

# MEDYA, DÜŞÜNCE VE AKADEMİ

“Toplumsal Krizler, Medya ve Ahlak”



## TASAM

TÜRK ASYA STRATEJİK ARAŞTIRMALAR MERKEZİ  
TURKISH ASIAN CENTER FOR STRATEGIC STUDIES



# MEDYA, DÜŞÜNCE VE AKADEMİ

## “Toplumsal Krizler, Medya ve Ahlak”

### (Stratejik Değerlendirme Dokümanı)

Döneme ve konjunktüre göre gerek doğrudan gerek dolaylı olarak siyasete ve topluma biçim veren fakat en az aynı ölçüde siyaset ve toplum tarafından biçimlendirilen “medya”; başta iletişim ve ulaşım olmak üzere, eğitimden sağlığa, gıdadan giyime, bankacılıktan reklamcılık ve yayıncılığa kadar birçok sektör ile kimi zaman “misyon ortaklığı”, kimi zaman neredeyse “suç ortaklığı” düzeyinde iç içe geçmiş bir sektördür. Nitekim “medya eleştirisi” ile “sistem eleştirisi” adeta eşanlamı hâle gelmiştir.

Medyanın “özeleştirisi” niteliğindeki girişimlerinin genel olarak neticesiz kalmasına veya medyaya sektör dışından yöneltilen fakat söz konusu iç içe geçmiş ilişki ağları dolayısıyla bir bakıma yine “özeleştirisi” niteliğindeki eleştirilerin yerine ulaşmamasına yol açan nedenlerden biri budur. Bu durum, sadece Türkiye’de değil dünya çapında toplumsal krizleri besleyen iletişim sorunlarının çözümünde sivil toplum ve düşünce kuruluşlarına alternatif inisiyatif geliştirme sorumluluğu yüklemektedir.

Bütün çelişkilerine rağmen son derece önemli bir sektör olan medya ve iletişim sektörü; yöntem, araç, kaynak ve içerik itibarıyla, üstelik tam da çelişkileri dolayısıyla, gerek toplum gerek üniversiteler gerek sivil toplum kuruluşları gerekse medya sektörünün kendi içinde teorik ve pratik boyutlarıyla rezerv araştırmaların başlıca konuları arasında yer almaktadır. Sosyo-politik ve sosyo-ekonomik istikrar yanında toplumsal kalkınma açısından da vazgeçilmez bir sivil denetim aracı olarak görülen medyanın rolü birçok yönüyle ve yeni gelişmeler çerçevesinde tartışılmalıdır.

Etkisinin sınırları henüz belirsiz olmakla birlikte, çelişkilerinden kurtulamayan ana-akım medyanın görmesi gereken asıl işlevi görebilecek bir arayışın adı olan “alternatif medya” bir bakıma “sessizlerin sesi” olma iddiasının da adıdır. Ana-akım medyaya göre radikal eleştiri niteliğiyle işlev görme iddiasındaki bu arayış yeni iletişim modelleriyle birlikte farklı boyutlar da kazanmış ve göreceli olarak alternatif medya potansiyeli artmıştır.

Dijital medya veya genel olarak internet teknolojisiyle eşgüdümlü yeni iletişim biçimleri; “yurttaş gazeteciliği”, “dijital aktivizm” ve “gizli gazeteci” gibi kavramlar veya bireysel görünümlü kolektif roller ve eylemsel işbirliği biçimleri de bu örüntü içerisinde kendilerine yer bulmaktadır.





Bu kavramlar çerçevesinde yapılan habercilik faaliyetinin en az medya tekelleşmesi kadar riskler içerdiği bilinmelidir. Zira bu tür habercilik yöntemlerinin daha yoğun kullanıldığı zaman ve koşullar genellikle asgari gazetecilik ilkelerine en fazla uyulması gereken ve toplumun psikolojik olarak son derece savunmasız olduğu kriz koşullarıdır.

Gerek ana-akım gerek alternatif medyanın toplumsal işlevi yeni bir anlayışla ve kapsamlı bir şekilde, özellikle psikolojik ve sosyolojik değişimler çerçevesinde uzun vadeli periyotlar hâlinde tartışılmalıdır. Nitekim yeni kalkınma modellerinin yeni iletişim stratejileriyle inşa edilme eğilimi dikkate alındığında, genel olarak iletişim mekanizmaları ve özel olarak medya sektörünün tüm bileşenleriyle birlikte politika merkezlerinin ana gündemleri arasında yer alması şarttır. Medya veya genel olarak iletişim sektörü; reklamcılık ve moda gibi büyük ölçüde algı yönetimine dayanan sektörler başta olmak üzere siyasal temelli algı yönetim projelerinin de vazgeçilmez araçları olarak görülmektedir.

“Kolay ve çabuk tüketilme” potansiyeli daha yüksek görsel ve işitsel içeriğe artan veya artırılan ilgi bütün boyutlarıyla düşünülmesi gereken, toplumsal sonuçları açısından kritik öneme sahip bir husustur. Eğitim veya kabiliyet gelişimi gibi meşru gerekçelerin araçsallaştırıldığı ve fakat fayda-zarar analizi tam olarak yapılamamış bu “kontROLSÜZ veri” kanallarının uzun vadede toplumlara nasıl bir kimliksel krizle karşı karşıya bırakacağı hesaplanmalıdır. Ayrıca bu konu medyayla doğrudan alakalı olmayan mikro iktisat ve sosyal psikoloji gibi alanların yanı sıra disiplinler arası toplumsal araştırma ve incelemelerde de bütün boyutlarıyla tartışılması gereken önemli bir “toplumsal gelişim” konusudur.

Yeni iletişim modelleri, zaman ve mekan sınırlamalarını ortadan kaldırmak gibi avantajlarının yanı sıra dezenformasyon, spekülasyon ve manipülasyon gibi yöntemlerle gerçekte ne olduğunu anlamayı artık iyice ve “kolayca” zorlaştıran dezavantajlar da içermektedir. Alternatif iletişim kanalı olarak kendi tarihini oluşturma eğilimindeki bu iletişim modelleri “anonim” karakteri nedeniyle klasik iletişim modellerinden daha fazla ve daha kolay kontrol edilme veya yönlendirilme riski taşımaktadır.

Yeni medya veya dijital medya olarak da adlandırılan bu tür medya ve iletişim yöntemlerinin şu aşamada, “radikal eleştiri” potansiyeli bulunmakla birlikte, “bağımsız”, “yapıcı” ve dolayısıyla “alternatif” iletişim kanalı olarak tanımlanması henüz mümkün değildir. Bu kanalları kullanan kişi ve kurum sayısı giderek artmakla birlikte yeni iletişim modellerine karşı güvenin de giderek azaldığına dair bazı araştırma raporları mevcuttur. Fakat her ülke ve bölgeyi kapsayan bir genelleme yapılabilmesini sağlayacak nitelikte verinin henüz mevcut olmadığına dikkat edilmelidir.



Yine de dönemsel ve ülke bazlı dalgalanmalara rastlandığı ve bu durumun hükümetler açısından konjnktre göre avantaja veya dezavantaja dönüştüğü, güven artışı-azalışı indekslerinin de bu durumdan belli ölçüde etkilendiğı söylenebilir.

Bugün medya ve iletişim alanındaki en önemli tartışmalar ‐ahlak‐ kavramına dayanmaktadır. Fakat yalnızca örgütlenme biçimi açısından değil eğitim, hukuk ve iktidar kavramları açısından da diğer birçok alanla bağlantılı olan medyanın ahlakla ilişkisi diğer toplumsal kurumların ahlak normlarıyla ilişkisi bağlamında tartışılmalıdır.

Yavaş gazetecilik olarak adlandırılan ve iletişimde ahlaki, hukuki ve doğal dengeyi gözetmenin gereğine vurgu yapan gazetecilik anlayışı hızlı gelişen olaylara mesleki uyumun zorlaştığı bir süreçte belki bazı alternatifler sunabilir. Fakat bu yaklaşımın gerek hızlı gelişen olaylar gerekse anlık veri akışına yönelik sosyolojik ve psikolojik şartlanmışlık sebebiyle dergi haberciliği ve tematik habercilik gibi formları dışında gazeteciliğin tüm alanlarına uyarlanabilmesi şu aşamada pek mümkün görünmemektedir. Yine de uzun vadede en azından dezenformasyon gibi bir ucu ‐toplumsal apati‐ diğer ucu ‐toplumsal hipersensitivite‐ olarak adlandırılabilcek toplumsal kriz sarmalının kontrol altına alınmasında bazı alternatif potansiyellere sahip olduğu düşünülebilir.

İletişim teknolojisinin, büyük ölçüde savunma gibi daha kapsamlı sektörlerdeki ‐aşırı rekabet‐ nedeniyle son derece hızlı gelişiminin ürünü olan yeni iletişim araçlarının kişi ve toplumların gerçeklik algısını belli ölçüde etkilediğı savunulabilir. Fakat bu etkinin belirleyici nitelikte olduğuna ilişkin argümanlar ‐komplo teorisi‐ seviyesini aşabilmiş değildir. Yine de medyanın çeşitli motivasyonlarla gerek ‐apokaliptik‐, ‐eskatolojik‐ ve ‐distopik‐ gerekse ‐ütopik‐ toplumsal kurgu odaklı perpektiflerce de araçsallaştırılmasının kişi ve toplumların psikolojisine etkileri araştırılmalıdır. Öte yandan ‐hızlı akademik iletişimin‐ araştırmacıların gerçeklik algısına ve dolayısıyla akademik araştırmaların sonuçlarına etkileri ile söz konusu algının gelişimine nasıl bir katkıda bulunduğu da incelenmesi gereken diğer bir husustur.

Bu bakımdan ‐medya‐, ‐düşünce kuruluşları‐ ve ‐niversiteler‐ arasında önemli bir benzerlik olduğu söylenebilir. Her üç sektör de esas olarak kendi çalışma alanları kapsamında gerek tarihsel gerek güncel veriler işığında yeni gelişmeleri sezme ve yeni koşullara yönelik dengeli toplumsal refleksler geliştirilmesine katkı sunma çabasındadır. Bununla birlikte özellikle siyasi iktidarın bir tür dengeleyicisi rolüyle de bilinen ilk iki sektör büyük ölçüde ya kamu fonlarıyla hkmetlerin ya dış fonlarla uluslararası örgütlerin ya da ‐çok-uluslu ve çok-işlevli‐ şirketlerin ‐sivil‐ bileşenlerine dönüşerek asıl işlevlerini kaybetme veya siyasi iktidarların politikalarını ‐esastan tartışmaksızın‐ pekiştirmede algı yönetim birimlerine dönüşme eğilimindedir.



Sadece belirli jeopolitik ve stratejik güç merkezleri değil siyasal iktidarlar da uluslararası çıkar ve angajmanları çerçevesinde yeni medya ve iletişim imkanlarını ara-yüz olarak kullanan bu çapraz ilişkiler açısından kendi iktidarlarını güçlendirmek üzere yararlanabilmektedir. Yeni gazetecilik anlayışı veya yeni medya modeli olarak lanse edilen, sorunlara değil çözümlere odaklı yaklaşım ise medya gücünü kontrol altında tutan hükümetler nezdinde bir bakıma sorunları göreceli, çözümleri mutlak hâle getirmektedir. Bu nedenle hem ulusal hem uluslararası ölçekte önemli medya ve iletişim sorunlarının gerek tespitinde gerekse çözüm önerilerinde dengeli bir yaklaşıma ve bazıları yukarıda bazıları aşağıda yer alan ve bunlarla sınırlı olmayan çok boyutlu birçok hususun her birinin öncelikle kendi bağlamına konumlandırıldığı tartışma platformlarına ihtiyaç vardır.

TASAM (Türk Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi) gerek ulusal gerek uluslararası ölçekte hızlı ve önemli değişimler geçiren medya ve iletişim alanında giderek daha fazla hissedilen sorunlara “olabildiğince dengeli” ve “yapıcı” bir tutumla eğilmek üzere uzun vadeli bir tartışma platformu oluşturmanın gerekli ve faydalı olacağına inanmakta ve örnek olacak inisiyatifini olgunlaştırmaktadır.