

## DOSYA/GÖZLEM VE GÖRÜŞLER

# EGEMEN İDEOLOJİ VE MEDYA

Metin ÇULHAOĞLU\*

Sözcük olarak alındığında, ideolojinin özlü ve doyurucu bir tanımını yapmak güçtür. Bu güçlük, ideolojinin üreticilerinin (öznelerinin) farklı konularından ve ürünün (ideolojinin) kendini farklı biçim ve içeriklerde ortaya koymasından kaynaklanır. Gene de, kimi çekincelerle birlikte, ideolojiyi, insanların kendi yaşamlarına ve deneyimlerine belirli anlamlar yüklemelerini, çevrelerindeki gelişmelere bu anlamlara ait kavramlar ve değerlerle yaklaşmalarını sağlayan düşünsel çerçeve biçiminde tanımlamak mümkündür.

Bu tanımın ardından, ideolojinin, örneğin "dünya görüşünden" nerede ve nasıl farklılaştığı sorulabilir. Kanımca dünya görüşü, sınırları daha net belirlenmiş, özel durumlarda başkaları tarafından kavranabilecek biçimde dışa vurulabilen ve iç sistematiği daha güçlü bir çerçevedir. İdeoloji ise, dünya görüşüne göre çok daha geniş, ancak sınırları belirsiz, öğeleri arasındaki bağlantılar daha esnek ve oynak bir alanı anlatır. İdeolojinin tanımının yapılmasındaki güçlük de bu özelliklerinden kaynaklanır.

### İdeoloji Kavramına Genel Yaklaşım

Sosyalist hareketin tarihine bakıldığında, "ideoloji" kavramının hayli sık kullanıldığı görülür. Ne var ki, bu kullanım sıklığına karşın, ideolojiye ilişkin kuramsal-pratik çözümlere fazla rastlanmaz. Bu boşluğun, açıklanabilir birtakım nedenleri vardır.

Bu nedenlerden birincisi, doğrudan doğruya Marx'ın ideoloji kavramına yaklaşımıyla ilgilidir. Burada ayrıntılarına girmek gerekmiyor, ama Marx'ın birçok yapıtında ideoloji, kapitalizmin tam boy serpilip gelişmesi ve sınıf pratiğiyle ortadan kalkacak bir "yanlış bilinç" olarak değerlendirilmiştir. Başka türlü söylersek, Marx, öznel konum ile nesnel gerçeklik arasındaki bir dolayım olarak ideolojinin kalıcı konumunu kendi döneminde yeterince görememiştir. Bu eksiklik, Marx'tan sonra ideoloji kavramı üzerinde duran Marksistleri de etkilemiştir. Bunun sonucunda örneğin işçi sınıfının "bilinçlenmesi", ideolojik bir süreç olarak değil, tersine her tür ideolojik çerçevenin ortadan kalktığı yalın gerçekliğe ulaşılması bağlamında ele alınmıştır.

İkinci ve belki de en az birincisi kadar önemli bir neden de, ideolojiler alanındaki çeşitlilik, karmaşıklık ve geçişkenliğin araştırmacıları ürkütmesidir. Aşırı kategorik yalınlaştırmalara başvurulmasının nedeni bu ürküntüdür. Örneğin, *burjuva ideolojisi*, *işçi sınıfı ideolojisi*, *resmi ideoloji* ve *egemen ideoloji* gibi kavramların gerçek karşılıkları ve aralarındaki ilişkileri karmaşık bir bütün olarak ele almak yerine basit eşitlemelere başvurulmuştur. Burjuva ideolojisi=egemen ideoloji, işçi sınıfı ideolojisi=sosyalizm ve geri kalan=küçük burjuva ideolojisi bu basit eşitlemelere verilebilecek örnekler arasındadır.

Konuyu biraz daha açabilmek için somut örnekler başvuracağım. Bundan altı yedi yıl kadar önce, üst üste birkaç seminerde dinleyicilere Türkiye'de "egemen ideoloji" olarak neyi tanımlayabileceklerini sormuştum. Dinleyicilerin çok büyük bölümü, ülkede resmi ideolojinin

\*Yazar

aynı zamanda egemen ideoloji olduğunu söylemişti. Oysa, yanıt verenlerin resmi ideoloji tariflerine bakıldığında (o dönemde) Refah Partisi'nin birinci parti olmaması gerekiyordu. Soruyu yanıtlayanlar bugün de aynı eşitlemeyi sahipleniyorlarsa, kendi resmi ideoloji tanımları çerçevesinde AKP'nin yüzde 35'lik oyunu açıklamakta güçlük çekeceklerdir.

Bunun dışında, başka platformlarda, Marksizm'in "işçi sınıfının ideolojisi" olduğunu ileri sürenlere de rastladım. Ayrıca, egemen ideolojinin, doğrudan doğruya burjuva ideolojisi olduğunu söyleyenler de vardır. Oysa, eklemlemeler ve melezelemelere uğramamış, saf burjuva ideolojisinin bir topluma egemen ideoloji olması bana göre hiç mümkün değildir. Örnek gerekirse, Besim Tibuk'un televizyonlarda dile getirdiği görüşler (yaşayla bağları, kendi sorunları, özverileri ve inadıyla romanesk bir bağlamda yüceltilen sermayedar) gerçek burjuva ideolojisinin yansımalarıdır. Ne var ki, bir ülkede sermaye sınıfının bu görüşler temelinde, bunları sahiplenerek ve vazederek iktidarını sürdürmesi hiç mi hiç mümkün değildir.

#### Egemen ideoloji: Nasıl açılabilir?

Yazının asıl teması, geniş ideolojiler alanında medyaya bir yer biçmek olduğundan, egemen ideoloji kavramı üzerinde biraz daha durmakta yarar var. Kanımca, egemen ideolojinin, örneğin burjuva ideolojisi, işçi sınıfı ideolojisi ya da resmi ideoloji gibi kategorilere göre önemli bir farklılığı vardır. Bir kere, burjuva ideolojisi ile işçi sınıfı ideolojisine, bu sınıfların tarihsel pratiği sonucu şekillenmiş, sınıfsal referansları daha güçlü ve doğrudan kategoriler olarak bakılabilir. Bir adım daha gidip Devleti ve onun çeşitli kurumlarını ele alacak olursak, sınıflar üstü söylemine karşın resmi ideolojinin öznelerini (üreticilerini) ve dolaylı sınıf bağlarını saptamak da güç değildir. Nihayet, bu üç kategorinin de *vericileri*, yani yayıcıları vardır. Özetle, burjuva ideolojisini, işçi sınıfı ideolojisini ve resmi ideolojiyi, tarihsel sınıf pratiğine sahip üreticileri ve vericileri ile birlikte tanımlamak mümkündür.

Egemen ideoloji ise, yukarıda belirtilen kategorilerin konjonktürel ve gevşek eklemlemesi olarak görülebilir. Bu eklemlemeyi ortaya çıkaran, ne tek tek belirli sınıflar, ne de Devletler; eklemleme, kendi gündelik pratikleri ve deneyimleri ışığında somut insanlar tarafından gerçekleştirilir. O halde, insanlar, vericileri olan ideolojileri *alıp* kendilerince (elbette genel konjonktüre göre) eklemleyen öznelerdir. Egemen ideoloji olarak ortaya çıkan bu eklemlemenin tek bir öznesi (üreticisi) ve vericisi yoktur. Ayrıca, egemen ideoloji egemen sınıfın ve resmi ideolojinin girdileri ile fazlaca belirlense bile, bu ideolojinin tek başına herhangi bir sınıf ideolojisine indirgenmesi de mümkün değildir. Egemen ideoloji, içinde sermayedar da, bürokrat da, işçi de, esnaf da kendine bir yer bulabildiği için egemen ideolojidir.

Türkiye'de olsun, başka ülkelerde olsun, medyanın ideolojiler alanındaki rolünün ve işlevlerinin ortaya konması, ilk planda egemen ideoloji kavramına atıfta bulunulmasını gerektirmektedir. Medyanın, hele hele tekelci medyanın, burjuva ideolojisinin ve resmi ideolojinin doğrudan girdilerine açık bir alan olduğu tartışmasızdır. Ne var ki, arkasındaki sermaye gücü ne olursa olsun, medyanın yaşayabilmesi, geniş kitlelerden alıcı bulmasına bağlıdır. Burjuvazi kendi egemenliği için nasıl kendi saf ideolojisinin dışında ideolojik atflara muhtaçsa, medya egemen ideolojiye örtüşmeye daha fazla muhtaçtır.

#### Medyanın Özel Yeri

Az önce söylenen doğru olsa bile, asıl kritik nokta, bu örtüşmenin medya özelinde nasıl, hangi biçimde ve içerikte sağlandığının görülmesidir. Tez şudur: *Devlet, sermaye sınıfı, siyasal partiler, eğitim sistemi ve hatta aile kurumu egemen ideolojiye ağırlıklı olarak pozitif girdiler sağlamak zorundayken, medyanın girdileri, gene ağırlıklı olarak, negatif olmak zorundadır.* Buradaki pozitif-negatif ayrımı, doğruluk ve yanlışlıkla değil, olumlama/haklılaştırma-olumsuzlama/haksızlaştırma ile ilgilidir. Daha açığı, devlet, sermaye sınıfı, siyasal partiler, eğitim sistemi vb. eleştirip olumsuzladığından daha fazla olumlayıcı ve haklılaştırıcı davranmak zorundayken, medyanın işlevi bunun tersinde somutlaşır.

Bu işlev bölünmesi bir yerde son derece doğaldır. Çünkü medya dışında, sayılan bütün kurumların olumsuz olanı tanımladıktan sonra olumlu olanı *yapma* gibi bir yükümlülüğü vardır. Medyanın ise böyle bir yükümlülüğü yoktur. O halde, egemen ideolojideki yetinmecici, beklentici, umut edici vb. motifler diğer kurumların ideolojisiyle buluşurken, tepkici ve öfkeli motifler de "bunların tercümanı" medyaya yönelir. Ancak medyada bulunan bu mahrecin radikal bir yanı yoktur. Öfkeli oldukları, tepki duydukları olguları medyada yansıtmak imkanı bulan ya da kendi "özel" sorunlarına benzer sorunların medyada pekala radikal terimlerle dilelendirildiğini gören insanlar öfkelerini daha da bilemek yerine yatışırlar, ferahlarlar. O kadar ki, siyasal partilere "bunların hepsi aynı" diye üstten bakabilen vatandaş, Reha Muhtar'a, Savaş Ay'a, Fatih Altaylı'ya ve benzerlerine de böyle bakmayı aklından bile geçirmez. Kısacası, "işler düzelecek", "şöyle yaparsak başarırız", "biz böyle badireleri çok atlattık", "birlik olursak bizi kimse yenemez" türü mesajlar ve motifler ağırlıklı olarak ilk kesime yığılırken, "al birini vur ötekine", "herkes çıldırmış", "bu kadarı da ayıp", vb. medyanın alanına girer. Medya alanından çıkış ise, bütün bu olumsuzluklar karşısında, çok edilgen ve içe dönüktür: "Kendimi ve ailemi bütün bu musibetlerden korumalıyım."

Konuya bir başka açıdan da yaklaşılabilir. İdeolojilerin ana nüfuz kanallarını

i) siyasal mesajlar,

- ii) belirli dünya görüşleri,
- iii) yaşam tarzı ve

iv) tepkisellik olarak tanımlarsak, bunlardan ilk ikisi yukarıda aktarılan birinci kesimin (Devlet, sermaye sınıfı, eğitim kurumları, vb.), son ikisi de medyanın alanına girer. "Tepkisellik" kanalına az önce kısaca değinildi. Belirli bir yaşam tarzının görsellik boyutuyla en geniş kesimlere aktarılması ise, münhasıran medyanın (sinema vb. dahil) işidir. Küçümsenmemelidir; yaşam tarzı aktarımı, daha dolaylı yollardan da olsa, sözgelimi resmi ideoloji aracılığıyla verilenlerden çok daha fazla ideoloji yüklü olabilir. Bunun nedenlerinden biri, insanın bizzat yaşadığı ile başka mekanlara özgü olgular-durumlar arasındaki olumlu ya da olumsuz ideolojik bağlantıyı, diğer ideoloji kategorilerine göre çok daha kolay ve doğrudan kurabilmesidir.

#### **İdeoloji, Medya ve Depolitizasyon**

Buraya kadar söylenenlerin, belirli bir boyutta açılanması gerekiyor.

Burada dile getirilen egemen ideoloji tanımı her tarihsel dönem ve toplum için geçerli olsa bile, egemen ideolojinin yayılma ve etki alanı mutlak ve sabit bir veri değildir. Daha açığı, burada tanımlandığı biçimiyle egemen ideolojinin yayılma ve etki alanı, toplumdaki politikleşme düzeyiyle ters orantılıdır. Belirli bir toplumda politikleşme düzeyi (ya da derecesi) arttıkça egemen ideolojinin alanı daralır ve bu kez sınıf ideolojileriyle resmi ideoloji daha fazla ön plana çıkmaya başlar. Bu durumda, egemen ideolojiyi, temelleri her toplumda var olan, ancak nüfuzunu geniş kitlelerin siyasete yabancılaşp ondan uzaklaşmalarıyla artıran bir kategori olarak görebiliriz.

Yukarıda söylenenin, medyanın çoğu kez abartılarak yansıtılan ağırlığıyla da ilişkisi vardır. Medya, egemen ideolojiyle en fazla örtüşebilen, daha doğrusu temas noktaları bulabilen ideolojik aygıttır; dolayısıyla, medyanın etkisi, egemen ideolojinin ideolojiler alanındaki ağırlığıyla birlikte artar. Böyle bir yaklaşım, medyaya radikal konumlardan da olsa mutlak güç yakıştıran yaklaşımlardan çok daha gerçekçi olacaktır. Hepsini birlikte ele alacak olursak, kilidin anahtarı politikleşmedir.