yaratamamıştır. Yine de geniş kitleler içinde erimek istemeyen ve sesini duyurmak amacıyla kanallar arayan kesimler, ezilenler, alt-kültürler, etnik yapılar, işçiler, öğrenciler, feministler vb, toplumda gösterilmek istenmeyen veya ötekileştirilenlerden yana bir pozisyon belirleyenlerin yayınları olarak alternatif medya araçları ortaya çıkmaya ve çoğalmaya başlamıştır. Fakat söz konusu yayıncılık pratikleri gerçek anlamda alternatif olmaktan epey uzaktır. Geçmiş de dâhil olmak üzere özellikle sol medya bugüne kadar siyasi-ideolojik yetersizliklerinin yanı sıra ve mesleki-teknik olgunluk eksikliği nedeniyle gerçek anlamda ciddi ve popüler bir muhalefet kanalı oluşturamamıştır. Parçalanmışlık, bölünmüşlük, çoğu zaman iç bağlantıları sorunlu hatta birbirlerinden haberi olmayan grup ve grupçuklar Türkiye'de bağımsız medya adacıklarında muhalefet geliştirmeye çalışmışlardır. Günümüzde bunlardan Evrensel, BirGün, İnternette Zaytung, BİANET imkânları dâhilinde iktidarı eleştirme ve yeni seçenekler sunma gayreti içinde oldukları görülmektedir. Son zamanlarda özellikle İnternet'te bu yayınlara yenileri de eklenmeye başlanmıştır. Fakat bu yayın organlarının ömürleri uzun sürmemektedir.

Yol TV'nin birçok niteliğiyle alternatif bir topluluk medyası (televizyonu) özelliği barındırdığı açık ortadayken diğer sol politik çizgide yer alan medya araçlarının yaşadığı sorunlara muhatap olmaktadır. Türkiye'de alternatif medya olmanın tüm zorluklarıyla yüzleşen televizyon kanalı, habercilik açısından alternatif

oluşturmasa da böyle bir potansiyeli taşıdığı, programlar ve kurum olarak ise alternatif bir topluluk televizyonu olarak var sayılması gerektiği belirtilmelidir. Ancak Yol TV genel manada anaakımın habercilik anlayışını haber bültenin sürelerinin kullanımına bakıldığında spontane bir şekilde benimsediği görülmektedir; örneğin anaakımda bir haber bültenin ortalama süresi 45 dakika civarındadır. Süreyi kullanma konusunda Yol TV de benzer bir anlayış içindedir. Öte yandan haber çeşidi, haber kategorisi, haber sunuş şekilleri de anaakıma benzer özellikler sergilemektedir. Haber içeriğinin, biçimsel sunumdan daha önemli olduğu varsayılsa bile bu konuda da alternatif pratikler üretmedikleri gözlerden kaçmamaktadır. Yol TV, haberlerin öncelik sıralamasında da yine protokol haberciliği anlayışını esas aldığı bu konuda da anaakımın etkisinden kurtulamadığı dikkatlerden kaçmamıştır. Örneğin her ne kadar eleştirel bir bakış açısıyla haberleri kurgulasalar da siyasi elitlerin ülke gündemine ilişkin beyanları öncelikli olarak ilk sıralarda yer almıştır. Bir anaakım alışkanlığı olan tek bir haberin süresinin 1 ila 3 dakika aralığına sıkıştırılması alışkanlığının Yol TV’de de aynen uygulandığı tespit edilmiştir. Haberler epizodik olarak sunularak fazla ayrıntılarına girip olayı değişik boyutlarıyla tartışıp, olgusal sonuçlar elde edilmesi yönündeki pratikler ortaya konulmamıştır.

Yol TV’nin gerek haber sunuş şekli gerek haber bülteni sürelerini kullanım özellikleri anaakım tarzın dışında değildir. Bir bülten içinde yaklaşık olarak 15 civarında haberin yer aldığı düşünülürse Yol TV bu haberlerin çoğuna düşünsel boyut katmadan ve tematik özellikleri ortaya koymadan alternatif bir yayıncılık yapması zor görülmektedir. Yol TV, sadece bir Alevi televizyonu olmayıp iktidar ve sosyal payda dışı bırakılmış kesimlerin sesi olmayı izlenen dönem içinde başaramadığı görülmektedir. Fakat kurum olarak varlığı ve tarafını da açıkça beyan etmesi bakımından alternatif yayıncılık cephesinde sayılması için başlangıç öncüllerinden biri olarak kabul edilmelidir.

Yol TV’nin temel amaçlarından biri Alevilik konusunu gündem yapma şeklindedir; yayınlarını bu çerçeveye oturtma gayreti içinde bulunan televizyon kanalı, Aleviliğin tarihsel mirasını ve sorunlarını da gündeme taşımayı hedeflemiştir. Bu bakımdan televizyon kanalını karşı kamusal siyasi-toplumsal bir alan olarak değerlendirmek mümkündür.

Sonuç olarak Alevilik konusu ve sorunu, Türkiye’yi uzun yıllardan beri meşgul eden Osmanlı’dan devraldığı bir gerçekliktir. İslam’ın Sünnilik anlayışından farklı bir inanç olarak toplumsal ve siyasal önyargılara muhatap olmuş, siyasi yelpazede çeşitlilik gösteren, temsiliyet açısından kendine kamu yönetiminde pek fazla yer bulamamış, görünürlüğe kavuşması için post-modern dönemleri beklemiş bir kültür, inanç ve yaşam biçimidir. Aleviliğin geçmiş deneyimlerindeki iktidara muhalefet geleneğinin günümüzde de devam ediyor olması onu iktidar mekanizmalarından uzak tutmuş, böylece yeterli ekonomik sermaye birikimi ve çağdaş anlamda kültürel sermayeye ulaşıp toplumsal olarak güçlü bir yere tutunmasını engellemiştir. Bu açıdan sınırlı sayıda ekonomik faaliyetler içinde bulunan Alevi toplumu medya alanında da güçlü bir alternatif yayın kurumu oluşturamamıştır. Aleviliğin yekpare bir topluluk özelliği taşınamaması, “ocak-dede” ve kırsal kültür ve inanç geleneğini devam ettiriyor olması, mikro iktidarların hem dernekleşme hem de diğer sosyal, siyasal ve ekonomik pratikleri olumsuz yönde etkilediği açık bir gerçektir. Bu yüzden Alevilerin oluşturdukları medya araçları da yine aynı ‘dede-ocak’ bağlamında kurumsallaşma yönünde ilerlediği, geleneksel inanç değerleri etrafında bir örgütlenme yapısı gerçekleştirdikleri görülmektedir. Tezde adı geçen televizyon kanalları; Yol TV, TV 10 ve Cem TV’nin tek bir çatı altında toplanarak tüm Alevileri temsil edecek bir kurumsallaşmaya gitmesi neredeyse imkansız gibi görünmektedir. Alevi televizyonlarının bazılarının sol ideolojik çizgide, bazılarının Kürt ayrılıkçı hareketine sempati duymaları, yine bazılarının da mevcut sistemle barışık bir arada yaşama kültürü ve isteği onların ortak ve tek bir yayın kurumu etrafında buluşmasını engellemektedir. Bu durumun Alevi Çalıştay’ının da nihai raporuna yansıdığı gibi Alevilerin taleplerini ve sorunlarını çözmeye yardımcı olmadığı sadece “Alevilerin televizyonu” olarak bilinmelerinden öte bir katkı sağlamadığını belirtmek gerekmektedir. Bu televizyonların Alevilere yönelik önyargıların, tutumların ve davranışların değişmesine çok fazla katkı sunmadığı ortadadır. Aleviler, sorunlarına ve taleplerine katkı sunacak bir iletişim ortamı ve aracı oluşturmak istiyorlarsa, anaakımın dışında fakat Alevi toplumunun her kesimini temsil edebilecek geniş bir yelpazeye aynı zamanda Türkiye toplumunun diğer kesimlerine de özellikle ötekileştirilmiş sınıf, topluluk, etnik yapı ve alt kültürleri bir araya getirip, karşı bir tarihsel blok oluşturma çabası içine girmeleri gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- Acar, Ayla (2015). “Sosyalist Soldan Çoğulcu Bir Ses: BirGün Gazetesi”. Şu kitapta: Der. Barış Çoban ve Bora Ataman. Direniş Çağında Türkiye’de Alternatif Medya. İstanbul: Kafka, Epsilon Yayıncılık, s.425-444.
- Adaklı, Gülseren (2009).“Gazetecilik Etiğini Belirleyen Yapısal Unsurlar”. Şu kitapta: Der. Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel. Televizyon Haberciliğinde Etik. Ankara: Fersa Matbaacılık, s.61-96.
- Adorno, Theodor (2010). “Kültür Endüstrisi”.(Çev. ve Editör Erol Mutlu).Şu kitapta: Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Adorno, Theodor (2011). Kültür Endüstrisi, Kültür Yönetimi.(Çev.Nihat Ülner, Mustafa Tüzel, Elçin Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- AIHM Kararları, [www.echr.coe.int/Documents/CLIN\\_2014\\_09\\_177\\_ENG.pdf](http://www.echr.coe.int/Documents/CLIN_2014_09_177_ENG.pdf), Erişim Tarihi: 18.01.2017.
- Akarçay Gülbin Özdamar (2013). “Kutsalın Foto Etnografisi: Alevilerde İbadet ve Siyaset”. Şu kitapta: Der. Hakan Ergül. Sahanın Sesleri. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları, s.159-185.
- Alankuş, Sevda (2016). Barış Gazeteciliği El Kitabı. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Alankuş, Sevda (2012). “BİA ve Hak Haberciliği Eğitim Çalışmaları Üzerine”.Şu kitapta: Haz. Sevda Alankuş. Çocuk Odaklı Habercilik. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.13-26.
- Alankuş, Sevda (2008). “Demokrasi ve Başka Medya İlişkisi”. Şu kitapta: Haz. Sevilay Çelenk. Başka Bir İletişim Mümkün. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.121-137.
- Alver, Füsün (2011). Gazetecilik Bilimi ve Kuramları: Gazetecilik Kuram Tasarımlarını Türkiye'deki Gazetecilik Sistemi ve Uygulamalarıyla Sınama Denemesi. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Alver, Füsün (2009). “Kültürel Çalışmalarda Medya Metinlerinin Okunması Sürecinde İzleyicinin Konumlandırılması”. Şu kitapta: Edit.Mustafa Şeker ve N.Tülay Şeker. Terör ve Haber Söylemi. İstanbul: Literatürk Academia Yayınevi, s.27-60.
- Alver, Füsün (2007). Gazeteciliğin Kuramsal Temelleri. İstanbul: Beta Yayınları.
- Alver, Füsün (2006). “Niklas Luhmann”. Kadife Karanlık-II: 21.Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar/Ayna Şövalyeleri. Şu kitapta: Edit. Barış Çoban. İstanbul: Su Yayınevi, s.141-163.



- Althusser, Louis (2000). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları.(Çev. Yusuf Alp-Mahmut Özışık). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Anderson, Perry (1988). Gramsci: Hegemonya Doğu/Batı Sorunu ve Strateji.(Çev. Tarık Günserel). İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Arsan, Esra (2008). “Medya Eğitiminde Alternatif Müfredat Gerekli”. Şu kitapta: Haz. Sevilay Çelenk. Başka Bir İletişim Mümkün. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.91-93.
- Arsan, Esra (2005). “Haber ve Habercilik”. Şu kitapta: Der. Sevdal Alankuş. Gazetecilik ve Habercilik. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.137-151.
- Aslan, Seçil (2015). “İktidarın Sınırlarında Aleviliği Anlatmak”. Birikim, 309-310: s.70-79.
- Atabek, Nejdett, Ferruh Uztuğ (1998). “Haberlerde Çerçeveleme ve Öne Çıkarma”. Kurgu Dergisi, 15: s. 96-105
- Ateş, Kazım (2015). “Aleviliği Sizden Öğrenecek Değiliz: AKP ve Dışlamanın Yeni Mekanizması”. Birikim, 309-310: s.157-165.
- Atton, Chris (2014). “Alternatif Medya’ya Yaklaşmak: Teori ve Metodoloji”. Şu kitapta: Edit. Berrin Yanıkkaya ve Barış Çoban. Kendi Medyanı Yarat, Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler-I-. İstanbul: Kalkedon Yayınları, s.21-62.
- ATV Anahaber Bültenleri, <https://www.atv.com.tr/webtv/atv-ana-haber/bolum/406?id=6e718a4c4-aa57-218f5c903924>, Erişim Tarihi: 06.06.2017.
- Aziz, Aysel (1981). Radyo ve Televizyona Giriş. Ankara: Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Bailey, Olga Guedes, Bart Cammaerts, Nico Carpentier (2007). Understanding Alternative Media. Berkshire and New York: Open University Press.
- Batmaz, Veysel, Asu Aksoy (1995). Türkiye’de Televizyon ve Aile: (Elektronik Hane-Aralık 1993-Aralık 1994). T.C.Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu. Ankara: Bizim Büro Basımevi.
- Berger, Arthur Asa (2011). Kültür Eleştirisi, Kültürel Kavramlara Giriş. (Çev. Özgür Emir). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Billington, Rosamund, Sheelagh Strawbridge, Lenore Greensides, Annette Fitzsimons (2010). “Kültürü Tanımlamak.” Şu kitapta: Edit. Anthony Giddens. Sosyoloji, Başlangıç Okumaları. (Çev. Günseli Altaylar). İstanbul: Say Yayınları, s.33-39.

- Bileydi, Malike (2015). "Topluluk Medyası Örneği: Agos Gazetesi". Şu kitapta: Der. Barış Çoban ve Bora Ataman. Direniş Çağında Türkiye'de Alternatif Medya. İstanbul: Kafka, Epsilon Yayıncılık, s.395-423.
- Binark, Mutlu ve Mine Gencil Bek (2010). Eleştirel Medya Okuryazarlığı: Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- BirGün Gazetesi: "Din derslerine katılmak isteğe bağlı olmalı", [www.birgun.net/haber-detay/idare-mahkemesi-nden-karar-din-dersine-katilmak-istege-bagli-olmali-143612.html](http://www.birgun.net/haber-detay/idare-mahkemesi-nden-karar-din-dersine-katilmak-istege-bagli-olmali-143612.html), Erişim Tarihi: 20.01.2017.
- Bourdieu, Pierre (1997). Televizyon Üzerine. (Çev. Turhan Ilgaz). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Bourdieu, Pierre (1986). "Cultural Form". In Book: Edit By J. Richardson. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education . New York: Greenwood Press, p.241-258.
- Briggs, Asa ve Peter Burke (2011). Medyanın Toplumsal Tarihi: Gutenberg'den İnternet'.(Çev. Ümit Hüsrev Yolsal ve Erkan Uzun). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Carpentier, Nico (2014). "Küre-Yerelleşmenin Ayna Görüntüsü Olarak Yerel Ötesi ve Topluluk Medyası Yerel Ötesiciliği". Şu kitapta: Editör: Barış Çoban ve Berrin Yanıkkaya. Kendi Medyanı Yarat, Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler -II-. İstanbul: Kalkedon Yayınları, s.215-252.
- Castellanos, Angela (2008). "Yaygın Medya ve Kadınlar: Basında Kadının Sesi" Şu kitapta: Haz. Sevilay Çelenk. Başka Bir İletişim Mümkün. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.37-39.
- Çaplı, Bülent (2001). Televizyon ve Siyasal Sistem. Ankara: İmge Kitabevi.
- Çarkoğlu, Ali, Binnaz Toprak (2006). Değişen Türkiye'de Din, Toplum ve Siyaset. İstanbul: TESEV Yayınları.
- Curran, James (2006). "Media, Power, İdeology and Market". In Book: Media&Cultural Theory. Edit By James Curran and David Morley. Routledge: London and New York.
- Cem TV, [www.cemtv.com.tr/indexa7dd.html?q=icerik&id=42](http://www.cemtv.com.tr/indexa7dd.html?q=icerik&id=42), Erişim Tarihi: 12.05.2017.
- Chomsky, Noam ve Edward S. Herman (2012). Rızanın İmalâtı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası.(Çev. Ender Abadoğlu). İstanbul: Bgst Yayınları.
- Çoban, Savaş (2014). "İktidarın Medyası". Şu kitapta: Haz. Esra Arsan ve Savaş Çoban. Medya ve İktidar. İstanbul: Evrensel Basım Yayın, s.27-53.

- “Çukurova Grubu”: [https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87ukurova\\_Holding](https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87ukurova_Holding), Erişim Tarihi: 04.01.2017.
- De Certeau, Michel (2008). *Gündelik Hayatın Keşfi-I- Eylem, Uygulama, Üretim Sanatları*. (Çev.Lale Arslan Özcan). Ankara: Dost Yayınevi.
- Demir, Fatma Betül, Zehra İpek (2015). *Alevilere Yönelik Ayrımcılık: Bir Saha Çalışması*. İstanbul: MAZLUMDER Raporu.
- De Vreese, Claes H.(2005). “News Framing: Theory and Typology”, *Information Design Journal+Document Design* 13(1): s.51-62, “Haber Çerçeveleme: Kuram ve Tipoloji”.(Çev. İlker Erdoğan). *Marmara İletişim Dergisi*, s.35-52, <http://marmara.dergipark.gov.tr/maruid/issue/446/3517>, Erişim Tarihi: 20.02.2017.
- Deringil, Selim (2010).“Osmanlı Alevileri Hep Dışladı”. [t24.com.tr/haber/selim-deringil-osmanli-alevileri-hep-disladi,73618](http://t24.com.tr/haber/selim-deringil-osmanli-alevileri-hep-disladi,73618), Erişim Tarihi: 11.01.2017.
- Downing, John (2014).“Alternatif Medyanın İzleyicileri ve Okuyucuları: Fiilen Bilinmeyen Olmayan Cazibesi”. Şu kitapta: Edit. Barış Çoban ve Berrin Yanıkkaya. *Kendi Medyanı Yarat, Alternatif Medya- Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler-II-*. İstanbul: Kalkedon Yayınları, s.13-46.
- Dressler, Markus (2015). “Türk Doksa Siyaseti: Alevilerin Heterodoks Olarak Ötekileştirilmesi”. (Çev. Yakup Pekin). *Birikim*, 309-310: s.15-19.
- Duran, Ragıp (2015). “Dümdüz... Sessiz... Hareketsiz... Ulvi Gibi... Medya Nasıl Kürtaj Edilir?” Şu kitapta: Der.U.Uraz Aydın. *Neoliberal Muhafazakâr Medya*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- During, Simon (1999). *The Cultural Studies Reader*. London and New York: Routledge.
- Dursun, Çiler (2007). “Hak Haberciliğinin Doğası ve Olanığı”. Şu kitapta: *İnsan Hakları Haberciliği*. Haz. Sevdâ Alankuş. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.105-127.
- Eagleton, Terry (1996). *İdeoloji*. (Çev. Muttalip Özcan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Eagleton, Terry (2005). *Kültür Yorumları*.(Çev. Özge Çelik). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Entman, Robert M.(2007). “Framing Bias: Media In The Disribution Of Power.” *Journal Of Communication International Communication Association*. Washington, 57: s.163-173.
- Erdoğan, İlker (2014). “Haber Çerçeveleme: Kuram ve Tipoloji”. *Marmara İletişim Dergisi*, 13:13, s.35-52, <http://e-dergi-marmara.dergipark.gov.tr/maruid/issue/446/3517>, Erişim Tarihi: 20.02.2017.
- Erdoğan, İrfan (2000). “Türkiye’de Dışa Bağımlılık ve Alternatif Olasılıklar”. *Bilim ve Ütopya Yayınevi*, 77: s.8-14.

- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar (2010). Öteki Kuram: Kitle İletişim Araştırmalarının Tarihsel Bir Değerlendirmesi. Ankara: Erk Yayınları.
- Ergün, İsmail (2015). “Alevilerin Kendi Görüntüsünü Algılayışı ve Alevi İmajına Yönelik Bakış Açıları”, <https://ismailhakkialtuntas.com/2015/01/19/alevilerin-kendi-goruntusunu-algilayisi-ve-alevi-imagina-yonelik-bakis-acilari/>, Erişim Tarihi: 24.01.2017.
- Eriksen, Thomas Hylland (2009). Küçük Yerler, Büyük Meseleler: Sosyal ve Kültürel Antropoloji. (Çev. A.Erkan Koca). Ankara: Birleşik Yayınevi.
- Erol, Ayhan (2010). “Alevi Kimliğini Diasporada Müzakere Etmek: Toronto Alevi Göçmenlerinin İfade Kültürü Pratikleri”. Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, 56: s.39-60.
- Ertan, Mehmet (2015). “Örtük Politikleşmeden Kimlik Siyasetine: Aleviliğin Politikleşmesi ve Sosyalist Sol”. Birikim, 309-310: s.43-56.
- Eyuboğlu, İsmet Zeki (1989). Alevilik-Sünnilik/İslâm Düşüncesi. İstanbul: Der Yayınları.
- Eyuboğlu, İsmet Zeki (1986). Günün Işığında Tasavvuf Tarikatlar ve Mezhepler Tarihi. İstanbul: Geçit Kitabevi.
- Fiske, John (2012). Popüler Kültürü Anlamak.(Çev. Süleyman İrvan). İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- Fiske, John (2000). Reading The Popular. London and New York: Routledge.
- Foucault, Michel (2012). İktidarın Gözü/Seçme Yazılar-4. (Çev. Işık Ergüden). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gerbner, George (2014). Medyaya Karşı. (Der. Michael Morgan). Çev. Günay Ayas, Veysel Batmaz ve İsmail Kovacı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, Anthony (2012a).“Eşitsizlik ve Eğitim-Öğretim Kuramları” Şu kitapta: Sosyoloji. Haz. Cemal Güzel (Çev. Muttalip Özcan). İstanbul: Kırmızı Yayınları, s.750-780.
- Giddens, Anthony (2012b). “Sosyolojide Kuramsal Düşünce”. Şu kitapta. Sosyoloji. Haz. Cemal Güzel (Çev. Abdülkadir Sönmez). İstanbul: Kırmızı Yayınları, s.136-164.
- Giddens, Anthony (2012c). “İrk, Etniklik ve Göç”. Şu kitapta: Sosyoloji. Haz. Cemal Güzel (Çev.Şebnem Pala Güzel). İstanbul: Kırmızı Yayınları, s.528-575.
- Goffman, Erving (1987). Frame Analysis/An Essay On The Organization Of Experince. Boston: Northeastren University Press.
- Gramsci, Antonio (1967). Aydınlar ve Toplum (denemeler). (Çev. Günyol, F.Edgü, B.Onaran). İstanbul: Çan Yayınları.

- Gramsci, Antonio (1984). *Modern Prens.*(Çev. Pars Esin), Ankara: Birey ve Toplum Yayınları.
- Gramsci, Antonio (1986). *Hapishane Defterleri Seçmeler: Tarih, Politika, Felsefe ve Kültür Sorunları Üzerine Seçme Metinler.*(Çev. Kenan Somer). İstanbul: Onur Yayınları.
- Gültekin, Ahmet Kerim, Uğur Yeşiltepe (2015). “Dersimli Alevilerin Makûs Talihi Mi? Dersim (Alevileri) İçin Yeni Fırsatlar Mı?”. *Birikim*, 309-310: s.108-119.
- Güngör, Nazife (2013).*İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Habermas, Jürgen (2006). “The Public Sphere: An Encyclopedia Article”. *Media and Cultural Studies/ KeyWorks*. In Book (Edited By Meenakshi Gigi Durham and Douglas M.Kellner). Victoria: Blackwell Publishing.
- Habermas, Jürgen (2003). *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü.*(Çev. T.Bora ve M.Sancar). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Hall, Stuart (1994a). “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü.” Şu kitapta: *Der. ve Çev. Mehmet Küçük. Medya, İktidar, İdeoloji*. Ankara: Ark Yayınevi, s.57-103.
- Hall, Stuart (1994b). “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki” Şu kitapta: *Der. ve Çev. Mehmet Küçük. Medya, İktidar, İdeoloji*. Ankara: Ark Yayınevi, s.169-209.
- Hall, Stuart (1996). “The Problem of İdeology Marxism Without Guarantees”. In Book: *Edit. By David Morley and Kuan-Hsing Chen. Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies*. London and New York: Routledge, s.25-45.
- Hall, Stuart (1998). “Yerel ve Küresel: Küreselleşme ve Etniklik”. Şu kitapta: *Der. Anthony D. King. Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi. (Çev. G. Seçkin ve Ü.H. Yolsal)*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları, s.39-96.
- Hall, Stuart (2010). “Anlamlandırma, Temsil, İdeoloji: Althusser ve Post-Yapısalcı Tartışmalar”. Şu kitapta: *Der. Erol Mutlu. Kitle İletişim Kuramları*. İstanbul: Ütopya Yayınevi, s.359-393.
- Hall, Garry (2013). “Birmingham Öldü-Çok Yaşa Birmingham”.Şu kitapta: *Yeni Kültürel Çalışmalar, Kuramsal Serüvenler*. Editör Garry Hall ve Clare Birchall (Çev.Onur Kartal). İstanbul: Say Yayınları, s.53-85.
- Hartley, John (1994a).“Culture”. İn book: Edited By. O’Sullivan, Tim, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske. *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. London and New York: Routledge, p.68-71.
- Hartley, John (1994b). “Hegemony”. In book: Edited By. O’Sullivan, Tim, John Hartley, Danny Saunders, Martin Montgomery, John Fiske. *Key Concepts in Communication and Cultural Studies* London and New York: Routledge, p.133-135.

Hoggart, Richard (1957). The Uses Of Literacy: Aspect Of Working-Class Life With Special Reference to Publications and Entertainment. London: Penguin.

Hürriyet Gazetesi, <http://www.hurriyet.com.tr/torun-icin-kesin-donus-5142733>, Erişim Tarihi, 12.05.2017.

Işık, Metin, Mustafa Akdağ, M. Sezai Türk (2010). “Türk Toplumunda Hacı Bektaş Veli Algısı”. Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, 55: s.173-192.

Kara, İlkey (2015). “İnançta ve Toplumsal Yaşamda, Alevilikte Kadın Konferansının Ardından: Sahiden Eşit Miyiz?”. Birikim, 309-310: s.120-125.

Karaduman, Sibel (2010). “Modernizmden Postmodernizme Kimliğin Yapısal Dönüşümü”. Journal of Yaşar University. İzmir: 17(5): s.2886-2899. [dergipark.ulakbim.gov.tr/jyasar/article/view/5000066086/5000061592](http://dergipark.ulakbim.gov.tr/jyasar/article/view/5000066086/5000061592), Erişim Tarihi: 12.03.2017.

Kartarı, Asker (2014). Kültür, Farklılık ve İletişim: Kültürlerarası İletişimin Kavramsal Dayanakları. İstanbul: İletişim Yayınları.

Kehl-Bodrogi, Krisztina (2012). Kızılbaşlar/Aleviler. (Çev. Oktay Değirmenci ve Bilge Ege Aybudak). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kellner, Douglas M., Meenakshi Gigi Durham (2006). “Adventures in Media and Cultural Studies The KeyWorks”: Media and Cultural Studies: KeyWorks. In Book (Edited By Meenakshi Gigi Durham and Douglas M.Kellner). Victoria: Blackwell.

Kellner, Douglas (2010). Kültür Endüstrileri. (Çev.ve Der. Erol Mutlu). Şu kitapta: Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Kırel, Serpil (2012). Kültürel Çalışmalar ve Sinema. İstanbul: Kırmızıkeci Yayınevi  
“Kim Kurdu”, <http://kimkurdu.com/atv/>, Erişim Tarihi: 03.05.2017.

Kozan, Özgüç (2015). <http://insankokusu.blogcu.com/alevi-tv-ler-ve-reklam-pastasindaki-yerleri/6158368>, Erişimi Tarihi: 25.12.2015

Köksalan, M. Emre (2010). Alternatif Televizyon: Olanaklar ve Uygulamalar. İstanbul: Punto Yayınları.

Köse, Talha (2010). “The AKP and the ‘Alevi Opening’: Understanding the Dynamics of the Rapprochement”. Insight Turkey. SETA, 12-2: s.143-164.

Köse, Hüseyin (2007). Küresel Akıntıya Karşı Alternatif Medya. İstanbul: Yirmidört Yayınevi.

Kurban, Dilek (2012). “Türkiye’de Özgür ve Bağımsız Bir Basın İçin Siyasa Önerileri”. İstanbul: TESEV. EP7-SHH-2009-A no.244365

- Küçükcan, Talip, E. Albayrak, Ş. Albayrak, vd(2011). Toplum, Kültür Politikaları ve Medyanın Kültürel Süreçler Üzerinde Algı Araştırması. Ankara: SETA Yayınları.
- Kürkçü, Ertuğrul (2008). “Bir Bağımsız Medya Deneyimi Olarak BİANET.” Şu kitapta: Haz. Sevilay Çelenk. Başka Bir İletişim Mümkün. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.67-73.
- Laclau, Ernesto ve Chantal Mouffe (1992). Hegemonya ve Sosyalist Strateji.(Çev. Ahmet Kardam ve Doğan Şahiner). İstanbul: Birikim.
- Larrain, Jorge (1995). İdeoloji ve Kültürel Kimlik: Modernite ve Üçüncü Dünyanın Varlığı.(Çev. Neşe Dur Domaniç). İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Lefebvre, Henri (1976). Marx’ın Sosyolojisi. (Çev. Selahattin Hilav). İstanbul: Öncü Kitabevi.
- Lodziak, Conrad (2003). Kapitalizm ve Kültür: İhtiyaçların Manipülasyonu.(Çev. Berna Kurt). İstanbul: Çitlembik Yayınevi.
- Maigret, Eric (2013). Medya ve İletişim Sosyolojisi. (Çev. H.Yücel). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Malinowski, Bronislaw (1992). Bilimsel Bir Kültür Teorisi. (Çev. Saadet Özkal). İstanbul: Kabalcı Yayınları.
- Marx, Karl ve Friedrich Engels (1992). Alman İdeolojisi (Feuerbach). (Çev. Sevim Belli). Ankara: Sol Yayınları.
- Marx, Karl (1976). Ekonomi Politğin Eleştirisine Katkı. (Çev. Sevim Belli). Ankara: Sol Yayınları.
- Massicard Elise (2015). “Alevi Sorununun Hukukileştirilmesi ve AİHM’in Rolü”. Birikim, 309-310: s.137-142.
- Mater, Nadire (2008). “Kadın Odaklı Habercilik ve BİANET”. Şu kitapta: Haz. Sevilay Çelenek. Başka Bir İletişim Mümkün. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.109-112.
- Mete, Yücel (2008). Alternatif Medya Biçimi Olarak İnternet: Bağımsız İletişim Ağı (BİANET) Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara.
- MKG Raporu, (2008), “Türkiye’de Alevi Nüfusu”, <http://www.gazetevatan.com/iste-turkiye-deki-kurt-nufusu-182598-gundem/>, Erişim Tarihi: 25.12.2015
- Michael, Albert (2001). “What Makes Alternative Media Alternative?”. [http://subsol.c3.hu/subsol\\_2/contributors/alberttext.html](http://subsol.c3.hu/subsol_2/contributors/alberttext.html), Erişim Tarihi: 05.12.2016.

- Mills, Wright (1974). İktidar Seçkinleri. (Çev. Ünsal Oskay). Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Mora, Necla (2008). “Medya ve Kültürel Kimlik”, <https://www.j-humansciences.com/ojs/index.php/IJHS/article/view/406/273>, Erişim Tarihi:19.01.2017.
- Morley, David(1999).Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure. London and New York: Published By Routledge.
- Mutlu, Erol (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Mutlu, Erol (2012). İletişim Sözlüğü. Ankara: Sofos Yayınları.
- Nafiz, Ahmed Zaki (2012).Reaching The Community Through Community Radio: Readjusting to the New Realities “A Case Study Investigating The Changing Nature of Community Access and Participation in Three Community Radio Stations in Three Countries New Zealand, Nepal and Sri Lanka” (A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Doctor of Philosophy). Christchurch: Universtiy of Conterbury (New Zeland).
- Ocak, Ahmet Yaşar (2005). Alevi ve Bektaşî İnançlarının İslam Öncesi Temelleri: Bektaşîlik Menakıbnamelerinde İslam Öncesi İnanç Motifleri. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Odabaşı, Arda (2000). “Televizyon Nedir? Aracın Diyalektiği”. Bilim ve Ütopya, 77: s.15-25
- Okur, Alpaslan (2012). “Hacı Bektaş Veli ve İlgili Kavramların Tanınabilirlik/Algısı Üzerine Bir Araştırma ve Öğretim Programlarındaki (MEB) Durumu”. Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, 64: s.199-218.
- Onat, Yasemin, Seda Akço (2012). “Çocuk ve Habercilik”. Şu kitapta: Haz. Sevdalankuş. Çocuk Odaklı Habercilik. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.75-94.
- Oskay, Ünsal (1982). “Popüler Kültür Açısından İdeoloji Kavramı”, [http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/35/1/14\\_unsal\\_oskay.pdf](http://www.politics.ankara.edu.tr/dergi/pdf/35/1/14_unsal_oskay.pdf), Erişim Tarihi: 19.02.2016.
- Özarlan, Hüseyin, M.Salih Güran (2015). “İletişim Araştırmalarında Çerçeveleme Paradigması: Son Döneme Ait Bir İnceleme”. Selçuk İletişim, 8(4): s.32-48.
- Özbakır, Songül (2008). “Özgür Radyo”. Şu kitapta: Haz. Sevilay Çelenk. Başka Bir İletişim Mümkün. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.82-84.
- Özdemir, Önder (2014). “Televizyon Üzerine Notlar”. <http://alternatifmedya.org.tr/?p=175>, Erişim Tarihi: 06.09.2016.



- Özer, Ömer (2012).“Alternatif Medya, Alternatif Gazetecilik”. Şu kitapta: Editör: Ömer Özer. Alternatif Medya: Türkiye’de Alternatif Gazetecilik Üzerine Değerlendirmeler. İstanbul: Literatürk Academia Yayınevi, s.9-22.
- Özkırımlı, Atilla (1985). Alevilik-Bektaşılık ve Edebiyatı. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Özonur, Defne (2015). “Devlet Ağzıyla Konuşmak: Anaakım Basında Savaş, Barış ve Kürtler”. Şu kitapta: Der. U.Uraz Aydın. Neo-liberal Muhafazakâr Medya. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s.103-136.
- Pekman, Cem (2000). “Ticari Televizyonun Önlen(e)meyen Yükselişi”. Bilim ve Ütopya, 77: s.34-35.
- “Penguin Haberciliği” (2015). <http://t24.com.tr/haber/aydin-dogan-gezi-olaylari-sirasinda-cnn-turkte-penguin-gosterilmesi-tam-bir-sapsallik,295456>, Erişim Tarihi: 02.01.2017.
- Postman, Neil (2004).Televizyon Öldüren Eğlence: Gösteri Çağında Kamusal Söylem.(Çev. Osman Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rosenthal M., Yudin P. (1980). Materyalist Felsefe Sözlüğü. (Çev. Enver Aytekin ve Aziz Çalışlar). İstanbul: Sosyal Yayınları.
- Said, Edward (2009). Kültür ve Direniş/David Barsamian’la Konuşmalar.(Çev. Osman Akınhay). İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Scheufele, Dietram A.(1999). “Framing As A Theory Of Media Effects”. Journal Of Communication,49(1):102-122,[www.phil-fak.univ-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/Sozialwissenschaften/Kommunikations-\\_und\\_Medienwissenschaft/Vawe/Forschergruppe/Scheufele-Framing-theory-media\\_effect.pdf](http://www.phil-fak.univ-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/Sozialwissenschaften/Kommunikations-_und_Medienwissenschaft/Vawe/Forschergruppe/Scheufele-Framing-theory-media_effect.pdf), Erişim Tarihi: 20.02.2017.
- Shindeldecker, John (2001). “Turkish Today’s Alevis”, [www.alevi.dk/ENGELSK/Turkish\\_Alevi\\_Today.pdf](http://www.alevi.dk/ENGELSK/Turkish_Alevi_Today.pdf), Erişimi Tarihi: 19.01.2017
- Shoemaker, Pamela J., Stephen D.Reese (1996). Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content. New York: Longman.
- Sholle, David J.(1994). “Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/Bilgiye”. Şu kitapta: Der. ve Çev. Mehmet Küçük. Medya, İktidar, İdeoloji. Ankara: Ark Yayınevi, s.211-240
- Silverman, Kaja (1983). The Subject of Semiotics. New York: Oxford University Press.
- Smith, Anthony D.(1994). Milli Kimlik.(Çev. Bahadır Sinan Şener). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sözeri, Ceren (2015). Türkiye’de Medya-İktidar İlişkileri/Sorunlar ve Öneriler. İstanbul: İstanbul Enstitüsü Yayınları.

- Stafford, Charles (2002).“Education and Power”. In book: Edited By Alan Barnard and Jonathan Spencer. Encyclopedia of Social and Cultural Anthropolgy. London &New York: Routledge, p.274.
- Storey, John (2009). Cultural Theory and Popular Culture An İntroduction. London-New York: Pearson-Longman.
- Subaşı, Necdet (2003). “Güvenliğin Modern Mekânları ve Aleviler”. Milet ve Nihal. İstanbul: 1(1): 73-89, [dergipark.gov.tr/download/article-file/109387](http://dergipark.gov.tr/download/article-file/109387), Erişim Tarihi: 10.03.2017.
- Sungur, Suat (2012). “Medyada Temsil ve Hayali Bir Azınlık: Süryaniler”. Azınlıklar ve Medya. İstanbul: Martı Yayınları, s.15-68.
- Şahin, İlkay (2013). Online Alevi Topluluklar: Ritüel Desenli Bir Gruptan Mit Desenli Bir İnanç Topluluğuna. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Şeker, N.Tülay, Deniz Yağız (2015). “Charlie Hebdo Saldırısının Türk ve Fransız Basınındaki Sunumu”. Akdeniz İletişim, 24: s.189-211.
- Şener, Cemal (2002). Alevilerin Etnik Kimliği: Aleviler Kürt mü Türk mü? İstanbul: Etik Yayınları.
- Tanrıöver, Hülya Uğur (2007). “Medyada Kadınların Temsil Biçimleri ve Kadın Hakları İhlalleri”. Şu kitapta: Haz. Sevdâ Alankuş. Kadın Odaklı Habercilik. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.149-166.
- Tanrıöver, Hülya Uğur (2012). Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı 2011. İstanbul: İTO Yayınları.
- T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (2013). Bir Bakışta Türk Medyası. Ankara: Altan Matbaası.
- Thompson, John B.(2013). İdeoloji ve Modern Kültür.(Çev. İdil Çetin). Ankara: Dipnot Yayınları
- Timur, Taner (2011). Marksizm, İnsan ve Toplum: Balibar, Séve, Althusser, Bourdieu. İstanbul: Yordam Yayınları.
- Topuz, Hıfzı (2008). “Medyada Alternatif Arayışlar ve Medya Gözlem Merkezleri” Şu kitapta: Haz. Sevilay Çelenk. Başka Bir İletişim Mümkün. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.31-36.
- Tosun, Gülgün Erdoğan (2007). “Giriş”. Şu kitapta: Hak Örgütleri ve Medyada Görünür Olmak. Haz. Gülgün Erdoğan Tosun. İstanbul: İPS İletişim Vakfı Yayınları, s.19-32.
- “TRT Tarihçe”: [www.trtnet.tr/kurumsal/Anasayfa.aspx](http://www.trtnet.tr/kurumsal/Anasayfa.aspx), Erişimi Tarihi: 22.12.2016.
- “TRT Kurdî”: [www.trtnet.tr](http://www.trtnet.tr), Kurumsal/Tanıtım, Erişim Tarihi: 21.12.2016.

- “Türkiye’de Medya Sahipliği”: <http://odatv.com/-isim-isim-turkiyede-medya-kimin-eline-2810161200-html>, Erişim Tarihi: 28.10.2016.
- “Türkiye’de Televizyon İzleme Alışkanlıkları”:<https://www.marketingturkiye.com.tr>,  
<http://www.gameofpr.com/index.php/2016/05/08/televizyonsuz-cennet-bile-surgun-sayilir/>, Erişim Tarihi: 01.12.2016.
- TV 10, <http://www.evrensel.net/haber/29753/tv10-aleviler-arasinda-kopru-gorevi-gordu>, Erişim Tarihi: 16.05.2017.
- Ulusoy, Celalettin A.(1980). Hünkâr Hacı Bektaş Veli ve Alevi Bektaşî Yolu. Hacıbektaş: Yayınevi Yok.
- Ulusoy, Nilay (2014). “Habercem Anaakım Medyada Alternatif Olabildi Mi?”. Şu kitapta: Edit. Barış Çoban ve Berrin Yanıkkaya. Kendi Medyanı Yarat: Alternatif Medya-Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler-II-. İstanbul: Kalkedon Yayınları, s. 283-314.
- Williams, Raymond (2012). Anahtar Sözcükler.(Çev. Savaş Kılıç). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Williams, Raymond (2005). Kültür ve Materyalizm.(Çev. Ferit Burak Aydar). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Williams, Raymond (1990). Marksizm ve Edebiyat.(Çev. Esen Tarım). İstanbul: Adam Yayınları.
- Williams, Raymond (1989). İkibin’e Doğru.(Çev. Esen Tarım).İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Williams, Raymond (2003). Televizyon, Teknoloji ve Kültürel Biçimler.(Çev. Ahmet Ulvi Türkbağ). Ankara: Dost Kitabevi.
- Yanıkkaya, Berrin (2014a). “Sunuş: Göğe Bakma Durakları”. Şu kitapta: Edit. Berrin Yanıkkaya ve Barış Çoban. Kendi Medyanı Yarat: Alternatif Medya-Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler-I-. İstanbul: Kalkedon Yayınları, s.11-20.
- Yanıkkaya, Berrin (2014b) .“Türkiye’de Feminist (Alternatif) Medya: Duvarları Aşmak”. Şu kitapta: Edit. Berrin Yanıkkaya ve Barış Çoban. Kendi Medyanı Yarat: Alternatif Medya-Kavramlar, Tartışmalar, Örnekler-II-. İstanbul: Kalkedon Yayınları, s.47-99.
- Yıldırım, Rıza (2014). “Türkiye’nin Demokratikleşmesi ve Alevi Talepleri Tespit ve Öneri Raporu: Cemevi Neyi Temsil Ediyor?”. Liberal düşünce. Ankara, 73-74: s.13-17.
- Yol TV Ana Haber Bültenleri: [www.yoltv.eu](http://www.yoltv.eu), Programlar, Erişim Tarihi: 06.06.2017
- Yol TV, [www.aleviweb.com/forum/showthread.php?t-6620.html](http://www.aleviweb.com/forum/showthread.php?t-6620.html), Erişim Tarihi: 07.04.2017.

Zırh, Besim Can, Mehmet Ertan (2015). “Sunuş”. Birikim, 309-310: s.7-14.

Zorlu, Melek (2015). “AKP Hükümetinin Alevi Politikası Odağındaki Dersim’de Cami ve Cemevi Projesi Girişimi”. Birikim, 309-310: s.148-156.



## **EK-1.**

### **Yol TV Ana Haber Bülteninde İzlenen ilk 7 Haberin Başlık ve Alt Başlıkları**

#### **01.12.2016**

- 1)Cumhurbaşkanı partili olacak 1 dk 58 sn
- a)Bahçeli ve Yıldırım görüşme sonrası ortak açıklama yaptı.
- 2)Açıklamadan sonra dolar fırladı 40 sn
- a)Dolar, Türk lirası karşısında 3.5 puanı aştı, euro 3.7'ye yükseldi
- 3)AKP'de başkanlık ayrışması: 2 dk 23 sn
- a)Selvi: Bazı bakanlar Türkeş ve Şimşek'e tepkili
- 4) "Yıldırım yerine Albayrak gelecek": 59 sn
- a) Adaklı: Bakanlar Albayrak'tan onay almadan Saray'a çıkamıyor.
- 5)Başkanlık Tartışması: 14 dk 39 sn
- a)Cumhuriyet Gazetesi'nden Kemal Göktaş:
- b) AKP-MHP uzlaşması
- c) "MHP koalisyonu hedefliyor olabilir"
- d) "Başbakan daire başkanı gibi değiştirildi"
- e) "AKP'de oylar çok sıkı takip ediliyor"
- f) "Firenin çıkması çok zor"
- 6)TÜSİAD'tan OHAL açıklaması: 2 dk 14 sn
- a) Symes: OHAL kaldırılmalı, KHK ile yönetime sona ermeli
- 7) "Hedefimiz bir ülke veya kişi değil": 58 sn
- a) Erdoğan 30.Muhtarlar buluşmasında açıklamalarda bulundu.

#### **02.12.2016**

- 1)Ekonomi koordinasyon kurulu: 47 sn
- b)Kurul bugün Yıldırım başkanlığında toplandı.
- 2) "Dövizinizi altına çevirin": 1 dk
- a) Erdoğan: Dövizinizi altına dönüştürün, altın değer kazansın.
- 3) Borsa İstanbul'dan yeni karar: 41 sn
- a) Borsa İstanbul tüm nakdi varlıklarını Türk lirasına çevirecek
- 4) "Korkmayın bunlar geçecek": 2 dk
- a) Yıldırım, esnafı ilgilendiren bir çalışma yapacaklarını açıkladı.
- 5) Ataşehir Pirsultan Abdal Kültür Derneği Cemevinden canlı bağlantı
- a)Maraş Anması ve Turgut Öker davası: 7 dk 29 sn
- 6)Dolar yine uçuşa geçti: 41 sn
- b)Dolar bugün 3.54'ü geçti
- 7) Selin Sayek Böke'den tepki: 1 dk 08 sn
- a)Erdoğan'ın dolarları bozdurun çağrısına tepki gösterdi
- b) "Ayakkabı kutularında doları olanlar bozdursun"
- c)Aladağ kız yurdunda yangın.

## 05.12.2016

- 1) Turgut Öker davası: 2 dk 50 sn
  - a) Alevi kuruluşları Turgut Öker'i yalnız bırakmadı
- 2) Avrupa Alevi heyeti Ataşehir'deydi: 2 dk 43 sn
  - a) Kurum temsilcileri Cemevinde toplantı yaptı
- 3) Avrupa heyetinden destek ziyareti: 2 dk 25 sn
  - a) Heyet baskı altındaki TV kanallarını ve gazeteleri ziyaret etti
- 4) Mecliste bütçe görüşmeleri başladı: 5 dk 18 sn
  - a) Görüşmeler Naci Ağbal'ın sunumuyla başladı
  - b) Başbakan Binalı Yıldırım ve MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli sürpriz bir görüşme gerçekleştirdi.
  - c) Kılıçdaroğlu bütçe görüşmelerinde konuştu.
  - d) "Önce kendi dolarınızı bozdurun"
- 5) TBMM TV'den ikinci sansür skandalı: 1 dk 17 sn
  - a) Kanal tutuklu HDP'li milletvekillerinin fotoğraflarını göstermedi.
- 6) Erdoğan Türk lirası çağrısını yineledi: 1 dk 52 sn
  - a) Erdoğan'ın çağrısına rağmen döviz kurunun yükselişi sürüyor
- 7) Kılıçdaroğlu'ndan Erdoğan'a cevap: 1 dk 20 sn
  - a) Kılıçdaroğlu, Erdoğan'ın 'dolar boz çağrılarını değerlendirdi'
  - b) "Aldıkları rüşveti bozsalar ekonomik kriz olmaz"

## 06.12.2016

- 1) Binalı Yıldırım, Medvedev ile görüştü: 1 dk 40 sn
  - a) Görüşmenin ardından iki başbakan basın toplantısı düzenledi
- 2) Yıldırım, başkanlığın detaylarını anlattı: 1 dk 51 sn
  - a) "Taslakta 12 maddede değişiklik var"
- 3) Çavuşoğlu, Mogherini ile görüştü: 40 sn
  - a) Görüşmede Avrupa Birliği-Türkiye ilişkileri ele alındı
- 4) Yunanistan 3 askeri iade edecek: 42 sn
  - a) Temyiz mahkemesi Yunanistan'a kaçan 3 askeri iade edecek.
- 5) Merkez Bankası'ndan Türk lirası çağrısı: 58 sn
  - a) Çetinkaya: Dolar bozma kampanyasına destek vereceğiz.
- 6) Özelleştirme İdaresi dolardan vazgeçti: 33 sn
  - a) Özelleştirme ihaleleri Türk lirasıyla yapılacak.
- 7) THY 78 milyon dolarlık uçak aldı.
  - a) Uçağın, Erdoğan'a tahsis edildiği iddia edildi.

## 07.12.2016

- 1) Elbab'da bir asker yaşamını yitirdi: 34 sn
  - a) TSK'nın açıklamasına göre bir asker yaşamını yitirdi 6 asker yaralandı.
- 2) ÖSO Halep'te ateşkes önerdi: 1 dk 10 sn
  - a) Çatışmalarda ağır kayıplar veren ÖSO kentten çıkmaya çalışıyor.
- 3) Esad'a yaptırım bildirisi: 1 dk 28 sn
  - a) ABD ve Avrupa ülkeleri ortak bildiriyle Esad'a yaptırım istedi.

- 4) El Bab Saldırısında İran yapımı iha aracı kullanıldı: 1 dk 21 sn
- a)24 Kasım'da El Bab'da yapılan saldırıda iha kullanıldı iddiası
- 5)Trump'tan Ortadoğu açıklaması:1 dk24 sn
- a) "ABD'nin terörle mücadelede odaklanması lazım"
- 6)Erdoğan, Bahçekapılı'ya sahip çıktı: 2 dk 30 sn
- a)Erdoğan'dan, Bahçekapılı'nın hava limanında bekletilmesine tepki
- 7)Berkin Elvan soruşturması:45 sn
- a)Berkin'i vurduğu iddia edilen polis hakkında iddianame tamamlandı.

### 08.12.2016

- 1)Yıldırım tedbirleri açıkladı. 2 dk 13 sn
- a)Yeni yatırımlarda devlet katkısının artırılmasını karar verildi.
- 2)Dolar yine yükselişi geçti: 34 sn
- a)Binali Yıldırım'ın ardından dolar 3.49'a yükseldi.
- 3)CHP'li Koç'tan dolar bozdurma açıklaması: 1dk 32 sn
- a) "Dolar boz, seni tıraş edeyimle ekonomi düzelmez"
- 4)El Bab'da saldırı: 1 dk 10 sn
- a)El Bab bölgesinde saldırıda 6 asker yaralandı
- 5)Halep operasyonunda son aşama: 32 sn
- a)Suriye ordusu cihatçıların elindeki son bölgeyi de almak istiyor
- 6) Pürüz Krize dönüşüyor: 1 dk 29 sn
- a) Selvi: MHP ve AKP yüce divan konusunda anlaşamadı
- 7)Kurtulmuş'tan anayasa açıklaması: 1 dk 23 sn
- a) "Teklif önümüzdeki günlerde meclise gönderilecek"

### 09.12.2016

- 1)Değişiklik yarın mecliste: 1 dk 12 sn
- a) Yıldırım: MHP ile tüm maddelerde anlaştık
- 2)"Referandum Mart veya Nisan ayında": 1 dk 6 sn
- a) Canikli: Anayasa metninde bütün yönleriyle mutabakat sağlandı
- 3)AKP ve MHP ortak açıklama yapacak: 30 sn
- a) Tasarıda iki parti yarın ortak açıklama düzenliyor
- 4)Erdoğan'dan anayasa açıklaması: 2 dk
- a) "Teklif 20 maddeden oluşuyor"
- 5) Uzlaşmanın detayları: 1 dk 25 sn
- a) Uzlaşmaya göre partili cumhurbaşkanı 2019'ta başlayacak
- 6) "Tasarı sistem değil rejim değişikliği": 1 dk 20 sn
- a) Kılıçdaroğlu: OHAL olan bir ülkede anayasa değişiyor
- 7)AKP'de gizli oylama gerginliği: 48 sn
- a)AKP, kulislerinde 330'un altında kalma paniği riski yaşıyor

## 12.12.2016

- 1) Yıldırım iki partiyle de görüşecek: 1 dk 44 sn
  - a) Yıldırım, Bahçeli ve Kılıçdaroğlu ile çarşamba günü görüşecek
  - b) 44 canımız yaşamını yitirdi.
- 2)Bakanlar Kurulu Toplantısı: 1 dk 31 sn
  - a)Toplantı gün içinde iki kere ertelendi
- 3)Beşiktaş'ta bombalı saldırı: 1 dk 25 sn
  - a)Sağlık Bakanı: Yaşamını yitirenlerin sayısı 44'e yükseldi
- 4)Cenazeler uğurlanıyor: 40 sn
  - a) Pek çok şehirde yaşamını yitirenler için cenaze töreni düzenlendi
- 5)Erdoğan'dan saldırı noktasına ziyaret: 1 dk 34 sn
  - a)Cumhurbaşkanı Erdoğan patlama yerlerine karanfil bıraktı.
- 6)CHP'den saldırı açıklaması: 1 dk 4 sn
  - a)CHP MYK'dan hükümete özeleştirici çağrısı yapıldı.
- 7)ABF'den saldırı açıklaması: 1 dk 17 sn
  - a) ABF(Alevi-Bektaşî Federasyonu) yaşamını yitirenlerin yakınlarına başsağlığı açıklaması yaptı.

## 13.12.2016

- 1)Türkiye ile Rusya Halep için görüşecek: 55 sn
  - a)Reuters: Türkiye ve Rusya çarşamba günü bir araya gelecek
- 2) "Reuters'u değil beni dikkate alın": 2 dk 02 sn
  - a) Çavuşoğlu: Yarınki görüşmeler özel bir görüşme değil
- 3) "Türkiye ile görüşmeler yürütüyoruz": 1 dk 29 sn
  - a)Lavrov: Türkiye ile temaslarımız yoğun bir şekilde sürüyor
- 4)Suriye ordusu Halep'i ele geçirdi. 40 sn
  - a) Rusya kaynakları kentin yüzde 95'i ele geçirildi
- 5 "Sizin tuzunuz kuru": 2 dk 25 sn
  - a)Veli Ağababa Meclis genel kurulunda AKP'lilere tepki gösterdi
- 6)Mecliste ortak bildiri tartışması: 1 dk 03 sn
  - a) Tartışma kavgaya dönüştü, HDP'li Yıldırım yaralandı.
- 7)Mecliste olağanüstü toplantı: 3 dk 22 sn
  - a)Kahraman, tutuklu vekillerin fotoğraflarının kaldırılmasını istedi
  - b)Özgür Özel'den açıklama "toplantı beklediğimiz gibi kritik gündemli değil"

## 14.12.2016

- 1)Erdoğan'dan seferberlik ilanı: 3 dk 39 sn
  - a)Erdoğan muhtarlara seslendi:
  - b)Erdoğan: Halep'te yaşananlarla ilgili Putin'le görüşeceğiz
- 2)CHP'den, Erdoğan'a tepki: 1 dk 29 sn
  - a)Engin Altay: Zirvenin üstüne çökmüştür.
- 3)Çankaya'da liderler zirvesi: 2 dk 34 sn
  - a) Kılıçdaroğlu, Bahçeli ve Yıldırım ortak açıklama yaptı.
- 4)Kılıçdaroğlu'ndan Beşiktaş ziyareti: 1 dk 56 sn
  - a)CHP'liler patlama olduğu yere karanfil bıraktılar



- 5)Demiršta'tan açıklama: 1 dk 19 sn  
a)"İktidar sorumluluğumuz ispat etsin istifa edelim"  
6) "Operasyonlar patlamayla ilgili değil": 2 dk 17 sn  
a) Bozdağ: HDP'ye yönelik operasyon bombalı saldırıyla ilgili değil.  
7)Avrupa Alevi Birlikleri Konfederasyonu'ndan (AABK) açıklama: 1 dk 19 sn  
a) Açıklamada muhaliflere yönelik operasyonlara tepki gösterildi

### **15.12.2016.**

- 1)Saray'da güvenlik toplantısı: 41 sn  
a)Toplantıda Irak ve son durum değerlendirildi.  
2)Halep'te ilk tahliyeler başladı: 1 dk 7 sn  
a)İlk konvoy, kentin doğusundan 951 kişinin ayrıldığı duyuruldu.  
3)Rusya'dan tahliye süreciyle ilgili açıklama: 50 sn.  
a)Rusya: Tahliyede Erdoğan-Putin görüşmesi etkili oldu  
4) Hükümet'ten tahliyeyle ilgili açıklama:1 dk 24 sn  
a)Veysi Kaynak: Halep'ten İdlib'e 20 otobüs tahliye edildi  
5)Türkiye sınırlarında son durum: 1 dk 20 sn  
a) Tahliye edilenler için Cilvegözü kapısında hazırlıklar sürüyor.  
6) Ömer Çelik Almanya'da açıklama yaptı: 2 dk 26 sn  
a) "Halep'te yaşananlar dünya için utanç verici"  
7) Çavuşoğlu'ndan Halep açıklaması: 2 dk 03 sn  
a) Erdoğan-Putin ile görüşürken, Çavuşoğlu Kerry'le görüştü

### **16.12.2016**

- 1) Halep'te tahliye durdu: 2 dk 12 sn  
a)Anadolu Ajansı, tahliye konvoyuna ateş açıldığını iddia etti.  
2)Tahliye edilenler için sınırda kamp: 1 dk 54 sn  
a) Tahliye edilen 30 bin kişi için sınırda kamp kurulacak.  
3) Erdoğan'dan Halep açıklaması: 1 dk 01 sn  
a)"Ateşkese uyun"  
4) Çavuşoğlu'ndan Halep açıklaması: 2 dk 12 sn  
a) Çavuşoğlu: Tahliyeler henüz tamamlanmadı.  
5) Kalın'dan Halep açıklaması: 2 dk 19 sn  
a) "İlk hedef sivillerin Halep'ten çıkarılması"  
6)Yıldırım-Cihangiri görüşmesi: 41 sn  
a)Görüşmede Halep'teki tahliye süreci ele alındı.  
7) "Sınırda kamp oluşturabiliriz": 2 dk 04 sn  
a)Kaynak: ÖSO'nun talebi olursa sınırda kamp oluşturabiliriz.

### **19.12. 2016.**

- 1) Rus Büyükelçisine silahlı saldırı: 6 dk 36 sn  
a)Andrey Karlov sergi sırasında silahlı saldırıya uğradı.  
2) Maraş Katliamının 38 yıldönümü: 1 dk 20 sn  
a) Katliamda 100'ün üzerinde insan yaşamını yitirdi

- 3) Rus Büyükelçisine saldırı: 3 dk  
a) Saldırgan etkisiz hale getirildi.
- 4) Maraş Katliamı anmasına çağrı: 5 dk 29 sn  
a) Pirsultan Abdal Kültür Derneği Maraş'ta yapılacak anma için çağrı yaptı.
- 5) Rus Büyükelçisine saldırı: 3 dk 30 sn  
a) Andrey Karlov sergi sırasında saldırıya uğradı  
b) Saldırgan tekbir getirdi. Saldırgan etkisiz hale getirildi
- 6) Sarıgül davasında skandal karar: 2 dk 24 sn  
a) Polis Memuru Ahmet Şahbaz'a 10 bin 100 lira para cezası verildi  
a) Mücella Yapıcı: Mahkeme çıkışında bir polis bizi tehdit etti.
- 7) Kayseri'de bombalı saldırı. 2 dk 22 sn  
a) Saldırıda 14 asker yaşamını yitirdi, 55 kişi yaralandı  
b) Erdoğan'dan saldırı sonrası "milli seferberlik" ifadesi

### 20.12.2016

- 1) Karlov için tören düzenlendi: 1 dk 37 sn  
a) Karlov'un naaşı Moskova'ya uçuruldu
- 2) Üçlü zirveden ortak bildiri: 60 sn.  
a) Türkiye, İran ve Rusya, Suriye'de siyasi çözümde anlaştı
- 3) Çavuşoğlu'nun korumasına yakın takip: 1 dk.  
a) Zarif'in koruması Çavuşoğlu'nun korumasından gözlerini ayırmadı
- 4) Çavuşoğlu, Lavrov'la görüştü: 1 dk 31 sn  
a) Çavuşoğlu görüşmesi sonrası açıklamalarda bulundu.
- 5) Işık, Savunma Bakan Şovgu ile görüştü: 54 sn  
a) Işık: Saldırının zamanlaması dikkat çekici
- 6) "Saldırı provokasyon amaçlı": 2 dk 48 sn  
a) Erdoğan Avrasya tüneli açılışında konuştu.
- 7) Yıldırım'dan saldırı açıklaması: 1 dk 27 sn  
a) "Saldırı Türkiye Rusya ilişkilerini bozmaya yönelik"

### 21.12.2016

- 1) Suriye'de siyasi çözüm için ortak bildiri: 2 dk 26 sn  
a) Türkiye, Rusya, İran Savunma bakanları zirve gerçekleştirdi.  
b) Çavuşoğlu: ateşkes için çalışmak önemli.
- 2) Moskova zirvesi deklarasyonu: 2 dk 15 sn  
a) Üçlü zirve sonucunda deklarasyon metni ilan edildi.  
b) "Suriye'nin egemenliğine ve toprak bütünlüğüne saygılıyız"  
c) IŞİD ve El-Nusra'ya karşı birlikte mücadele edilecek.  
d) "Muhtemel anlaşma müzakerelerinde garantör olmaya hazırız"
- 3) Üçlü savunma zirvesi: 1 dk 06 sn.  
a) Türkiye, Rusya, İran Savunma bakanları zirve gerçekleştirdi  
b) Işık: Saldırının arkasında kim olursa olsun bulacağız.
- 4) Işık operasyonu övdü iddiası: 60 sn.  
a) Rus basını: Fikri Işık'ın Halep'teki operasyonu övdü.
- 5) Erdoğan'dan suikast açıklaması: 53 sn.  
a) Erdoğan polis memuru Altıntaş'ın FETÖ üyesi olduğunu söyledi.

- 6)Suikastı El-Nusra üstlendi: 50 sn.  
a)Sosyal medyada üstlenme mektubu gündeme oturdu  
7)Çavuşoğlu, Kerry görüşmesi: 37 sn  
a)Çavuşoğlu görüşmede saldırıyı FETÖ'nün gerçekleştirdiğini söyledi.

## **ATV Ana Haber Bülteninde İzlenen İlk 7 Haberin Başlıkları ve Alt Başlıkları**

### **01.12.2016**

- 1)Başkanlık İçin Tarihi Adım: 2 dk 4 sn  
2)Başkanlık İçin Tarihi adım:1 dk 36 sn  
3)Teklif AK Parti'de imzaya açıldı:1 dk 27 sn  
4)"Ne kadar ekmek, o kadar köfte": 2 dk 35 sn  
a) Erdoğan Avrupa'yı uyardı:  
5)Halep'in feryadı: 2 dk 5 sn  
a)Türk askeri şehit düştü:  
6)Erdoğan Merkel'le görüştü: 1 dk 17 sn  
7)12 Canımızı uğurladık: 3 dk 08 sn  
a)Aladağ'da yaşamını yitiren çocuklar uğurlandı.

### **02.12.2016**

- 1)Hakkâri'de çatışma, 3 asker şehit: 1 dk 34 sn  
2)Başkanlık için ilk imzalar atıldı: 1 dk 52 sn  
3)"Dövizini altına, liraya dönüştürün": 3 dk 07 sn  
4)Borsa İstanbul: TL'ye güveniyoruz: 27 sn  
5)"15 Temmuz Yeni Türkiye'nin miladı":1 dk 46 sn  
6)FETÖ'cü hainlerden bir vahşet daha: 1 dk 22 sn  
a)Kendi arkadaşlarını vurmuşlar  
7)ABD Kongresine "FETÖ" çıkarması: 1 dk 10 sn

### **05.12.2016**

- 1)Yeni Türkiye'den büyük bir adım daha: 2 dk 40 sn  
2)Başkanlık bu hafta içi meclise sunuluyor: 2 dk 03 sn  
a)Engelli öğretmen adaylarını müjde  
3)Başbakan, Bahçeli'yle görüşüyor: 36 sn  
4)Yedek vekillik geliyor: 1 dk 16 sn  
5)Meclis'te HDP gerginliği:1 dk 30 sn  
6)CHP'de FETÖ çatlağı: 2 dk 09 sn  
7)Döviz bozdurma seferberliği: 3 dk 10 sn

### **06.12.2016**

- 1)İki kadın terörist böyle yakalandı: 1 dk 57 sn  
a)İzmir'i kana bulayacaklardı  
2)Son karar, 6 haini veriyorlar: 34 sn

- a)Yunanistan FETÖ'cü askerleri iade ediyor
- 3)Binali Yıldırım, Medvedev'le görüştü: 3 dk
- a)Halep hassasiyeti
- 4)Hulisi Akar, Dunford'la görüştü:1 dk 01 sn
- a)İncirlik üssü konuşuldu
- 5)Benin de FETÖ okulları kapatılıyor: 2 dk 17 sn
- 6)Başdanışmana FETÖ gözaltısı:1 dk
- a)CHP'de bir FETÖ şoku daha
- 7)CHP'de FETÖ çatlağı büyüyor: 2 dk 09 sn

### **07.12.2016**

- 1)Fırat Kalkanı harekâtında 1 şehit: 31 sn
- a)Jetler DEAŞ'ı BAB'da vurdu
- 2)"Atlatacağız, hatta kârlı çıkacağız": 3 dk 08 sn
- 3)Dolar oyunu bozuldu: 3 dk 17 sn
- 4)Ayşenur Bahçekapılı'ya skandal ayıp: 3 dk 02 sn
- a)Cumhurbaşkanı tepki gösterdi
- 5)Eksi 20 derecede kalpaklı başbakan: 2 dk 30 sn
- 6)Sahada hakem, sokakta ırkçılar: 3 dk 18 sn
- a)Kiev'de hakem rezaleti
- b)Hakem katliamı
- c)Sahada hırsız, sokakta vandallar
- 7)Saniye saniye facia anı: 2 dk 22 sn
- a)Halk otobüsü devrildi

### **08.12.2016**

- 1)Ekonomiye can suyu: 2 dk 22 sn
- a)Tebdir ve teşvik paketi açıklandı
- b)İşverene dev kredi hacmi
- c)Firmaların sıkıntısı bitiyor
- 2)Dolar bozuluyor, oyun da: 1 dk 57 sn
- 3)CHP'liden CHP'liye fırça: 1 dk 51 sn
- 4)FETÖ savcısına silahlı saldırı: 1 dk 25 sn
- 5)DEAŞ hedefleri böyle vuruldu: 55 sn
- 6)DEAŞ şehidine veda:1 dk 08 sn
- 7)Tüm çaba özel harekâtçı olmak için: 2 dk 08 sn

### **09.12.2016**

- 1)Başkanlık teklifi yarın mecliste: 3 dk 50 sn
- a)Erdoğan'ın başkanlık teklifi yorumu
- 2)"TL'ye desteği takdirle karışlıyorum": 2 dk
- a)"Faiz lobisine prim vermeyin"
- 3)"Milletten gereken yanıtı alacaklar": 4 dk 16 sn
- a)Başbakana CHP'ye yüklendi
- b)Kılıçdaroğlu: Ülke karanlıkta kalır

- 4)Milli para ile ticaret başlıyor: 1 dk 46 sn
- a)Erdoğan: Milli para dönemi başlıyor
- 5)"PKK, Nisan'da bitecek": 1 dk 11 sn
- 6)237 FETÖ'cü subay Türkiye'ye dönmedi: 31 sn
- 7)Ölüm...açlık...Ve vahşet:1 dk 47 sn

### 12.12.2016

- 1)79 milyon tek yürek: 10 dk 06 sn
- a)Canımız yanıyor hem de çok
- b)Polisimizin yanındayız
- c)Karanlığa karşı, bir arada
- d)Başbakan şehit cenazelerine katıldı
- 2)Erdoğan'dan yaralılar ziyareti: 2 dk 25 sn
- a)"Rabbim bizi korudu"
- 3)Yaralı polis için yazdıkları ağlattı: 2 dk 43 sn
- a)Yaralı polisin sözleri ağlattı
- 4)Çevik kuvvet merkezi, askeri hastane olarak kurulmuştu:1 dk 03 sn
- 5)Bombalı saldırı sonrası yaralıların durumu nasıl: 1 dk 58 sn
- 6)Erdoğan'dan acılı polislere ziyareti: 2 dk 22 sn
- 7)Bu acıya yürek dayanmaz: 2 dk 50 sn
- a)"Yasin duy beni"
- b)Vatan şehitleri bir arada

### 13.12.2016

- 1)Selin ve Görkem'e hüzünlü veda: 2 dk 49 sn
- 2)Şehit babasının gözyaşları: 1 dk 40 sn
- 3)Kayserili polisi babası anlattı: 1 dk 44 sn
- 4)Babasının şehit olduğu yerde: 1 dk 22 sn
- 5)Şehitler tepesi boş kalmıyor: 2 dk 49 sn
- 6)Önce işinden oldu, sonra canında: 3 dk 27 sn
- 7)Mecliste yumruklar konuştu:1 dk 40 sn
- a)Mecliste terör destekçisi kavgası

### 14.12.2016

- 1)Teröre karşı milli seferberlik: 4 dk 13 sn
- a) Erdoğan'dan polislere "Yetkinizi sonuna kadar kullanın"
- 2)Çankaya'da bir ilk:2 dk 25 sn
- a)Teröre karşı hükümete tam destek
- 3)2 Teröristin kimliği belirlendi: 1 dk 04 sn
- a)Hainlerin kimlikleri belirlendi
- b)Bomba yurt dışında hazırlanmış
- c)PKK cephaneliği ele geçirildi
- 3)Halep'te işkence ve zulüm sürüyor:4 dk 31 sn
- a)Rus Dışişleri: Türkiye ile anlaşlık

- b)Barbarlıkta son nokta
- 4) Ah Halep ah.:3 d 16 sn
- a)Erdoğan'dan Halep açıklaması
- 5)O cehennemden yaralı kurtuldular: 2 dk 15 sn
- 6)Şehitler için haydi maça:2 dk 03 sn
- a)Şehitler için özel maç

### 15.12.2016

- 1)Halep'te hayata kaçış :4 dk 18 sn
- a)Yine bomba yağda, yine çocuklar öldü
- b)Sivilleri kurşun yağmuruna tuttular
- 2)Enkazın ortasında insanlık dersi: 1 dk 27 sn
- 3)Minik Almina'nın kocaman yüreği: 1 dk 30 sn
- a)Halepli çocuklar için gözyaşı, çünkü çocuklar ölüyor
- 4)Halep'in feryadını Türkiye duydu:3 dk 19 sn
- a)Türkiye drama sessiz kalmadı
- c)Yardım tırlarla İdlib'e hayat taşıyor
- 5)Savaş öncesi ve sonrası Halep:2 dk 22 sn
- a)Savaş bir şehri böyle yok etti
- b)Savaş Halep'i işte böyle yok etti
- c)Yaşayan kent, hayalet kent
- 6)Siyaset, teröre karşı tek ses: 44 sn
- a)Liderler Çankaya'da bir araya geldi
- 7)Ege'de Yunan provokasyonu: 1 dk 39 sn
- a)Mehmetçik Yunan botlarını kovaladı

### 16.12.2016

- 1)Dram sürüyor, Türkiye devrede: 2 dk 21 sn
- 2)Yine sivilleri katlettiler: 14 ölü: 2 dk 58 sn
- 3)Terör demokrasiyi vuruyor: 1 dk 56 sn
- 4)CIA: Türkiye'den özür dileriz, yanlış istihbarat almışız:37 sn
- a)Türkiye IŞİD'le petrol ticareti yapıyor iddiası boş çıktı
- 5)Sanal teröristlere geçit yok: 2 dk 20 sn
- a)Sosyal medya operasyonu
- 6)Deniz otobüsünde yangın: 1 dk 28 sn
- a)İçinde 135 yolcu varken alev aldı

### 19.12.2016

- 1) Erdoğan: "Tek bir terörist kalmayıncaya kadar": 2 dk 29 sn
- a) Erdoğan: "Terörün tuzağına düşmeyeceğiz"
- 2)Türkiye'ye dev bir proje daha:4 dk 54 sn
- a)Avrasya Tüneli açılıyor
- 3)Halkın 15 milyar lirasını çalmışlar:2 dk 19 sn
- a)FETÖ'nün finans ayağı çökertildi
- 4) Şehit babası: "Ferhat mı, yoksa Fatih mi":1 dk 18 sn

- a)Fırat Kalkanı operasyonunda şehit
- 5)Bir haftada 924 gözaltı:1 dk 20 sn
- a)PKK operasyonları sürüyor
- 6)Provokasyon tuzağına dikkat: 2 dk
- a) Bekir Bozdağ: “Yönlendirmelere izin vermeyelim”
- 7) Rusya Büyükelçisine silahlı saldırı: 32 dk 08 sn
- a)Rusya Büyükelçisi ağır yaralı

### **20.12.2016**

- 1)Dostluğa FETÖ kurşunu: 5 dk 11 sn
- a)Kalleş FETÖ'den dostluğa kurşun
- b)Kirli oyunun hedefi büyük Türkiye
- c)Rus elçiye FETÖ suikastı
- d)Ankara'da provokasyon gecesi
- 2)Karlov suikastçısı, dün işe gitmedi otelde plan yaptı: 1 dk 26 sn
- 3)Suikast soruşturmasında son durum:1 dk 41 sn
- 4)Suikasta iki ülkeden ortak tavır: 3 dk 38 sn
- a)Erdoğan: Nefretle kınıyorum
- b)Putin: Barış sürecine provokasyon
- 5)Erdoğan: Sırtından vurmak kalleşin adaletidir:3 dk 56 sn
- a)“Terör bizi esir edemeyecek”
- b)Erdoğan hem üzgün hem de öfkeliydi
- 6)Rus elçinin cenazesi Rusya'ya uğurlandı:4 dk
- a)Rus ekip otopsiye katıldı
- 7)FETÖ suikastına ortak soruşturma: 2 dk 27 sn

### **21.12.2016**

- 1)Mehmeçik El-Bab'ın kapısına dayandı:1 dk 17 sn
- a)Halep'in sesi Külliye'de
- 2)Halep'in sesi 'Bana' Külliye'de: 1 dk 55 sn
- a)Erdoğan, Bana ve ailesini kabul etti
- 3)Suikastın FETÖ bağları bir bir ortaya çıkıyor: 4 dk 06 sn
- a)Teslim ol dediler, ateş etti
- b)15 dakika çatışma yaşandı
- c)Ruslarla eşgüdümlü soruşturma
- 4)Andrey Karlov'un cenazesi Moskova'da:1 dk 27 sn
- 5)Ağır yaralan polis şehit oldu: 1 dk 18 sn
- a)Beşiktaş şehidine veda
- 6)Milli Eğitimde FETÖ operasyonu:13 sn
- a)1980 personel açığa alındı
- 7)Karlov suikastı: Saldırgan FETÖ'ye mensup: 2 dk 01 sn

## EK.2. KODLAMADA KULLANILAN BİLGİLER

Madde Sayısı:	Televizyon Kanalının İsmi:	Analiz Birimi: Haber	Yayın Tarihleri:	Yayın Saati:
1		Haberin Genel Konusu ( Dış politika/iç politika/ekonomi/asayiş-güvenlik/polis-adliye/toplumsal olaylar (yangın, deprem, intihar, kaza, gösteri vb) Konusu		Haberlerin genel konusu, izlenen bültenlerle oranlanarak toplam bültendeki yüzdeler oranına ulaşılmıştır.(Her bir haber kategorisi için 1 puan verilmiştir)
2		Haberin Özel Konusu (Haberin neyle ilgili olduğu)		Suriye, Karlov Suikastı, Fırat Kalkanı Operasyonu, Başkanlık tartışmaları vb., konular özel konu olarak sınıflandırılmıştır. (adı geçenlerin her birine 1 puan verilerek hesaplama yapılmıştır.)
3		Haber ve Görüntü Kaynağı		Ajanslar, gazeteler, resmi televizyon kanallarının sayısı elde edilmiş ve haberlere oranlanarak 1 puan verilmiştir.
4		Haber Çerçevesi		Terör, uzlaşma, mücadele, pazarlık vb., çerçeveler oluşturulmuş, her haber bir çerçeveye dâhil edilmiş ve 1 puan verilmiştir.
5		Haber Çeşidi		Gelişen/devam eden/son dakika/öyküleme (her çeşit için 1 puan verilmiştir)
6		Haberde Adı Geçenler		İsimler, resmi ve özel yetkililer, vatandaşlar, mağdur olanlar, etkilenenler vb., her temsil için 1 puan verilmiştir.
7		Haberde Adı Geçenlerle İlgili İfadeler		Olumlu,Olumsuz, Nötr; Haberde karşılaştırmalar yapıp olumlu, olumsuz ya da nötr ifadeler şeklinde bir anlatı gerçekleştiriliyor ise bunlar tespit edilmiştir. Örneğin Halep’te ÖSO unsurlarının direnişi ‘haksız’, Suriye rejim kuvvetlerinin operasyonları ‘haklı’ olarak sunuluyorsa, ‘olumsuz’ ve olumlu’ şekilde bir kodlama gerçekleştirilmiştir. Ya da herhangi bir tarafı öne çıkarmadan bir anlatı gerçekleştiriyorsa bu da ‘nötr’ ifade olarak kodlanmıştır.( Her bir ifade için 1 puan verilmiştir)
8		Haber Sunuş Çerçevesi		Epizodik/tematik olarak 2 kategoride sınıflandırılmıştır ( her bir tanımlama için 1 puan verilmiştir)
9		Haber Başlığı Çerçevesi		Açıklayıcı/yorumlayıcı/ Alıntı-Referans (her bir tanımlama için 1 puan verilmiştir)



10		Basmakalıp sözler, stereotipler, imgeler, tematik bilgi kaynakları,	Anahtar kelimeler, semboller, üretilen stereotipler, var olan stereotipler, kavramlar, deyimler vb. Bu sınıflandırma da yine rakamlara dökülmüş, bir haber içindeki basmakalıp sözler, stereotipler, imgeler ve tematik bilgi kaynakları sayılmış, incelenen 7 haberdeki sayı ortaya konulmuş ve toplam incelenen 210 haberdeki oran rakamsal olarak ifade edilmiştir. (Her tanımlama için 1 puan verilmiştir)
11		Haber öğelerine göre haberin en önemli unsuru (Kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden)	Puanlama: Önem derecesine göre, haberdeki öne çıkanlar: Haberin yapıcısı olarak kurgulanan her bir unsur için 1 puan verilerek bir hesaplama yapılmıştır. Örneğin, haberde önemli unsur 'dolar krizi' ise bu 'ne' olarak kodlanmıştır. Bu konuda açıklama yapan kişi ise kim olarak kodlanmıştır. Her unsur için 1 puan karşılığı üzerinden değerlendirme yapılmıştır.
12		Tek Bir haber Süresi	Bültendeki yer alan ve bir başlık ve ona bağlı alt başlıklar altında sunulan haberin süresi kaydedilmiştir.
13		İncelenen ilk 7 Haber Bülteni Süresi	İlk 7 haberin süresi
14		Bir Bültenin Tam Süresi	Bir bültenin süresi
15		Toplam Haber Bülteni Süresi	15 günlük haber bültenlerinin toplam süresi

## EK-2.1.KODLAMA CETVELİ ŞABLONU

ANALİZ ŞABLONU				
Madde	Televizyon Kanalının İsmi	Analiz Birimi: Haber	Yayın Tarihleri:	Yayın Saati:
1		Haberin Genel Konusu ( Dış politika/iç politika/ekonomi/asayiş-güvenlik/polis-adliye/toplumsal olaylar (yangın, deprem, intihar, kaza, gösteri vb)		
2		Haberin Özel Konusu (Haberin neyle ilgili olduğu)		
3		Haber ve Görüntü Kaynağı		
4		Haber Çerçevesi		
5		Haber Çeşidi		
6		Haberde Adı Geçenler		
7		Haberde Adı Geçenlerle İlgili İfadeler		
8		Haber Sunuş Çerçevesi		
9		Haber Başlığı Çerçevesi		
10		Basmakalıp sözler, stereotipler, imgeler, tematik bilgi kaynakları,		
11		Haber öğelerine göre haberin en önemli unsuru (Kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden)		
12		Tek bir haberin süresi		
13		İncelenen haber süresi ( ilk 7 haberde)		
14		İncelenen Haber Bülteni Süresi		
15		Toplam Haber Bülteni Süresi		

### **EK-3. CD (DVD)**

#### **1).TV 10 Haber Müdürü Turabi Kişin'le Yüz yüze Görüşme:**

##### **Görüşme Tarihi:**

**03.10.2015**

##### **Video ve Süre**

1.Video: 14 dk, 12 sn

2.Video: 28 dk,31 sn

Toplam: 42 dakika, 43 saniye

#### **2).Cem TV Programlar Sorumlusu Hilal Solmaz'la Yüz yüze Görüşme:**

##### **Görüşme Tarihi:**

**02.12.2015**

##### **Video ve Süre:**

1.Video: 29 dk, 01 sn

2.Video:19 dk, 28 sn

3.Video:16 dk, 06 sn

Toplam: 64 dakika 35 saniye

## ÖZGEÇMİŞ

- 1.Adı Soyadı: Bayram Çağlar
- 2.Doğum Tarihi: 20.05.1970
- 3.Unvanı: Uzman, Öğretim Elamanı
- 4.Öğrenim Durumu: Doktora

**Doktora:** İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, Kocaeli Üniversitesi, 2017.

**Yüksek Lisans:** Genel Gazetecilik Anabilim Dalı, Kocaeli Üniversitesi, 2007.

**Lisans:** Gazetecilik, Marmara Üniversitesi, 1996.

**Yüksek Lisans Tez Başlığı:** “Kocaeli Yerel Basının Tarihsel ve Teknolojik Gelişimi” Kocaeli, 2007.

**Doktora Tez Başlığı:** “Topluluk Televizyonlarının Anaakıma Karşı Yayıncılık Oluşturma Potansiyeli: Alevi Televizyonları Örneği”, Kocaeli, 2017.

“The Potential of Community Televisions to Create an Alternative Media Against Mainstream Televisions: Alevi Televisions Example”

### Akademik Unvanlar

Görev Unvanı: Uzman, Öğretim Elemanı: Kocaeli Üniversitesi Kandıra Meslek Yüksekokulu  
(2007-Halen)

**İdari Görev:** Kocaeli Üniversitesi Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü: Haber Merkezi, 2003-2007.

**Özel Sektör:** Global Gazetesi, Özel Haber Servisi, Muhabir  
1994-1995, İstanbul.

Kanal E (CNBC-e), “Borsanın Şirketleri” Programı Yapım Yardımcısı,  
1997-199, İstanbul.

Bizim Kocaeli Gazetesi, Editör, Kocaeli.  
2002-2003

## **Yayınlar:**

Ulusal Düzeyde Yayınlanan Kitaplarda Bölüm:

**Bayram Çağlar** (2014). “Yerel Kimliğin Sosyal Ağlarda Yeniden İnşası: Hemşeri Derneklerinin Facebook Sayfalarının İncelenmesi”. Yeni Medya Araştırmaları; Kavramlar, Uygulamalar, Tartışmalar (Editör: İdil Sayımer). Konya: Literatürk, 487-542, ISBN 978-605-337-035-2

Ulusal Hakemli Dergilerde Yayınlanan Makaleler:

**Bayram Çağlar** (2015). Vladimir Propp’un Masal Anlatısı Perspektifinden “İnterstellar” Filminin İncelenmesi, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 24: 31-55, ISSN 1304 3846.

İletişim Bilgileri

E.mail: bayram\_caglar@yahoo.com.tr

bcaglar@kocaeli.edu.tr

Tel: 0262 551 47 50