

2024, 11(1): 54-80

DOI: <https://doi.org/10.17572/mj2024.1.54-80>

Makaleler (Tema)

MEDYA ÇALIŞMALARINDA ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM: TÜRKİYE ÖRNEĞİ (2013-2023)

Vahdet Mesut Ayan¹

Öz

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, medya çalışmalarında dünyada 1970'li yıllardan, Türkiye'de ise 2000'li yıllardan itibaren yaygınlaşmıştır. Bu çalışma, medyanın eleştirel ekonomi politik yaklaşımıyla 2013-2023 yılları arasında DergiPark'ta yayımlanan araştırma makalelerini inceliyor. Makalelerin genel yaklaşımlarını, teorik ve yöntemsel özelliklerini açıklamak ve buradaki eksikliklere öneriler getirmek çalışmanın esas amacıdır. Bu amaç çerçevesinde DergiPark'ta yayımlanan makaleler, "ekonomi politik", "eleştirel ekonomi politik", "medya sermayesi", "medyanın dönüşümü", "medya ekonomisi" ve "birleşmeler" anahtar kelimeleri kullanarak taranmıştır. Bunun sonucunda 11 yıllık süre zarfında toplamda 62 araştırma makalesi bulunmuştur. Bulgular, son yıllarda eleştirel ekonomi politik yaklaşımla yayımlanan makalelerin sayısında bir artış olduğunu göstermektedir. İncelenen makaleler daha çok nitel araştırma yöntemlerini kullanmıştır. Geleneksel medyayı konu edinen araştırmalar hâlâ ağırlıktadır, onu yeni medyayı odak noktasına alan

¹ Vahdet Mesut Ayan, Dr., Bağımsız Araştırmacı, vahdetmesut@gmail.com, ORCID: 0000-0002-7481-1848

makaleler izlemektedir. Ayrıca araştırma sonunda eleştirel ekonomi politik yaklaşımını benimseyen dünya genelindeki çalışmalarla kıyaslandığında, Türkiye'deki çalışmaların teorik ve yöntemsel zayıflık gösterdiği gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: medya çalışmaları, eleştirel ekonomi politik, eleştirel araştırma makaleleri, Türkiye

THE CRITICAL POLITICAL ECONOMY PERSPECTIVE ON MEDIA STUDIES: A CASE STUDY OF TURKEY (2013-2023)

Abstract

The critical political economy perspective has gained considerable attention within media studies worldwide since the 1970s, and within Turkey since the 2000s. This study analyzes the research articles published in DergiPark between 2013 and 2023, employing a critical political economy approach in media. The principal objective of the study is to elucidate prevailing approaches, as well as the theoretical and methodological underpinnings evident in these articles, while also proffering recommendations to address any identified shortcomings. To achieve this objective, a systematic analysis of articles archived in DergiPark was conducted using the keywords "political economy", "critical political economy", "media capital," "media transformation", "media economy" and "mergers". Consequently, a total of 62 research articles spanning an 11-year period were identified. The findings reveal a discernible increase in the volume of publications pertaining to the critical political economy perspective in recent years. The examined articles often used qualitative research methodologies. Research on conventional media is still dominated by articles on traditional media, followed by articles on new media. Furthermore, upon comparative analysis with global scholarship on critical political economy analyses of media, it becomes apparent that Turkish studies still lag behind in terms of theoretical and methodological rigor.

Keywords: media studies, critical political economy, critical research articles, case study of Turkey

Giriş

Türkiye’de basın alanının 1990’lı yılların başından itibaren medya endüstrisine dönüşümü, alanın bütünlüşmelerle birlikte genişlediği bir süreci imlemektedir. 1980’li yıllardan itibaren toplumun tüm parçalarında uygulanan ekonomi politikaları, sağlık, eğitim, ulaşım, barınma ve haberleşme alanlarını kuralılaşdırma ile sermaye kesimine açarken, bu alanların başka sektörlerle birleşmelerine/genişlemelerine neden olmuştur. Sermayenin medyaya dahil niceliksel anlamda medyayı genişletirken bu alanın niteliksel bir başkalaşımına da yol açmıştır. Niceliksel genişleme, medya kuruluşlarının ve bu kuruluşların ürünlerindeki artışta kendini gösterirken; niteliksel değişim hem medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkilerini hem medyanın devlet ve/veya siyasal iktidar ile olan bağına hem de medya çıktılarının içerik ve biçimini dönüştürmüştür. Örneğin, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) verilerine göre Türkiye’de uydu yayın lisansı olan TV sayısı 302; kablo yayın lisansı olan TV sayısı ise 129’dur.² Yine aynı verilere göre uydu yayın lisansına sahip radyo sayısı 95; birden fazla şehre ulaşan ve kablo yayın lisansına sahip radyo sayısı ise 14’tür (RTÜK, 2024). Basın İlan Kurumu’nun (BİK) Resmî İlan ve Resmî Reklam Alan Süreli Yayınlar Listesi’nde ilan hakkı için bekleyen gazeteler de dâhil toplamda 25 ulusal gazete bulunmaktadır (BİK, 2024)³. Ancak ilk bakıştaki bu çeşitliliğe rağmen medya kuruluşlarının içeriklerinin birbirine benzediğini ortaya koyan araştırmalar da mevcuttur (Adaklı, 2010 s, 69). Medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkileri, aynı zamanda medya kuruluşlarının devlet ve siyasal iktidarlara olan ilişkilerini de etkilemiştir. Geline nokta, siyasal iktidarla ekonomik-politik-ideolojik anlamda organik bir birlikteliği bulunan medya alanı şekillenmiştir (Ayan, 2019).

Ortaya çıkan kapsamlı dönüşümün ardındaki koşulları, dönüşümün mevcut halini ve muhtemel sonuçlarını bütünlükçü bir perspektifle ele almayı amaçlayan eleştirel ekonomi politik yaklaşım, bilhassa Türkiye medyasının analizlerinde son yıllarda etkisini artırmıştır. Bu makale, Türkiye’de medya çalışmaları kapsamına dahil edilen araştırma makalelerinin, eleştirel ekonomi politik yaklaşımı nasıl ve hangi biçimlerde kullandığı üzerinedir. 2013-2023 yıllarında *DergiPark* üzerinden yayımlanan ve medyanın eleştirel ekonomi politik yaklaşımını benimseyen makaleleri irdelenecek çalışma, aynı zamanda yaklaşımın Türkiye’deki profilini sergileme amacını taşımaktadır.

Bu amaçla makale üç bölüm olarak tasarlanmıştır. İlk bölüm, medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkilerini dikkate alan eleştirel ekonomi politik yaklaşımının temel argümanlarına, onu diğer iletişim çalışmalarından ayıran özelliklere ve bu yaklaşım içinde ortaya çıkan farklılıklara vurgu yapacaktır. Bu bölümün girişinde kısaca Marksist ekonomi politik yaklaşım ve onun yöntemi üzerinde durulacak, ardından Mosco’nun medyanın

² İnternet yayın lisansına sahip blutv, EXXEN, GAIN ve bu satırların yazıldığı tarihte Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) Süper Lig ve TFF 1. Lig Mücadeleleri Yayın Hakkı için ihaleye giren Saran Holding’e ait S+, yukarıdaki istatistikte yer almamıştır.

³ Basın İlan Kurumu’nun listesine resmî ilan ve reklam yayımlama hakkı tümüyle iptal edilen *Evrensel* dâhil edilmemiştir.

eleştirel ekonomi politiği konusundaki haritalandırması takip edilecektir. Bölümü takiben Türkiye’de medyanın eleştirel ekonomi politiği kapsamında yapılan çalışmaların literatürünün özeti verilecektir. Üçüncü bölüm ise 2013-2023 yılları arasında *DergiPark* üzerinden yayımlanan ve Türkiye medyasını eleştirel ekonomi politik bir yaklaşımla irdeleyen araştırma makalelerini nicel ve nitel içerik analizine tabi tutacaktır. Son bölümde bahsi geçen makaleler özet, anahtar kelimeler, saha, yöntem, kuramsal arka plan göz önünde tutularak değerlendirilecek ve tasnif edilecektir. Ardından manuel kodlama ile tasnif ve değerlendirmelerden hareketle bulguların ortaya çıkan sonuçları sorgulanacak ve alana dair belirli öneriler sıralanacaktır.

Medya çalışmalarında ekonomi politik yaklaşım: Görünenin ardına geçmek

Medya çalışmalarında kullanılan eleştirel ekonomi politik yaklaşıma geçmeden önce Marksist ekonomi politiğe ve yaklaşımla birlikte işlettiği diyalektik yöntem kısaca değinmekte fayda var. Nitekim Marksist ekonomi politik, klasik ekonomi politik olarak adlandırılan Ricardo ve Smith’in yaklaşımından tümüyle farklıdır.⁴ Bu farklılık kendini Marx’ın analiz yönteminde göstermektedir. Marx’ın kapitalist toplumsal formasyonu analiz ederken kullandığı diyalektik yöntemin temelinde *içsel ilişkiler felsefesi* yatmaktadır (Ollman, 2015). Benzer bir şekilde bu felsefenin Marx’ın maddeci tarih anlayışının temeli olduğunu iddia eden Winslow (2015, s. 96-106), bu yaklaşımda ilişki ve süreç kavramlarının oldukça önemli olduğunu vurgulamaktadır. Bütünü ve olguları analiz etme sürecinde ilişki ve süreçleri dahil etmenin, şeyleri durağan ya da değişmez gören burjuva anlayışıyla taban tabana zıt olduğunu aktaran Ollman, içsel ilişkiler felsefesinin,⁵ herhangi bir bütünü oluşturan önemli ilişkilerin araştırılmasında/incelenmesinde bütünün ne olduğu, nerede olduğu ve nasıl işlediğine dair de cevap verdiğinin altını çizmektedir (Ollman, 2015, s. 10).

Bir başka çalışmasında Ollman (2006, s. 66-68), incelenen herhangi bir organik sistem içinde bütün süreçlerin birlikte evrildiğini, şeylerin asli unsurunun ise birbirleriyle belirli bir bütünleşme biçiminde aranması gerektiğini belirtir. Bu bakış açısı, olguların analizinde etkileşim, ilişkisellik ve değişim gibi faktörleri ön plana çıkarırken; analize parçadan ziyade bütünden başlamanın daha doğru olacağını öngörür. Marx’ın kapitalizm analizi ve çalışmalarında kullandığı yaklaşımın ve diyalektik yöntemin bu hattan ilerlediğini söylemek mümkündür. Seve de diyalektik yöntemde “organik” olarak nitelediği sahici bir bütünlük

⁴ Örneğin Marx (2011, s. 104), Proudhon’u eleştirdiği *Felsefenin Sefaleti* adlı eserinde klasik ekonomi politiği “İktisatçılar, burjuva üretim ilişkilerini, iş bölümünü, krediyi, parayı vb. sabit, değişmez, ölümsüz kategoriler olarak ifade ediyorlar” cümlesine yer vermiştir. Marx’a göre, mevcut olguların tarihselliğini ve bu tarihsel süreç içinde de değişebilir olduğunu ortaya çıkarmak oldukça önemlidir. Bu konu hakkında ayrıca bkz. Üşür, İşya (2011). “Ekonomi Politik: Zarif Mezar Taşları?” *Praksis* 10, s. 211-238.

⁵ *İçsel ilişkiler felsefesine* karşıt olarak *dışsal ilişkiler felsefesinden* de bahsetmek gerekir: Bu felsefe temel olarak bütün ve ilişkisellik anlayışıyla bir öncekinden farklıdır. Atılğan (2015, s.72), bu felsefenin temel tezinin bütünün parçaları arasındaki ilişkinin her bir parçanın kendisinde ifade edilmediği, parçalar arasındaki ilişkinin ancak sonradan kurulabilmesi olarak tanımlamaktadır. Yazara göre incelenen her parça, bütünü oluşturan diğer parçalarla ilişkisini kendisinde taşımaz.

anlayışından bahsetmektedir. Yazara göre bu kavrayışta bütün, “kendi parçalarını oluşturur ve aynı anda da embriyolojik ya da tarihsel süreçler yoluyla onlar tarafından oluşturulur” (Seve, 2013, s.127).

Yukarıda üzerinde kısaca durulan ilişkisellik, etkileşim, süreç, devinim, içsel ilişkiler ve parça-bütün ilişkisi gibi kavramlar, kapitalizmin irdelenmesinde Marx'ın kullandığı araçlardır. Temel yapı-üst yapı tartışmalarındaki determinist⁶ yorumların aksine bu yaklaşım, olguları belirli bir organik bütünlük ve ilişkisellik içinde açıklama gayreti içindedir. Derek Sayer'in *Soyutlamanın Şiddeti: Tarihsel Materyalizmin Analitik Temelleri* isimli kitabında gösterdiği gibi Marx'ın çalışmaları, kapitalist toplumsal formasyonu atomik bir biçimde temel-üstyapı olarak ayırmaktan ziyade farklı gibi görünen tüm momentleri toplumsal ilişkiler çerçevesi içinde incelemiştir. Yine yazara göre *mülkiyet, devlet, hukuk, ideoloji* gibi tüm alanlar toplumsal ilişkilere içkindir ve temel yapı olarak adlandıran alanı diğerlerinden ayırmak Marx'ın analizlerini anlamsızlaştırmaktadır (Sayer, 2012, s, 44-100). Nitekim Marx, *Felsefenin Sefaleti*'nde, mülkiyeti ele alırken onu “... sanki bağımsız bir ilişki, ayrı bir kategori, soyut ve ölümsüz bir düşünceymiş gibi tanımlamak, metafiziğin ve hukukun kuruntusundan başka bir şey olmaz” şeklinde tanımlamıştır (2011, s, 152). Buradan hareketle Marksist ekonomi politik yaklaşımın, incelediği olguyu ilişkisellik ve bütünsellik çerçevesinde açıklayan bir yöntem geliştirmesi gerektiği açıktır.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşımla –bir yöntem olarak– medya analizlerinin bu bütünsellik ve ilişkiselliği gözeterek ilerlemesi elzemdir. Kapitalist toplumsal formasyonun merkez alanlarından biri olan medya endüstrilerinin, belirli bir bütünsel bakış çerçevesi içinde devlet, sermaye, sınıf ilişkileri, siyasal iktidar, egemen ideoloji ve kültürle ilişkilendirerek irdelemek hem medyanın içinde yer aldığı bütüne hem de parçayı oluşturan medyaya dair tartışmalara sağlam zemin oluşturacaktır. Burada Marksist ekonomi politik ile 1970'li yıllarda yaygınlaşmaya başlayan iletişimin eleştirel ekonomi politiği arasındaki bağı daha net ortaya koymak gerekmektedir. Fuchs ve Mosco, eleştirel iletişim çalışmaları açısından Marx'ın kuramının önemine değinirken, iletişim alanının eşitsizlik yapıları içine gömülü olduğunu; metalaşmanın, artı-değer üretiminin, sınıf mücadelelerinin, çelişkilerin, ideolojilerin ancak kapitalizmin çözümlenmesinin ön plana alınmasıyla mümkün olacağını vurgular (2019, s. 23-26). Haliyle eleştirel iletişim çalışmaları, Marksist ekonomi politik yaklaşımın yöntemine benzer biçimde, incelemeye kapitalist toplumsal formasyonun bütüncül analiziyle başlamalıdır.

Makalenin konusu itibariyle Amerikan davranışçı ekolün çalışmaları dışarıda tutulursa, medyanın mülkiyet ve organizasyonuna vurgu yapan öncü analizlerin *Aydınlanmanın Diyalektiği*'nde Adorno ve Horkheimer'dan geldiğini söylemek mümkündür (Adaklı, 2003, s.7). Yazarlar 1947'de kaleme aldıkları eserle *kültür endüstrisi* kavramını ortaya atmış, bu kavramla ilk olarak kültürel ürünlerin kâr amacıyla metalaşmasına, ardından bu ürünlerin toplumsal tahakkümü üretme/yeniden üretme sürecinde bireylerin özerk ve bağımsız olarak

⁶ Bu yorumların en önemlilerinden biri için ayrıca bkz. Cohen, G.A. (1979). *Karl Marx's Theory of History: a defence*, Oxford University Press.

gelişmesini engellediğine vurgu yapmıştır (Kıyan, 2015, s. 234). Öyle ki endüstri tarafından “çoktan yenilgiye uğratılmış düşünen öznenin” bedeni ve ruhu kapitalizm tarafından tamamen kuşatılmış ve bireyler önlerine konulan hiçbir şeye direniş gösteremez hale gelmiştir (Adorno ve Horkheimer, 2000, s.179-199). Bu çalışmada, egemen tahakkümün sürdürülmesi konusunda kitle endüstrilerinin işlevlerinden dikkat çeken bir diğer husus ise toplumun iş dışındaki “boş zamanına” yapılan vurgudur. Yine Adorno ve Horkheimer’e göre kitle endüstrisi ve onun ürünleri, *üretim birliğini* sağlayarak tüketicilerin boş zamanında dahi üretime katılmalarına neden olmaktadır. Endüstrinin eğlence üzerinden ideolojik bir tahakküm yarattığını belirten Adorno ve Horkheimer, boş zamanın da bu yolla endüstri üretimine dahil olduğunu belirtir:

Eğlence geç kapitalizm koşullarında çalışmanın uzatılmasıdır. Mekanikleştirilmiş emek süreciyle yeniden baş edebilmek için ondan kaçmak isteyen kimselerin aradığı bir şeydir. Ama aynı zamanda mekanikleştirme, boş zamanı olan kimseler ve onların mutluluğu üzerinde öyle bir erke sahiptir ki, eğlence metalarının imal edilmesini temelden belirleyerek bu kimselere boş zamanlarında işlerinin seyrinin kopyasından başka bir şey yaşatmaz. Sözde içerik diye sunulan şey sadece rengi solmuş bir önplandır; zihne kazılanlar normlaştırılmış görevlerin otomatikleştirilmiş alışıklığıdır (Adorno ve Horkheimer, 2000, s.183).

Adorno ve Horkheimer’in çalışmalarında medya çıktılarının metalaşmasına ve medya organizasyonuna yaptıkları vurgu oldukça önemlidir. Ancak bu vurgunun gerisinde Marksizm’e yaklaşımları belirleyici olmuştur, zira her iki yazar da Raulet’in deyişiyle Marksizm’in ekonomi politiğe verdiği öncelikten ziyade bakış açılarını “toplumsal felsefeye” odaklamıştır. Bu felsefe ise kapitalizmin yeniden üretildiği yeni koşulları, devlet müdahalesiyle ideolojinin ve kültürün ağırlığını dikkate almıştır (Raulet, 2008, s. 143-144). Marksizm’in ekonomik indirgemeci yorumları ve bu yorumlar üzerinden geçirdiği “bunalıma” karşılık yazarlar, birçok bilim dalını içeren kapsamlı (comprehensive) bir toplum kuramı ortaya koyma amacı taşımıştır. Marksizm’in kaba yorumuna karşı geliştirilen ve üstyapı uğrakları olarak sıralanan ideoloji, kültür, hukuk gibi alanların kapitalist tahakkümü yeniden üretmesine yapılan vurgu, ileride yapılacak kitle iletişimi çalışmalarına ışık tutmuştur. Bu önemli vurguyu sosyal bilimlerde ekonomi politik yaklaşımın izlediğini belirten Adaklı (2003, s. 8), 1960’lı yıllardan itibaren ekonomi politik yaklaşımın bir yöntem olarak sosyal bilimlerde kullanılmaya başladığının altını çizmektedir. Ancak hemen belirtmek gerekir ki Fuchs (2012, s. 696) ve Babe’nin (2009, s. 20) de işaret ettiği gibi medya ve iletişimin *eleştirel ekonomi politiği* ile eleştirel teori arasında ciddi bir fark vardır. Zira Adorno ve Horkheimer’in çalışmalarıyla Harold Innis’in⁷ medya alanındaki analizleri, medyanın eleştirel ekonomi politiği kapsamına girmemekte, çalışmalar daha çok eleştirel teori kapsamında değerlendirilmektedir.

⁷ Innis’in çalışmaları için ayrıca bkz. Innis, H. A. (2007). *Empire and communications*. Toronto: Rowman & Littlefield.

Konuyu sosyal bilimlerden iletişim ve medyanın eleştirel ekonomi politiği alanına odakladığımızda ise Mosco'nun sınıflandırması önemlidir. Mosco (2009), medyanın eleştirel ekonomi politiği kapsamında üretilen çalışmaları Kuzey Amerika ve Avrupa merkezli medya çalışmaları olarak ikiye ayırmaktadır. Yazara göre, Smythe ve Schiller'in analizleri Kuzey Amerika'daki eleştirel medya çalışmalarına ışık tutmuştur. Her iki yazar da çalışmaları ve öğrencileri ile birlikte eleştirel ekonomi politiğin oluşumuna ve yaygınlaşmasına önemli katkı sunmuştur. Mosco'ya göre Avrupa merkezli geleneğe ise Peter Golding, Graham Murdock; iletişim alanında üretim ve yeniden üretim konularıyla ilgilenen Nicholas Garnham dahil edilmelidir (Mosco, 2009, 82-97). Bununla birlikte mevcut çalışmanın konusu itibarıyla buraya Herman ve Chosmky'i de eklemek isabetli olacaktır. Zira bu yazarların geliştirdiği *propaganda modeli* Türkiye iletişim araştırmalarında hâlâ sıklıkla kullanılan bir perspektifi içermektedir.

Mosco'nun haritalandırmasına paralel olarak Kuzey Amerika geleneğinden gidilecek olursa Dallas Smythe'nin 1960'ta yayımladığı "On the Political Economy of Communications" ile 1981'de yayımlanan "Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness, and Canada" çalışmalarına değinmek gerekmektedir (Babe, 2009, s. 23). Ancak asıl olarak 1977'de yayımladığı "Communications: Blindspot of Western Marxism" adlı çalışması, medyanın tekelci sermaye yapısı için hangi işlevleri yerine getirdiğini sorgulaması bakımından oldukça önemlidir zira Smythe'e göre izleyici, tekelci kapitalizm aşamasında reklam temelli iletişim sistemleri tarafından metaya dönüştürülmüştür (Kıyan, 2015, s. 235). Dolayısıyla bu çalışma, hem *izleyici metası*⁸ kavramını ortaya atması hem de medya ve tekelci kapitalizm arasındaki ilişkiyi sorgulaması bakımından medyanın eleştirel ekonomi politiği açısından oldukça önemlidir. Smythe'e göre kitle iletişim araçları, ilk olarak izleyiciyi TV ya da radyo programları aracılığıyla reklam verenlerle bir araya getirir (Babe, 2000, s. 124). Bu durum, reklam verenler ile tekelci kapitalizm için iki nedenle önemlidir: Birincisi insanlar boş zamanlarında reklamı yapılan ürünleri almayı öğrenirken, ikinci olarak da gelirlerini bu yönde harcamaya ikna edilirler (Kıyan, 2015, s. 236; Babe, 2009, s. 124-125). Haliyle burada iş zamanı ve boş zaman arasındaki fark meta üretimi açısından belirsizleşmiştir.

Smythe'e göre Batı Marksizm'i kapitalist üretim ilişkilerini ve tekelci kapitalizm içinde medyanın oynadığı rolü görmezden gelmektedir. Bu gelenekteki çalışmalar, medya tartışmalarında ideoloji ve kültüre öncelik verdiği için bir nevi idealisttir. Oysa ona göre, medya konusunda materyalist bir analiz için belirleyici sorular, kitle iletişim sistemlerinin kapitalizm için hangi ekonomik işleve hizmet ettiği ve kapitalist üretim ilişkilerini nasıl yeniden ürettiğidir (Smythe, 1977, s. 1). Aynı çalışmada tekelci kapitalizmin 1875-1950 yılları arasındaki teknolojik gelişmeyle birlikte izleyici ürettiğini belirten Smythe, kitle iletişim araçlarının asıl

⁸ İzleyici metası tartışması, yakın zamanda özellikle yeni medya mecralarında kullanıcıların tüketiciye dönüştüğünü iddia eden Fuchs ile yeniden gündeme gelmiştir. Yazara göre birçok sosyal medya platformu (Facebook, YouTube vd.) kullanıcı verileri ve hedefli reklamcılık uygulamaları ile başka alanlardaki sermaye birikimine katkı sunmaktadır Telekomünikasyon teknolojilerinin gelişimi ile birlikte ücretsiz platformlar da dahil kullanıcıların tıklama ve satın alma süreci reklam verenlere satılır olmuştur. Böylece kullanıcıları şirketlerin artı değer üretimine katkı vermesinin yolu açılırken, bir yerde kullanıcıların sermaye tarafından gözetimi sağlanmıştır (2012, s. 710-711).

amaçlarını insanlara tüketim teorisi ve pratiğini öğretmek ve bu yolla tüketim teorisi ve pratiğini geliştirmek, teknelci kapitalizm ideolojisini ve devletin iç ve dış politikadaki taktik ve stratejilerini benimsetmek ve kârını maksimize etmek olarak açıklamıştır (Smythe, 1977, s. 20).

Smythe'nin çalışmasının medyanın eleştirel ekonomi politiği için önemli olduğu yukarıda vurgulanmıştı. Ancak bu tartışma ve argümanlar, medya analizlerinde salt ekonomik alana odaklandığı için eleştirilmiştir. Örneğin Murdock (2008, s. 63-67), Smythe'nin yaklaşımında üç önemli eksikliğe dikkat çekmektedir: İlk olarak Smythe çağdaş kapitalizmde devletin önemi ve merkezî rolünü yeterince dikkate almamıştır. İkincisi, Smythe'nin eleştirileri salt gelişmiş kapitalist ekonomiler için geçerlidir ve medya çıktılarının hâkim ideolojileri yeniden üretmedeki rolü Smythe'nin analizlerinde göz ardı edilmiştir. Son olarak Smythe, çalışmalarında kitle iletişiminin işleyişi sorunsuz ve çelişkisiz bir biçimde ilerlemektedir. Oysa bu sorunsuz durum, günümüz medya ortamı için uygun değildir. Bir diğer çalışmada Golding ve Murdock, ilk olarak Smythe'nin analizlerinin ideolojiyi yeniden üretmede medyanın rolünü ikincil bir plana indirgediğini; ikincisi analizlerde tüketici reklamlarını odak noktasına alındığının bunun sonucu olarak reklam gelirlerine daha az ihtiyaç duyan kitap basımı, sinema ve popüler müzik endüstrisinin görmezden geldiğini belirtmiştir. Bir diğer önemli eleştiri ise, Smythe'nin kitle iletişimi konusundaki düşüncelerinin, medya üretiminin ekonomik ve ideolojik boyutları arasındaki bağlantıları ekonomik alan lehine kopardığıdır (Golding ve Murdock, 2008, s. 36-37).

İletişimin eleştirel ekonomi politiği çerçevesinde irdelenecek bir diğer kuramcı, Herbert Irving Schiller'dir. Schiller çalışmalarında 1970'lerin sonuna doğru dünya iletişim sistemindeki değişimler ve bunun sonucu olarak enformasyonun Amerika Birleşik Devletleri'nden (ABD) ekonomi ve iletişim altyapısı daha güçsüz ülkelere tek taraflı aktığını iddia etmiş; buradaki dengesizliğin ABD lehine işlediğini, diğer ülkelerin tüm yaşam alanına güçlü olanın ekonomik, politik ve ideolojik etkisinin sızdığını açıklamıştır (Yaylagül, 2018, s. 15). Mevcut hali *kültürel emperyalizm* kavramıyla açıklayan Schiller, uluslararası medya ve iletişim sistemlerine odaklanmış, sermayenin yurtiçi pazarların ötesine genişleme ihtiyacının iletişim teknolojileri vasıtasıyla gerçekleştiğini vurgulamıştır (Boyd-Barrett, 1997, s. 188). ABD menşeli kuruluşlarının sermaye birikimlerini artırmasının iletişim alanındaki ticarileşmeyle eşzamanlı ilerleyeceğini iddia eden Schiller, ABD'nin özellikle kamu yayıncılığı yapan ülkelere ticari yayına geçme konusunda baskı yaptığını ileri sürerek (Schiller, 1997, s. 95) iletişim teknolojilerini, kapitalist toplumsal formasyon, sermaye birikimi, uluslararası iletişim ve uluslararası ilişkileri birbiriyle ilişkilendirerek açıklamıştır. Bu anlamıyla da Schiller, Yaylagül'ün (2018, s. 21-22) deyişiyle iletişim ve kültür endüstrilerine tarihsel bir bağlam içinden bakarak gelişmiş kapitalizmi ve medyayı az gelişmişlik ve bağımlılık ilişkileriyle değerlendirirken, enformasyonun metalaşmasına ve medyanın küresel kapitalizm içindeki işlevselliğine de vurgu yapmıştır. Yine de Schiller'in yaklaşımında kapitalizmin meşrulaştırılması ve yeniden üretilmesinde hangi söylem ve ideoloji setlerinin kullanıldığına dair önemli bir kısıtlılık mevcuttur. Ayrıca Schiller'de genel olarak kapitalist toplumsal

formasyon özel olarak da medya alanı içindeki hegemonya mücadelesi görmezden gelinmekte, bu ise sistem içi çelişkileri ve mücadele/fırsat alanlarının ihmal edilmesine neden olmaktadır (Boyd-Barrett, 1997, s. 187-188).

Avrupa geleneğinden gelen araştırmacıların ise konuya daha çok eleştirel ekonomi politiğin ayırt edici özelliklerinin altını çizerek başladığı görülmektedir. Golding ve Murdock, anaakım ekonomi politığe karşı olarak eleştirel yaklaşımın *bütüncül ve tarihsel* olduğunu; *kapitalist teşebbüs ile devlet müdahalesi arasındaki ilişkiye* odaklandığını ve *adalet, eşitlik, kamu yararı* gibi ahlaki meselelere dikkat çektiğini açıklamaktadır (Golding ve Murdock, 1992, s. 17-18). Eleştirel ekonomi politiğin bu perspektifinin medya çalışmalarında kullanılmasında öncü olan Golding ve Murdock, "*iletişim pazarının biçimlendirilmiş alanı ile iktidar ve ekonomik kontrolün mevcut dağılımı ve bu alan arasındaki sistematik açıklamanın*" medyanın eleştirel ekonomi politiğinin temel görevi olduğunu belirtir (2008, s. 48). Bununla birlikte, Boyd-Barrett'in Golding ve Murdock'tan aktardığına göre, medyanın eleştirel ekonomi politiği, bütüncül bir yaklaşımla öncelikle medyanın meta üreten-dağıtan bir endüstri olarak kabul etmeli, farklı medya sektörlerinin pazardaki medya şirketleri ile olan bağını ortaya koymalı ve toplumsal formasyonun yeniden üretilmesinde medya çıktılarının ideolojik rolünü de değerlendirmelidir (Boyd-Barrett, 1997, s. 188-189). Bu vurgu, medya alanındaki yoğunlaşmaya ve alanın birkaç büyük şirket tarafından kontrol edilmesine gönderme yapmaktadır. Ancak bu yoğunlaşma hem medyanın kendi içinde hem de medya dışı şirketlerin alana nüfuzu ile gerçekleşmektedir (Boyd-Barrett, 1997, s. 188-189).

Medyanın eleştirel ekonomi politiği yukarıda da işaret edildiği gibi, salt medya kurumunun kapitalist üretim ilişkileri içindeki yerini incelemeyiz, bu yaklaşım aynı zamanda kültürel ürünlerin ekonomi politiği ile de ilgilidir. Nitekim kültürel anlamda medyanın eleştirel ekonomi politiğinin üç çekirdek görevi olduğunu iddia eden Golding ve Murdock, eleştirel ekonomi politiğin ilk olarak kültürel malların üretimine odaklanarak bu üretim ilişkilerinde holdinglerin yükselişi ve kültürel ürünlerin metalaşması gerçeğini dikkate alır; zira hem holdinglerin pazar payı için rekabeti hem de metalaşma, dolaşımdaki kültürel malların çeşitliliğini azaltmaktadır. Pazardaki karar alıcılar, riske girmeyerek sürekli olarak denenmiş veya sınınanmış ürünleri önermektedir, bu da nicel olarak kültürel ürünlerin fazlalığına karşı, içeriksel olarak ürünleri standartlaştırmaktadır. İkinci husus ise medya çıktılarının ekonomi politiğini irdelemektir, burada üretimin temel dinamiklerinin belirli kültürel formları diğerlerinin üstüne yükselterek kamusal söylemin nasıl ve hangi yöntemlerle yapılandırıldığı incelenmektedir. Üçüncü ve son olarak ise medyanın eleştirel ekonomi politiği, medya ürünlerinin tüketimini sınırlayan maddi ve kültürel engelleri analiz etmelidir. Kültürel ürünlerin metalaşması ve kamusal hizmetin geri plana atılması, toplumdaki farklı grupların ürünlere ulaşımını engelleyen en önemli unsurlardan biridir (Golding ve Murdock, 1992, s. 22-30).

Buradaki anlayış hem kapitalist üretim ilişkileri ve medyanın pazar ekonomisindeki konumunu sorguladığı hem kapitalist toplumsal formasyonda medya metinlerinin üretim ve tüketimini de içine alarak değerlendirdiği hem de var olan durumu ahlaki ve kamu yararı açısından ele aldığı için bütünsel ve tarihseldir. Dolayısıyla Golding ve Murdock'ın eleştirel ekonomi politik anlayışı, medyanın analizi bakımından oldukça önemli ve işlevseldir. Bu analizi geliştiren bir diğer eleştirel ekonomi politik geleneğinin savunucusu Nicholas Garnham'dır. "Contribution to a political economy of mass communication" isimli makalesinde Garnham, medya çalışmaları içinde ideolojiye önem atfeden Althusserci yaklaşımı ve Smythe'nin çalışmalarını eleştirirken ilkinin tarihsel materyalist yöntemin içini boşaltmakla ve idealizmle suçlarken, ikincisini ekonomik indirgemeci bir yöntemden hareket ettiğini belirtmektedir (Garnham, 1997, s. 218-219). Oysa Garnham'a göre medya çalışmaları tarihsel materyalizmle bağını kurarak kapitalist üretim tarzı tarafından inşa edilen sorunlar karşısında maddi üretim sisteminin kendini yeniden üretme biçimini, artı-değer ürünlerinin eşitsiz dağılımının meşrulaştırılmasını, ekonomik ve ideolojik düzeyler arasındaki bağlantıyı içeren üç önemli konuya cevap aramalıdır (Garnham, 2008, s. 72). Dolayısıyla yetkin bir medya analizi üretim ve tüketim bağlamını ve kapitalist sistemin meşrulaştırılmasında medya metinlerinin rolünü de içermelidir.

Yukarıdaki bütüncül analizlerin yanında, medya kuruluşlarının devlet ve hükümetler için oynadığı role değinen ve Golding ve Murdock'ın araçsal olarak tanımladığı eleştirel ekonomi politik yaklaşımlar da mevcuttur. Örneğin Herman ve Chomsky, 1988'de yayımladığı *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* (Rızanın Üretimi: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Polisiği) isimli çalışmada öne sürdükleri *propaganda modeli* ile medya çıktılarının mevcut servet ve güç eşitsizliği üzerindeki etkilerine odaklanmıştır. Buna göre kitle medyasının özellikle haber çıktıları belirli süzgeçlerden geçmektedir. Bu filtreleri sıralayan Herman ve Chomsky, ilk olarak kitle medyasının tekelleşmiş mülkiyeti ve kâr yönelimine, ikincisi kitle medyasının temel gelir kaynağı olarak reklamcılığa, üçüncüsü finansal kaynakların ve hükümetlerin onayladığı "uzmanların" sağladığı bilgilere, dördüncüsü medyayı disiplin altına alan "kitle tepkisine" ve sonuncu olarak anti-komünizme odaklanmıştır (Herman ve Chomsky, 2006, s. 81-82). Golding ve Murdock (1992, s. 17-18), bu modelin sistem içindeki çelişkileri görmezden geldiğini; medya sahiplerinin, reklamcılarının ve medya çalışanlarının politikalarını her zaman uygulayamayacaklarını, medya alanının da diğer alanlar gibi çelişkiler barındırdığını belirtmiştir. Aynı çalışmada eleştirel ekonomi politik içinden gelen yapısalcı yaklaşımları da eleştiren Golding ve Murdock (1992, s. 19), yapıları katı ve kalıcı yapılar gibi düşünmek yerine medyanın da dahil olduğu yapısal momentlerin pratik eylem yoluyla sürekli olarak yeniden üretilen ve değiştirilen alanlar olarak görülmesi gerektiğini ileri sürerler.

Medyanın eleştirel ekonomi polisiği ile ilgili buraya dek yapılan analizi toparlayacak olursak bu yaklaşım, medya alanının da içinde bulunduğu kapitalist formasyonu ve medyanın kapitalist üretim ilişkileri içindeki yerini, devletin düzenleme ve müdahaleler yoluyla medya alanını ne yönde etkilediğini, uluslararası medya

şirketlerinin ulusal medya ortamına müdahalesini ve medya çıktılarının tüm bu ilişkiler kapsamında kültürel/ideolojik olarak nasıl bir biçime büründüğünü incelemelidir. Bu izlek, medya ortamının dönüşümüne kapı aralayan toplumsal koşulları ortaya çıkarmak açısından önemlidir. Bütüncül ve tarihsel bir yaklaşımdan hareket eden eleştirel ekonomi politik yöntemin bir diğer önemli amacı da mevcut durumun kamu yararına dönüşümünün olanaklarını belirlemektir.

Bu yaklaşımın Türkiye medya ve iletişim araştırmalarında kullanılma biçimine değinmek ve genel bir değerlendirme sunmak, çalışmanın evren ve örneklemini açıklamak için oldukça önemlidir.

Türkiye iletişim ve medya araştırmalarında eleştirel ekonomi politik yaklaşım

Marksizm, geçtiğimiz yüzyıl Türkiye’de siyaset bilimi, iktisat, uluslararası ilişkiler, sosyoloji disiplinlerinde etkili olsa da maalesef Marksist düşünce ve yöntemin iletişim çalışmalarına dahli bir hayli geç olmuştur. Bununla birlikte Beybin Kejanlıoğlu’nun 1998’de “Türkiye’de Yayıncılık Politikası: Ekonomik ve Siyasal Boyutlarıyla Türkiye’de Televizyon Yayıncılığı” ve Gülseren Adaklı’nın 2003’te sunduğu “Türk Medya Sektöründe Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri (1980-2003)” başlıklı doktora tezleri, medyanın eleştirel ekonomi politiği alanında kurucu niteliğe sahip çalışmalardır. Buna ilaveten Ceren Sözeri’nin 2009’da tamamladığı “Türkiye’de Medya Sektöründe Uluslararası Şirket Birleşmeleri” başlıklı doktora çalışması da iletişim ve medyanın eleştirel ekonomi politik yaklaşımına öncü örneklerden biridir.

Kejanlıoğlu’nun daha sonra *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü* olarak kitaplaştırdığı çalışması, Türkiye’deki yayıncılık faaliyetlerini 1980 öncesi ve sonrası olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Kejanlıoğlu’na göre ilkinde yayıncılık politikası doğrudan devletin gözetiminde yürütülmüş ve ulus devletin sınırları içinde ortak bir kültür yaratılması bu yayıncılık anlayışının merkezinde yer almıştır (Kejanlıoğlu, 2004, s.185-186). 1980’den itibaren ise Türkiye’deki yayıncılık politikasının enformasyon ve telekomünikasyonun özelleştirilmesiyle bitişik ilerlediğini belirten Kejanlıoğlu, 1980’den 1994’e dek süren yayıncılık politikalarını dönemsel olarak ayırarak bu politikaları iktisadi, kültürel ve siyasi boyutlarıyla birlikte değerlendirmiştir. İletişim politikalarını şekillendiren özelleştirme ve kuralsızlaştırma uygulamalarının Türkiye’de neden ve nasıl gerçekleştiğini, bu uygulamaların sınıfsal olarak ayırt edici özelliklerini de vurgulamaktadır. Dolayısıyla Kejanlıoğlu’nun çalışması, 1927-1994 yılları arasındaki yayıncılık politikasını, devlet müdahalesi ve sermaye arasındaki ilişkilerin merkezine alarak açıklaması bakımından oldukça önemlidir.

Gülseren Adaklı’nın kaleme aldığı ve yukarıda bahsedilen doktora tezine dayanan *Türkiye’de Medya Endüstrisi* isimli kitap, medyanın eleştirel ekonomi politiği yaklaşımını sergileyen en önemli çalışmaların başında gelmektedir. Adaklı çalışmasında, 1980-2003 arası medya sektörünün mülkiyet ve kontrol ilişkilerini

incelerken, tarihsel bir izlekle 1980'e dek basın sektörünün evrimini –bu evrim sürecinde fikir gazeteciliğinden kitle gazeteciliğine dönüşümü–devletin ekonomi alanında uyguladığı politikalarla ilişkilendirir (Adaklı, 2006). Ayrıca Adaklı, 1980 sonrası dönüşen medya alanının devlet ve sermayenin hegemonya projesiyle bağını ortaya koyarken, yeni medya mimarisinin çalışma rejiminde istihdam, kontrol, sendika tasfiyeleri ve gazetecilerin güvencesiz çalışma koşullarını da dikkate sunmaktadır (Adaklı, 2006, s. 244-253). Haliyle Adaklı'nın çalışması, medyanın mülkiyet ve kontrol sorununu, devletin uygulamaya koyduğu ekonomi politikalarıyla ilişkilendirirken bu değişimin gazetecilerin çalışma hayatını nasıl etkilediğini de göstermektedir. Adaklı'nın üzerinde durulması gereken bir diğer çalışması ise "2002-2008: Türk Medyasında AKP Etkisi"dir. Burada Adaklı, AKP'nin 2002-2008 yılları arasında Türkiye mediasının mülkiyet ve kontrol ilişkilerini dönüştürmesini incelerken, 1990'lı yıllarda medya alanına egemen olan sermaye gruplarının tasfiyesi ve yerine AKP yanlısı grupların gelmesine dikkat çekmiştir (Adaklı, 2009). Bu değişimin medya çıktılarının içeriğine de yansıdığını belirten Adaklı, özne ve süreçlerin çıkar ilişkileri çerçevesinde bir araya geldiğine ve bunun medyayı dönüştürdüğüne vurgu yapmaktadır (Adaklı, 2009, s. 604-605).

Ceren Sözeri (2009) tarafından kaleme alınan "Türkiye'de Medya Sektöründe Uluslararası Şirket Birleşmeleri" başlıklı tez ise küresel medya alanındaki gelişmeleri birleşme penceresinden değerlendirmiş; birleşmelerin biçimlerini, nedenlerini ve sürecini uluslararası örnekleriyle açıklamıştır. Türkiye medya sektöründeki uluslararası şirket birleşmelerini de inceleyen Sözeri, uluslararası sermayenin Türkiye medya sektörüne hangi yol ve biçimlerle sirayet ettiğini açıklamıştır. Bu çalışma, ulus devletlerin hukuki rolünün, medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkilerini dönüştürücü etkisine yaptığı vurgu ile de önemlidir. Zira devlet ve hukuk, medyanın ekonomik dönüşümünde rol oynayan en önemli faktörlerdendir, bu anlamıyla da medyanın eleştirel ekonomi politiği, Marksizm'in kaba yorumlarının sergilediği temel-altyapı ilişkisinden ziyade alanların bütünselliği ve ilişkiselliğinden ilerlemelidir. Nitekim Sözeri'nin çalışması, kaba ikiliğin önünde geçerek devlet, siyaset, hukuk gibi alanların ekonomik dinamikleri dönüştürmesine örnek gösterilebilir.

Sözeri'nin Zeynep Güney (2011) ile birlikte kaleme aldığı "Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politiği: Sektör Analizi" ve Dilek Kurban ile ortak çalışması (2012) "İktidarın Çarkında Medya" da eleştirel ekonomi politik açısından dikkate değerdir. Çalışmaların ilki, medya sektörünü etkileyen yasal düzenlemeler, sektördeki çalışma ilişkileri ve medyanın diğer sektörlerle bağını araştırırken; ikinci çalışma, medya sektörünün mevcut yapısına, gazetecilik mesleğinin bu yapıdaki konumu ve sorunlarına, medya içeriklerinin tüm bu süreçler sonucundaki haline odaklanmıştır. Dolayısıyla özellikle son çalışmanın sektör analizi, gazetecik mesleği ve içeriklerin oluşumunu bir arada değerlendirmesi Türkiye'deki eleştirel ekonomi politik çalışmalar açısından kayda değerdir.

Medya alanının kapitalist birikim rejimi çerçevesindeki değişiminin, gazetecilik mesleği ve emeği üzerinde yarattığı tahribatı konu edinen *Sınıfın Sınırında: Gazeteciler ve Proleterleşme* adlı kitap da bu alandaki önemli

bir eksikliği kapatma amacı taşımaktadır. Çağrı Kaderoğlu Bulut, medyadaki dönüşümü gazetecileri odak noktasına alarak açıklarken, gazetecilik mesleği ve emeğindeki dönüşümü kapitalist birikim modeli ve medyanın mülkiyet ilişkileri bağlamında ele almaktadır (Kaderoğlu Bulut, 2019).

Bu alandaki bir diğer çalışma ise Vahdet Mesut Ayan'ın *AKP Devrinde Medya Âlemi*'dir. Kitap, 2002-2018 yılları arasında AKP-medya ilişkilerini, Gramsci'nin *tarihsel blok ve hegemonya* kavramlarıyla incelemiş, AKP'nin ilk yıllarından beri güttüğü sermaye ve medya politikalarının Türkiye medyasını baştan aşağı dönüştürdüğü sonucuna varmıştır. Çalışmada ayrıca bu dönüşümün sonucu olarak medya metinleri de analiz edilmiş, özellikle haber metinlerinin medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkileri bağlamında iktidar yanlısı bir forma büründüğü ortaya konmuştur (Ayan, 2019). Bu açıdan bakıldığında medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkileriyle medya çıktıları arasında yakın bir ilişki kurulmuştur. Ayan'ın diğer çalışması "Türkiye'de Medyanın Dönüşümünün Ardındaki İtki: İslamcı Burjuvazi" ise özellikle 2000'li yıllardan itibaren iktidar ve medya alanlarına hâkim olan siyasal İslam'ın ardındaki temel gücün 1970'lerde yükselişe geçen burjuvazinin İslamcı kanadı olduğunu ileri sürmektedir. Medya alanında yaşanan dönüşümün sermaye alanındaki ile ilişkilendiren çalışma, ekonomik ve siyasal alanların birbirlerini etkilediğini bu etkileşimin ise medya alanını dönüştürdüğünü vurgulamıştır (Ayan, 2018).

Bu çalışmaların yanı sıra, Çam ve Şanlıer Yüksel'in (2015) "Türkiye'de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü: Ekonomi Politik Bir Yaklaşım", Mustafa Sönmez'in (2013) *Medya Kültürü Para ve İstanbul İktidarı*, Funda Başaran'ın (2000) *İletişim ve Emperyalizm: Türkiye'de Telekomünikasyonun Ekonomi-Politiği* adlı çalışmalar da medyanın eleştirel ekonomi politiği açısından önem arz etmektedir.

Bahsi geçen çalışmalar, medyanın eleştirel ekonomi politiği yaklaşımıyla Türkiye'de medya ve iletişim alanını analiz etmesi bakımından önemlidir. Bu hat üzerinden mevcut çalışma kapsamında 2013-2023 yılları arasında yayımlanan araştırma makalelerinin temel özelliklerini ampirik verilerle ortaya koymak önemlidir. Zira Türkiye'de medyanın eleştirel ekonomi politiği üzerine üretilen incelemeleri ampirik verilerle ortaya koyan bir çalışma bulunmamaktadır. Mevcut makale bundan sonraki bölümlerinde bu eksikliği gidermek için seçilen tarihler arasında *DergiPark*'ta yayımlanan araştırma makalelerinin ampirik verilerini sunmayı amaçlamaktadır.

Yöntem

Bu çalışma, Türkiye'de medyayı eleştirel ekonomi politik yaklaşımla inceleyen araştırma makalelerini niceliksel, niteliksel analize tabi tutacaktır. *DergiPark* üzerinden 2013-2023 yılları arasında açık erişimli

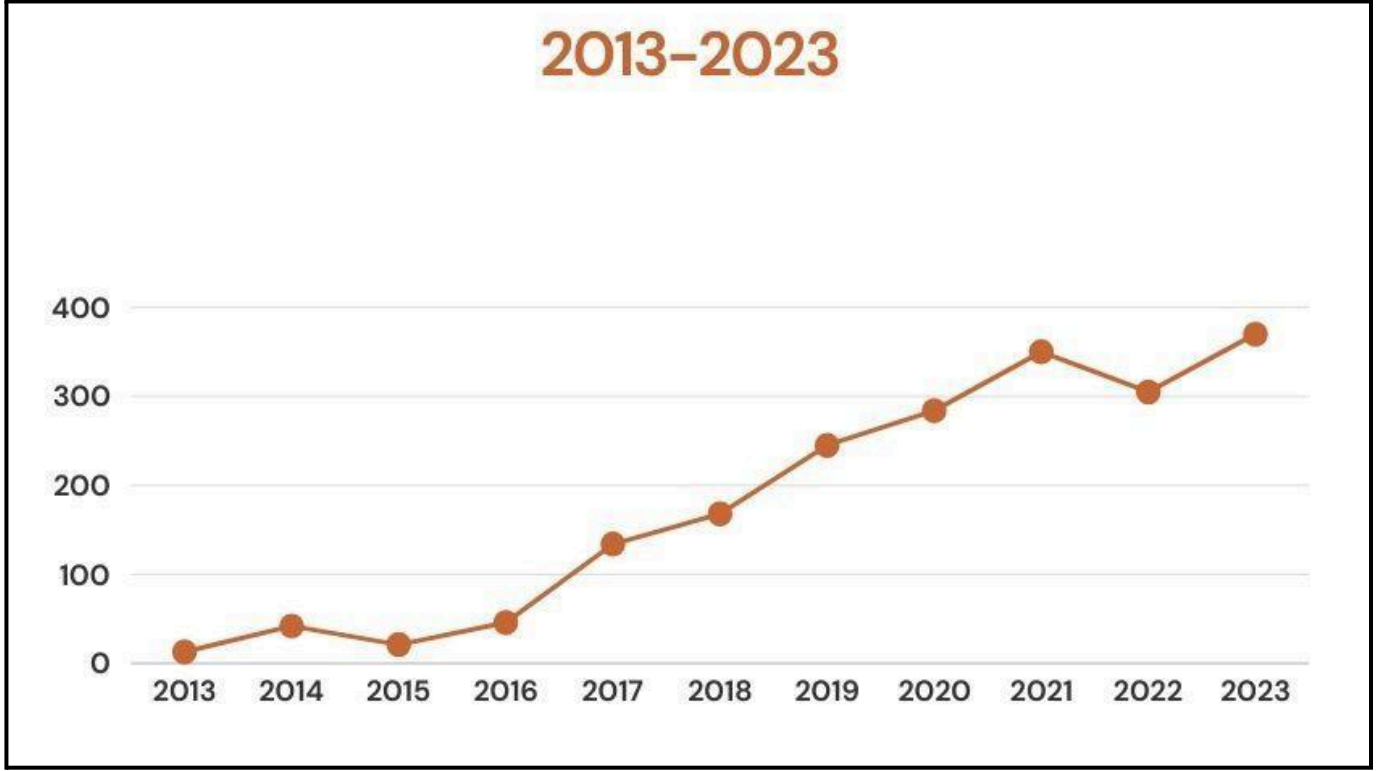
yayımlanan araştırma makaleleri için on bir yıllık bir sürecin takip edilmesinin medya açısından önemli sebepleri vardır.

2013 yılı hem Türkiye toplumunun hem siyasetinin hem de medyasının büyük altüst oluşlara sahne olduğu bir momenti temsil etmektedir. Bu yıldan itibaren Gezi Direnişi ile başlayan siyasi bunalım, 17-25 Aralık Yolsuzluk Operasyonları ile devam etmiş; 7 Haziran 2015'te AKP iktidardan düşmüş, 15 Temmuz 2016'da başarısız bir darbe girişimi yaşanmıştır. Bu toplumsal-siyasi bunalımın tezahürü medya alanında gözlemlenmiştir. Örneğin Gezi Direnişi'nin ardından birçok medya kuruluşuna baskı uygulanmış, 17-25 Aralık'tan itibaren Gülen Cemaati'nin medya organlarına kayyum atanmış, başarısız darbe girişiminin ardından ise birçok KHK ile hem cemaat hem Kürt hem de sol-sosyalist medya kuruluşu kapatılmıştır. Bunalım sürecinde, 2013'te ilk olarak *ATV-Sabah* Zirve Holding'e geçmiş; 2018 yılında da Doğan Medya Grubu, Demirören Holding'e satılarak 1990 ve 2000'li yılların ilk çeyreğinde medya alanına hâkim olan grup buradan çıkarılmıştır. Tüm bu gelişmeler, 2013-2023 arasının medya ve toplum açısından önemini göstermektedir. Bununla birlikte 2013-2023 yılları arasında medya analizlerinde bütüncül ve tarihsel bir yaklaşım olan eleştirel ekonomi politiğin kullanımını niceliksel ve niteliksel olarak ortaya koymak da önem arz etmektedir, zira bu yıllarda medyanın hem mülkiyet ve kontrol ilişkilerinde hem de içeriklerinde ciddi bir değişim yaşanmıştır. Mevcut çalışma, araştırmaları *DergiPark* veri tabanında "ekonomi politik", "eleştirel ekonomi politik", "medya sermayesi", "medyanın dönüşümü", "medya ekonomisi", "birleşmeler" ve "medya sermayesi" anahtar kelimeleri kullanarak taramıştır. Bunun dışında makalelerin başlıklarına odaklanılmış, başlıklarda ekonomi politik, eleştirel ekonomi politik, neoliberalizm, dönüşüm gibi kavramlarla bir seçim yapılmıştır. Ardından çalışmalar yöntem, konu, özet, kavramsal çerçeve, kuramsal arka plan çerçeveleri içinde tasnif edilmiştir. Tasnif süreci manuel kodlama ile yapılmış, ardından ulaşılan veriler niteliksel analize tabi tutulmuştur.

Bulgular

Veri toplama sürecinde medya alanı ile ilgili *DergiPark*'ta 2013-2023 yılları arasında toplamda 1978 makalenin yayımlandığı tespit edilmiştir. Bunun yanında yine alana dair 113 derleme ve 54 kitap incelemesinin yayımlandığı görülmüştür. Araştırma makalesi kısmında *Erciyes İletişim Dergisi* toplamda 40 (%2,02) makale ile medya çalışmalarında en fazla yayım yapan mecra olmuştur. Onu sırasıyla *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* 39 (%1,97), *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 36 (%1,82) izlemiştir. Son yıllarda iletişim alanında yayım yapan dergilerin sayısındaki artışın, hem iletişim/medya çalışmalarının sayısını hem de mecraları artırdığı düşünülmektedir. Zira 2013-2023 yılları arasında dergilerin makale yayımlama sayısı ve bunun oranı birbirine yakındır. Bununla birlikte medya çalışmalarını konu edinen makale sayısı 2013'te sadece 13 (%0,65), 2023'te ise 370 (%18,70) ile en üst

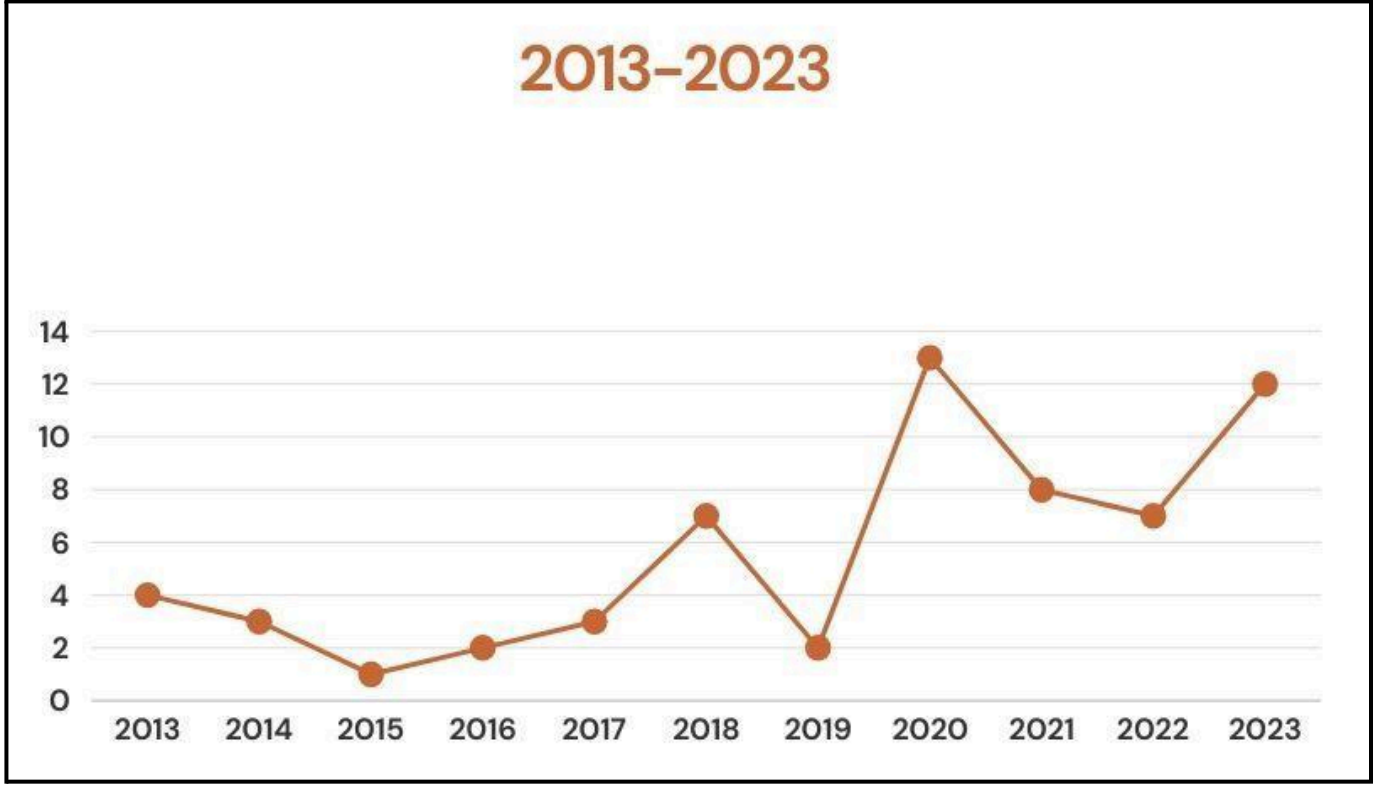
noktasına ulaşmıştır. Şekil 1’de ortaya çıkan verilere göre 2013-2023 yılları arasında medya alanındaki makale sayısının yıllar içinde ciddi bir artış gösterdiği ortadadır:



Şekil 1: Türkiye’de medya/iletişim çalışmalarını konu edinen araştırma makalelerinin 2013-2023 yılları arasındaki yükselişi.

Medya çalışmalarındaki bu artışa rağmen, çalışmalarda medyanın eleştirel ekonomi politiği konusundaki araştırmaların oranı epey düşüktür. Zira on bir yıllık süre zarfında yayımlanan 1978 makalenin sadece 62’si (%3,13) eleştirel ekonomi politik kapsamındadır. Bir başka deyişle Türkiye’de son on bir yılda ortaya konan medya/iletişim çalışmalarının yüzde 96,87’si anaakım iletişim çalışmaları kapsamındadır. Bu çalışmalar ekseriyetle etki, algı, tüketici davranışları, sosyal medya pazarlaması, reklam çalışmaları, teknoloji, marka değeri gibi konuları işlemiştir.

Medyanın/iletişimin ekonomi politiği yaklaşımı ile yayımlanan makalelerde ise 2018’den itibaren kısmi bir artış söz konusudur. Nitekim 2013-2023 yılları arasında yayımlanan 62 makalenin 49’u (%79,3) bu dönem zarfında yayımlanmıştır.

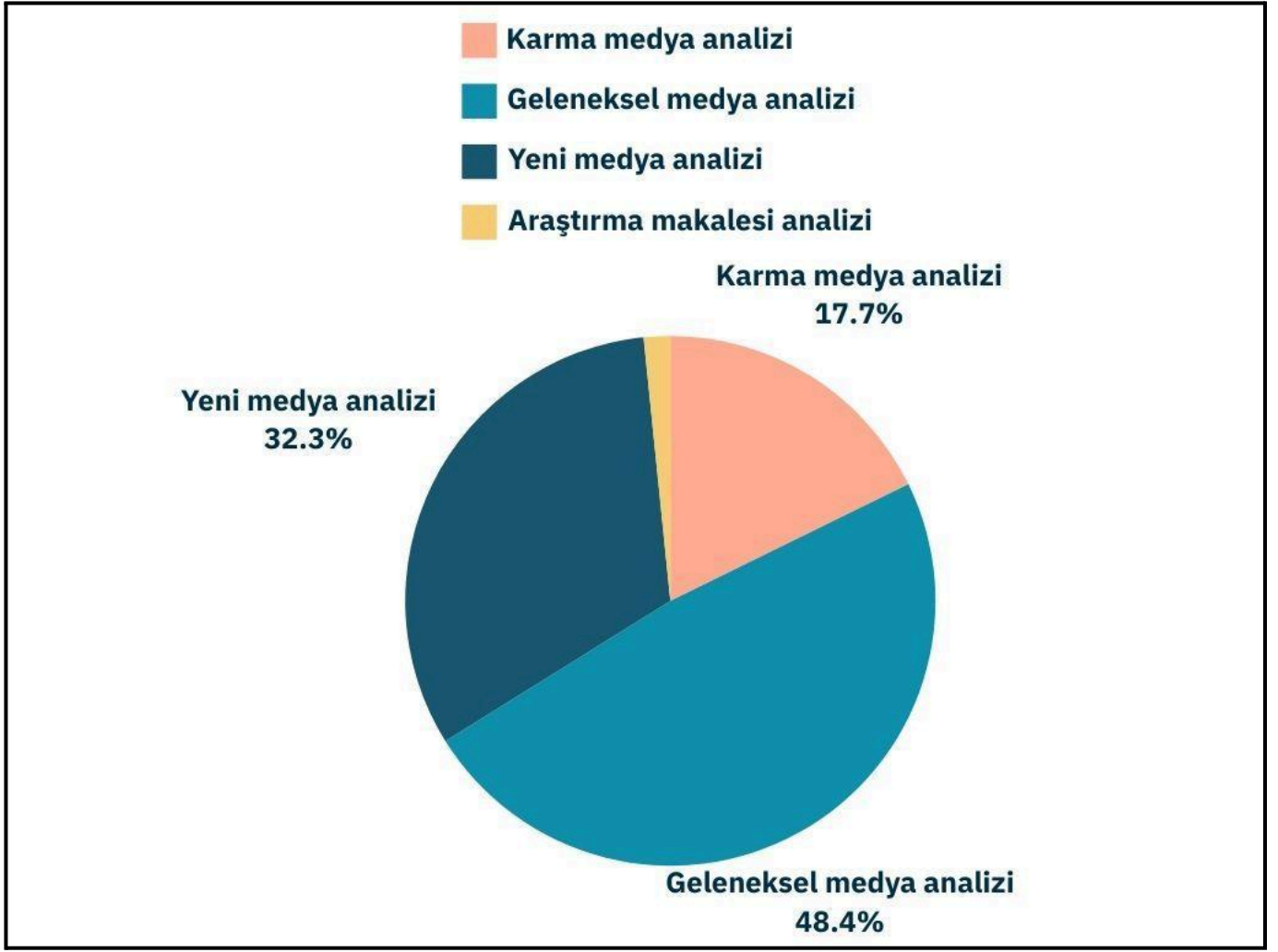


Şekil 2: Türkiye’de eleştirel ekonomi politik yaklaşımla hazırlanan ve medya/iletişim çalışmalarını konu edinen araştırma makalelerinin 2013-2023 yılları arasındaki seyri.

Şekil 2, medyanın eleştirel ekonomisi perspektifiyle hazırlanan araştırma makalelerinin 2015’te en düşük (1); 2020 yılında ise en yüksek seviyesine (13) çıktığını göstermektedir. Ayrıca 62 araştırma makalesinin toplamda 81 yazarı bulunmaktadır, bu makalelerin 43’ü (%69,35) tek yazarlıdır. Yayımlanan makalelerin yazarları Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Tanıtım, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık, Radyo, Sinema ve Televizyon, Radyo, Televizyon ve Sinema, Medya ve İletişim Çalışmaları, Televizyon Haberciliği ve Programcılığı, Sosyoloji, İktisat bölümlerindedir. Yayımlanan araştırma makalelerinin neredeyse yarısı gazetecilik bölümü (%46,77) yazarları tarafından kaleme alınmış olup, bunu Radyo, Televizyon ve Sinema (%32,25) bölümü takip etmiştir.

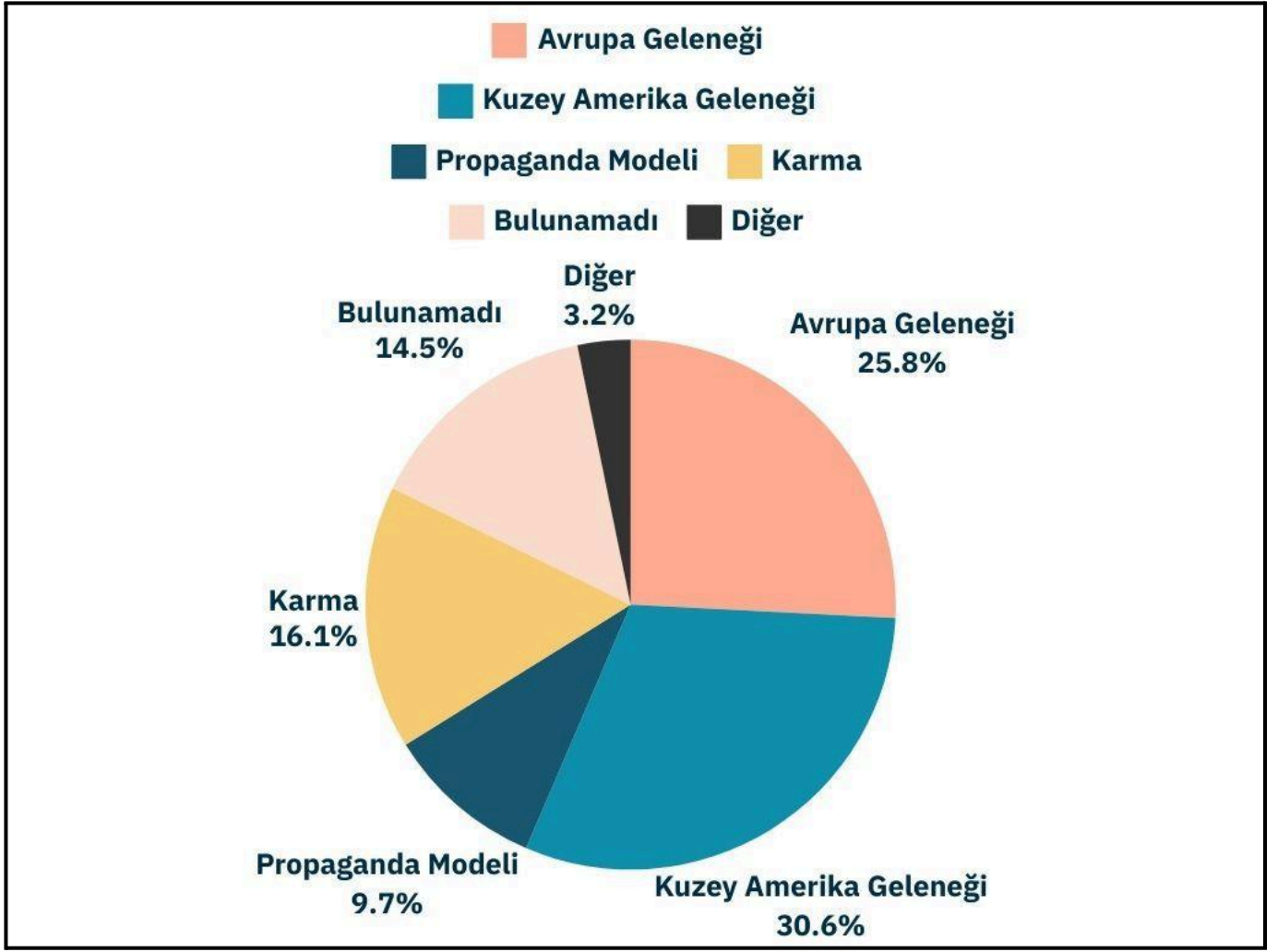
Araştırma Makalelerinin Kuramsal Yaklaşımları

Eleştirel ekonomi politik yaklaşımla ortaya konan araştırma makalelerinin geleneksel, yeni medya, geleneksel ve yeni medyayı birleştiren, karma olarak anılan nesne seçimi yaptığı görülmüştür. Burada geleneksel medya analizlerinin başı çektiğini (%48,38), yeni medyanın bunu takip ettiğini (%32,25), karma analiz nesnesinin ise (%17,74) üçüncü sırada olduğunu belirtmek gerekir. Ayrıca iletişim çalışmalarında eleştirel yaklaşımın kullanılmasını araştıran bir makale de yayımlanmıştır. Dolayısıyla bu makale medya araştırmalarından ziyade eleştirel yaklaşımların medya analizlerinde nasıl kullanıldığını tartışmıştır.



Şekil 3: Medya analizlerinde kullanılan nesnelere dağılımı.

Şekil 3, son yıllarda her ne kadar iletişim çalışmalarında yeni medyaya bir ilgi olsa da geleneksel medyanın hâlâ ilk sırada yer aldığını göstermektedir. Ayrı ayrı kuramsal kısım tartışmasına girmeden önce bir bütün halinde araştırma makalelerinin kuramsal dayanağından söz etmek faydalı olacaktır. Makalelerin özet, giriş ve kaynakçaları incelendiğinde, eleştirel ekonomi politik yaklaşımın Kuzey Amerika ve Avrupa geleneğine yaslandığı dikkat çekmiştir. Kuzey Amerika geleneği içinde Dallas Smythe, Irving Schiller ve *izleyici metası* tartışmasıyla son yıllarda Türkiye'deki iletişim araştırmalarında da sıklıkla kullanılan Fuchs; Avrupa geleneği olarak çalışmanın ilk bölümünde yer verilen N. Garnham, P. Golding ve G. Murdock; bu genel çerçevenin içine dahil edilemeyen Herman ve Chomsky yer almaktadır. Bunun yanı sıra karma yaklaşımlara sahip çalışmalar da mevcuttur. Dikkat çeken bir diğer nokta ise bir makalenin kültürel çalışmalar geleneğine yaslanmasına rağmen çalışmanın hem başlığında hem anahtar kelimelerinde *eleştirel ekonomi politik* kavramının kullanılmasıdır. Bir diğer makalede ise Gerbner'in "ekme kuramını", eleştirel ekonomi politik yaklaşım içinde değerlendirilmiştir. Yine de her iki makale analiz kapsamına alınmıştır. Son olarak toplamda dokuz makalenin başlık, özet ve anahtar kelimelerinde *eleştirel ekonomi politik* kavramı geçmesine rağmen, çalışmaların eleştirel ekonomi politiğin hangi geleneğine yaslandığı belirsizdir. Dahası makalelerin kaynakçalarında da geleneği temsilen herhangi bir yazarın eserine atıfta bulunulmamıştır.



Şekil 4: Eleştirel ekonomi politik yaklaşımların dayandığı kuramsal çerçeve.

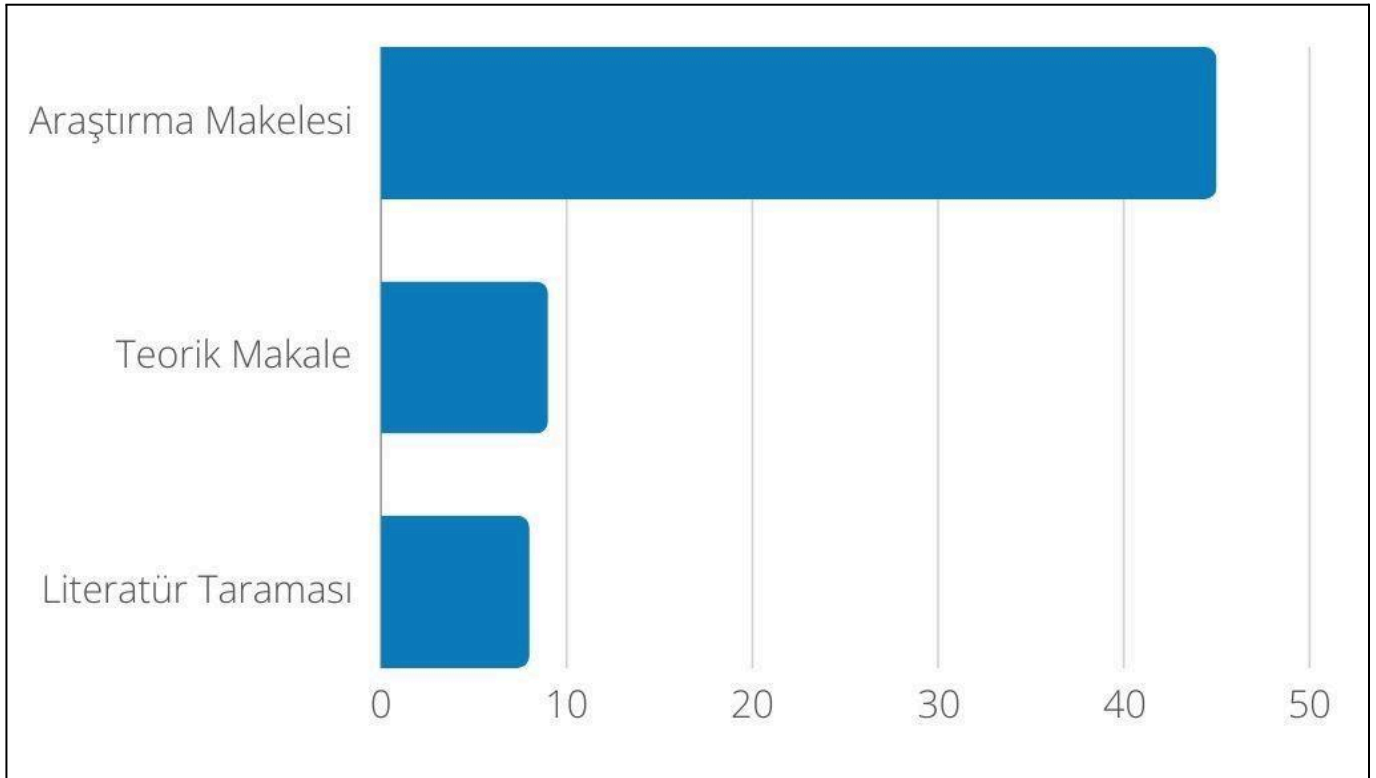
Türkiye'deki medyayı eleştirel ekonomi politik yaklaşımla değerlendiren çalışmalarda Kuzey Amerika ve Avrupa geleneğinin ağırlıkta olduğu görülmektedir. Yeni medyayı konu edinen araştırmalarda "kullanıcı emeği", "izleyici metası", "metalaşma", "pazarlama", "satın alma", "dijital sömürü", "üretken emek", "üre-tüketici emek", "iletişimin kapitalist tarzı", "dijital kapitalizm", "kültür emperyalizmi" gibi kavramlara anahtar kelimelerde, özetlerde ve giriş bölümlerinde yer verilmiştir. Yeni medya araştırmalarında Kuzey Amerika geleneğinin kullanılması yüzde %70 oranla ilk sırada olup, bunu karma yaklaşım ve Avrupa geleneği takip etmektedir.

Kuramsal çerçevesini N. Garnham, P. Golding ve G. Murdock'a yaslayan çalışmalar ise "ekonomi politik", "eleştirel ekonomi politik", "neoliberalizm", "neoliberal politikalar", "medya endüstrisi", "medyanın dönüşümü", "iktidar", "güç" gibi kavram setlerini kullanırken bu gelenek kendini daha çok konvansiyonel medya araştırmalarında (%81,25) göstermektedir. Herman ve Chomsky'i takip eden analizler ise genellikle "propaganda modeli", "ekonomi politik", "yanlılık", "tekelleşme", "küreselleşme" ve "reklam" kavramlarına dayanmakta ve daha çok geleneksel medya analizlerinde kullanılmaktadır.

Taranan makalelerin bir kısmının karma kuramsal yapıya sahip olması ve örneğin Propaganda Modeli ile Avrupa geleneğini bir araya getirmesi, bu alandaki teorik zayıflığa işaret etmektedir. Nitekim Herman ve Chosmky'nin kuramsal yaklaşımına getirilen en önemli ve kapsayıcı eleştirilere Avrupa geleneğinde rastlanmaktadır. Bir diğer önemli husus ise, medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkilerini irdeleyen çalışmaların aynı zamanda medya metinlerini de incelemesidir ki bu da en fazla Avrupa geleneğine yaslanan araştırmalarda gözlemlenmiştir. Araştırma safhasında, kuramsal dayanağa rastlanmayan makalelerin birçoğu herhangi bir geleneğe kaynak göstermeden salt Türkçe kaynaklar işaret edilerek yayımlanmıştır. Bu durum, makale başlığında, makale özetinde ya da anahtar kelimelerde "eleştirel ekonomi politik" veya "ekonomi politik" kavramlarına yer verilse de bu yaklaşımın kökeni ve perspektifinden uzaklığı göstermiştir.

Araştırma Makalelerinin Yöntemsel Profili⁹

Kodlanan makalelerin önemli bir kısmı (%72,58), içerik çözümlenmeleri kapsamındaki nitel araştırmalardan, hem nicel hem de nitel analizi kullanan çalışmalardan, salt anket yöntemi ile nicel analizi kullanan araştırma makalelerinden meydana gelmiştir. Bunu teorik makaleler (%14,51) ve literatür taramaları (%12,90) ile oluşturulan çalışmalar izlemektedir.



Şekil 5: Kodlanan makalelerin türleri.

⁹ Araştırma esnasında karşılaşılan en önemli sorunlardan biri, DergiPark'ın teorik makale ve literatür taramalarını da "araştırma makalesi" koduyla yayımlamasıdır. Kavramsal bir karışıklığa neden olan bu durumun üstesinden gelmek amacıyla teorik makale ve literatür taramaları ayrı ayrı kodlanmıştır.

Araştırma makaleleri içinde yukarıda belirtildiği gibi en fazla kullanılan yöntem niteliksel metodolojiye sahiptir. Bu metodolojinin içinde karma analizi kullanan çalışmalar da dahil derinlemesine görüşme (%24,44), söylem çözümlemesi (%22,22), betimsel çözümleme (%8,88) ve göstergibilim (%2,22) yer almıştır. Ancak niteliksel analizin kullanıldığını iddia eden çalışmaların çoğunda (%42,24) belirsizlikle karşılaşılmış, dahası çalışmaların özet, giriş ve yöntem kısmında savunulduğu gibi nitel analizin hangi alt türünün kullanıldığı saptanamamıştır. Dolayısıyla eleştirel ekonomi politik yaklaşımla medya analizini konu edinen makalelerin teorideki sorunları, yöntem kısmına da yansımıştır. Bu alandaki yöntem seçme ve onu uygulama kalitesinin zayıflığını teorik zayıflıkla örtüştürmek gerekmektedir.

Makalelerin araştırma konuları

Makalelerin konularının saptanmasında anahtar kelimeler gösterge olarak alınmıştır. En sık kullanılan anahtar kelimeler ise ekonomi politik (17), eleştirel ekonomi politik (17), neoliberalizm (9), yeni medya (8), medya (6), emek (5), gazetecilik (4), sosyal medya (4), üretken emek (4) olarak tespit edilmiştir. Ayrıca makalelerin yine anahtar kelimelerinde sınıf, tüketim, tekelleşme, yoğunlaşma, medya mülkiyeti, iletişim teknolojileri, kültür emperyalizmi, eleştirel söylem analizi gibi kavramlara da yer verilmiştir.

Araştırma makaleleri medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkilerini, bu ilişki doğrultusunda medya çıktılarının biçim ve içeriğini; yeni iletişim teknolojilerini, reklam ve reklam içeriğini, alternatif ve geleneksel medyanın ekonomik dinamikleri bakımından ayrıldığı noktaları, neoliberal politikalar ve kamu hizmeti yayıncılığının sorunlu bağını, medyada dönüşen gazetecilik pratiklerini ve çalışma koşullarını, gazetecilerin emek ve örgütlenme konularını ele almaktadır. Neoliberal politikalar çerçevesinde dönüşen mülkiyet ve kontrol ilişkilerinin gazeteciliğe etkisi ve bu politikaların emek rejimi üzerindeki baskısını ortaya koyan makalelerde son yıllarda artış olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum, Türkiye’de yayımlanan ve medyanın eleştirel ekonomi politikası kapsamında değerlendirilen çalışmaların önemli bir eksikliğini tamamlamaktadır. Haliyle bu makalelerin ilerleyen süreçte emek ve sınıf meselelerini de ele alan daha geniş perspektife sahip araştırma makalelerine öncülük edeceği düşünülmektedir.

Bununla birlikte son yıllardaki araştırma konuları incelendiğinde medya alanının asli unsuru olan gazeteci ve gazetecilik mesleğine dair ilgide bir artış olduğu ancak hâlâ yeterli seviyeye ulaşamadığı söylenebilir. Çalışmalarda dijital gazetecilik, yeni medya ve geleneksel medyada gazetecilik, yeni medya ekosistemi içinde gazetecilik tartışmalarına yer verilmiş, özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişimin dijital gazeteciliğe geçişteki belirleyiciliği üzerinde durulmuş ancak teknoloji, kapitalizm ve emek üzerindeki ilişkiye yeteri kadar odaklanılmamıştır. Oysa hem neoliberal politikalar hem de teknolojinin gelişimi, gazetecilik mesleğini ve emeğini de içerek biçimde medya alanını biçimlendiren unsurlardır. 1980 sonrası uygulanan kapitalist birikim modeli, medyayı sadece mülkiyet ekseninde değil siyasal ve toplumsal işlevi itibariyle de

dönüştürmüş, bu ise gazetecilik mesleğinin erozyona uğramasına neden olmuştur. Medya alanında yaşanan holdingleşme ve yoğunlaşmalar, medya ortamının ihtiyaç duyduğu emek rejimini -esnek, güvencesiz, örgütsüz ve atipik çalışma koşulları- dayatmaktadır (Kaderoğlu Bulut, 2019, s. 44-199). Benzer biçimde gelişen teknoloji ile medya alanında artan dijitalleşme ve post-Fordist üretim örgütlenmesi gazetecilik mesleğinde önemli değişimlere neden olmuştur. Örneğin, bu süreçte gazetecilerin “zaman ve mekân ilişkisi; teknolojik yoğunlaşma, üretimde hızlanma ve artış, mekânsal parçalanma, haber toplama tekniklerindeki değişim ve çalışma zamanı-boş zaman ilişkisinde” yaşanan dönüşümler (Gemici, 2018), medyanın eleştirel ekonomi politiği kapsamında değerlendirilmesi gereken başlıklardır. Bu konuları tartışan makale ve kitap sayısı maalesef sınırlı sayıdadır. Yukarıda da belirtildiği gibi kapitalizm, emek ve teknoloji arasındaki ilişkinin de dahil edildiği bilimsel çalışmalar, bütünsel bir yaklaşım sergileyecektir.

Bir diğer husus çalışmaların kamu hizmeti yayıncılığındaki değişimi/gerilemeyi, devletin aygıtının medya mimarisine sermaye lehine müdahalesini, gazetecilik meslek ilkelerindeki dönüşümün yeterince irdelenmemesidir. Bunun yerine araştırma makaleleri, daha çok yeni medya ve geleneksel medyanın ekonomik dinamikleri, reklam ve izleyici metası, tüketim toplumu, internet medyası gibi konulara yönelmiştir.

Tartışma

Mevcut çalışmada Türkiye’de 2013-2023 yılları arasında medyayı eleştirel ekonomi politik ile analiz eden araştırma makalelerinin teorik ve metodolojik profili ortaya konulmuştur. Çalışma, manuel kodlama tekniği ile araştırma makalelerini tasnif etmiş ve bazı sonuçlara ulaşmıştır.

Araştırma makalelerinin kuramsal kısmının daha çok Kuzey Amerika ve Avrupa geleneğinden süzülen eleştirel ekonomi politik yaklaşımı benimsediği, ancak her iki geleneğin de zayıf bir teorik çerçevede işlediği görülmüştür. Buradaki teorik zayıflık hem geleneklerin araştırma yöntemi ve tekniği hem de geleneklerin Marksist teoride nereye tekabül ettiğinin yeteri kadar değerlendirilmemesinden kaynaklanmaktadır. Örneğin Smythe’nin Marksizm okuması, daha çok temel-üstyapı uğraklarından ilkinde önem verir ve medyanın günümüz kapitalizmi ile ilişkisinde temel yapıyı hareket noktası olarak alırken; Avrupa geleneğinde Golding ve Murdock’ta temsil edilen hat, temel-üstyapı kavramsallaştırmasını yetersiz bulmakta, medyanın üst yapıdaki işlevlerinin, temel yapıdaki rolü kadar araştırmaya değer olduğunu ileri sürmektedir. Kuzey Amerika geleneğinden gelen ve izleyici metası, üretici emek, kültürel emperyalizm kavramlarından yola çıkan araştırma makaleleri, medyanın ideolojik, kültürel ve dolayısıyla tahakkümü yeniden üreten yapısına vurgu yapmamıştır. Bu haliyle makaleler, medyayı diğer toplumsal alandaki işlevlerinden soyutlamıştır. Bunun yanında araştırma makalelerinin birkaçı hariç neredeyse tamamında devletin ekonomik ve hukuk alanında uyguladığı politikalarla medya alanını dönüştürmesi göz ardı edilmiş, başka bir deyişle devlet-sermaye-medya ilişkisi analizlere konu edinilmemiştir. Oysa Avrupa geleneğinin işaret ettiği ve

çalışmanın ilk bölümünde vurgulandığı gibi eleştirel ekonomik yaklaşımda devlet ve sermaye arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi gerekmektedir. Devlet, ideoloji, kültür ve hukuk gibi belirleyici kavram ve uğrakların Kuzey Amerika geleneğine yaslanan çalışmalarda kullanılmaması, onları izleyici metası, üretken emek, reklam vb. konulara hasretmiştir. Dolayısıyla bu alandaki çalışmalar, Smythe ve Schiller'in analizlerini Türkiye'nin günümüz zamanına ve medyasına uyarlamaktan ileri gitmemiştir.

Avrupa geleneğine yaslanan çalışmalar için de benzer şeyler söylenebilir. Burada da araştırma makalelerinin hatırı sayılır bir kısmı, medya endüstrilerinin mevcut durumu ve tarihselliği ile betimsel bir yol izlerken, devlet aygıtı ya görmezden gelinmiş ya da devletin güttüğü ekonomi politikalarına vurgu sınırlı kalmıştır. Makalelerde devletin kapitalist özelliği ve bunun doğrudan ya da dolaylı sonuçları neredeyse hiç vurgulanmamıştır.

Ayrıca araştırma makalelerinde, her ne kadar neoliberalizme vurgu yapılsa da neoliberalizmin medyayı da içine alan toplum, sınıf ve emek alanındaki dönüştürücü gücüne değinilmemiştir. Dolayısıyla neoliberalizm kavramı kendinden menkul bir sözcükten ileri gitmemiş; medya alanına önemli etkisi olan ulusal ve uluslararası kapitalist dinamikler neoliberalleşme olarak adlandırılan sürece dahil edilmemiştir. Haliyle bu geleneğe yaslanan makalelerde de bir bütüncül yaklaşım sorunu kendini göstermektedir. Karma kuramsal geleneklere yaslanan çalışmalarda bahsi geçen eksiklikler daha fazladır. Bu eksikliklerin giderilmesinde ve araştırma makalelerinin sağlam teorik bir zemine oturmasında Marksizm'in kaba yorumlarının ötesine geçecek ve yine Marksizm'in diyalektik yöntemini benimseyen bir paradigmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Alandaki teorik zayıflığın, araştırmaların yöntem ve analiz biçimine sirayet ettiği yukarıda belirtilmişti. Geleneksel ve yeni medya mecralarının ampirik analizinin ağırlıkta olması, bunun yanında teorik makalelerde görülen niceliksel eksiklik, kuramsal zayıflığın bir vechesi olarak değerlendirilebilir. Her ne kadar nitel analiz yöntemini içeren içerik analizi fazla olsa da araştırmaların önemli bir kısmında hangi yöntem veya tekniğin uygulandığına dair bir sonuca ulaşılamaması, yöntem ve teknik analiz konularının medya çalışmalarında yeterince dikkate alınmadığını göstermektedir. Araştırma makalelerinde medya metinlerinin analizlerinin medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkileriyle ilişkilendirilmesi, bu bağlamda metinlerin tahakküm ilişkileri ile bağının kurulması eleştirel ekonomi politik yaklaşım bakımından oldukça önemlidir.

Araştırma makalelerinin konuları, ekseriyetle yukarıdaki tablonun etkisiyle oluşturulmuştur. Eleştirel ekonomi politik yaklaşımla ortaya konduğu iddia edilen makaleler neoliberalizm, tekelleşme, üretken emek, reklam, alternatif medya, yeni medya, yoğunlaşma gibi önemli konuları işlese de medya alanı içindeki ve dışındaki sınıf ve emek olgularını göz ardı etmiştir. Her ne kadar son yıllarda bu olgular üzerine çalışmalar yapılsa da alanın genel konuları içinde emek ve sınıf mücadelesi kendine çok az yer bulmaktadır. Oysa eleştirel ekonomi politığın hareket noktası mülkiyet ve kontrol ilişkileri olduğu kadar sınıf mücadelesi ve medya alanında emek hareketine yönelen baskılardır. Dolayısıyla izleyici emeğine odaklanan meta

tartışmaları kadar, medya çalışanlarının koşullarının da eleştirel ekonomi politik analizlerde yer alması, dahası neoliberalizm ile medya arasında kurulan bağda sınıf ve emek mücadelesinin odak noktası olarak alınması oldukça önemli olacak ve bu alana katkı sağlayacaktır. Ayrıca araştırma makalelerinde kamu yararı kavramı eleştirel ekonomi politik yaklaşımla çok az değerlendirilmiş ve medyanın etik ilkelerinin aşınımı üzerinde durulmamıştır. Gelinen noktada bu alanları eleştirel bir perspektifle değerlendirmek ve onları dönüştürmenin yolunu aramak eleştirel ekonomi politik yaklaşım için elzemdir.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşıma sahip çalışmalarda araştırmacıyı da yapısal anlamda aşan bazı engellerden de bahsetmek gerekmektedir. Mevcut çalışmanın yöntem başlığında özellikle 2013'ten itibaren devletin medya alanına uyguladığı baskıdan söz edilmişti. Bu baskı, maalesef kendini Türkiye akademisinde de hissettirmiştir. 15 Temmuz 2016'daki başarısız darbe girişiminin ardından yayımlanan Kanun Hükmünde Kararnameler (KHK) ile birçok akademisyen üniversitedeki görevlerinden ihraç edilmiş, KHK'lardan Marksist akademisyenler de etkilenmiştir. Temmuz 2016'dan sonra OHAL rejimi olarak tarif edilebilecek yönetim biçiminde Marksist akademinin marjinalleştirildiği ya da Marksist çalışmaların akademisyenler için bir kariyer tehdidi haline geldiği söylenebilir. Bu koşulların sonucu olarak özel olarak eleştirel iletişim çalışmalarının genel olarak da Marksist akademinin ciddi bir baskı altında olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Araştırmacılar için yapısal olarak adlandırılabilir bir diğer sorun, OHAL rejimi ve sonrasında bilgiye ulaşımında yaşanan zorluklardır. Örneğin 2013'te ATV-Sabah grubunu satın alan Zirve Holding'in diğer alanlardaki yatırımlarına, künyesine ve Kalyon İnşaat ile bağlantısına hâlâ ulaşamamaktadır. Yine emek konusunda Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığında veri alınamaması, RTÜK'ün pazar paylarını paylaşmaması gibi konular, bu alanda çalışma yürütecek araştırmacıları sınırlamaktadır. Bu sınırlama ve baskılar, eleştirel iletişim çalışmalarının seyrini belirleyen önemli etmenler olarak değerlendirilmelidir.

Sonuç

Medyanın eleştirel ekonomi politiği yaklaşımı, gerek medyanın kapitalist üretim ilişkilerindeki ve kapitalist toplumsal formasyondaki yerini gerekse de kapitalizmin yeniden üretilme sürecindeki işlevlerini açığa çıkarmak bakımından oldukça önemlidir. Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, 1960 ve 1970'li yıllardan itibaren sosyal bilimlerde ve medya alanında Avrupa ve Kuzey Amerika geleneğinde kullanılmaya başlansa da maalesef Türkiye'de eleştirel ekonomi politik ile medya analizleri 1990'ların sonunda kendine yer bulmuş, 2000'li yıllardan itibaren de yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Buna rağmen eleştirel ekonomi politik yaklaşıma ülkemizde hâlâ yeteri kadar ilgi gösterilmediği, aksine mevcut çalışmanın da ortaya koyduğu gibi, son on bir yılda medya alınıdaki akademik makalelerin yalnızca yüzde 3,13'ünü kapsadığı açığa çıkmıştır. Makale, bu niceliksel veri karşısında Türkiye'de 2013-2023 yılları arasında *DergiPark* üzerinden yayımlanan

ve medyanın eleştirel ekonomi politiği yaklaşımıyla kaleme alınan araştırma makalelerini incelemiştir. Araştırma makalelerini konu, kuram ve yöntem içerikleriyle değerlendiren ve manuel içerik analizi ampirik veriler ortaya koymayı amaçlayan çalışma, belirli sonuçlara ulaşmıştır.

Her Őeyden evvel çalışmada ortaya çıkan sonuçların eksiklikler barındırdığını belirtmek gerekmektedir, zira manuel içerik analizinde ve tarama sürecinde arama terimini karşılamayan ancak medyanın eleştirel ekonomi politik yaklaşımla yazılan makalelerin yazılmış olabileceği, çalışma kapsamına girmeyen kitap ve tez gibi bilimsel çalışmaların mevcut makaleye dahil edilmediği kaydedilmelidir. Dolayısıyla mevcut çalışma, sadece *DergiPark*'ta yayımlanan ve içerik analizinde arama terimini içeren araştırma makaleleri hakkında bilgi vermektedir. Ancak buradaki eksik verinin dahi alan için önemli ipuçları barındırdığı söylenebilir.

Buradan hareket edilirse çalışma, ilk elden eleştirel ekonomi politik yaklaşımın sergilenme biçiminin Türkiye'deki araştırma makalelerinde zayıf olduğunu tespit etmiştir. Çalışmalarda teorik bir karışıklık kadar Marksizm'in güncel tartışmalarına, yöntem ve kuramsal yaklaşımına belirli bir mesafenin olduğu vurgulanabilir. Oysa eleştirel ekonomi politik yaklaşım, diyalektik bir süzgeç ve içsel ilişkiler felsefesinin sunduğu perspektifle, medyayı sadece mülkiyet ve kontrol ilişkileriyle değil, devlet, sınıf mücadelesi, emek, hukuk, ideoloji, kültür alanlarıyla da ilişkilendirmeli, medya metinleri ile mülkiyet ve kontrol ilişkileri içinde birbirini etkileyen ve yeniden üreten ađ açığa çıkarılmalıdır. Araştırma makalelerinin kahir ekseriyeti bu yaklaşımdan uzak kalmıştır. Buradaki sorunlar, konu seçimi ve araştırma tekniğinde de görülmüştür.

Çalışmanın bulgu ve sonuçları, eleştirel ekonomi politiğin teorik ve yöntemsel olarak gclendirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. İletişim teknolojilerindeki gelişim, bu alandaki çalışmaları yeni medya mecralarına odaklamış ancak buradaki çalışmalar önemli eleştiriler alan Kuzey Amerika geleneğine yaslanmıştır. Dolayısıyla buradaki analizler, kısıtlı bir teorik perspektif sunmuş; kamu yararı, ahlk ve meslek ilkelerindeki aşınma çalışmaların neredeyse hiçbirinde kendine yer bulmamıştır. Oysa günümüz ortamında hem medyanın hem de gazeteciliğin ciddi bir kriz içinde olduğu ulusal ve uluslararası kimi tartışmalarda gündeme getirilmektedir. Medya alanında yaşanan çoklu bunalımı sınıf ve emek mücadelesi, bunun mülkiyet ilişkilerine yansımalarını, ilişkilerin kamu yararına etkilerini bütünlükçü bir yaklaşımla kaleme almak artık bir zorunluluktur. Böyle bir analizi yapmak için ise Marx'ın çalışmalarında kullandığı diyalektik yöntem ve onun en önemli unsuru içsel ilişkiler felsefesinin sunduğu çözümlene yoluna her zamankinden daha fazla ihtiyaç bulunmaktadır. Zira günümüz kapitalist formasyonda medyanın da içinde yer aldığı toplumsal yapı, kompleks bir hal almıştır. Alanlar içindeki bağlantıları ve bu alanların birbirini dönüştürücü özellikleri, ancak ilişkisellik ve etkileşim odaklı bir anlayıştan hareketle çözülebilir.

Kaynakça

- Adaklı, G. (2003). "Türk Medya Sektöründe Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri (1980-2003)" Doktora Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Adaklı, G. (2006). *Türkiye'de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*, Ankara: Ütopya.
- Adaklı, G. (2009). Türk Medyasında AKP Etkisi, *AKP Kitabı: Bir Dönüşümün Bilançosu* içinde, Der. Uzgel, İ. ve Duru, B., s. 559-613. Ankara: Phoenix.
- Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye'de Medya Endüstrisinin Dönüşümü, *Mülkiye Dergisi* (34) 269: 67-84.
- Adorno, T. ve Horkheimer, M. (2010). *Aydınlanmanın Diyalektiği*, Çev. N. Ülner ve E. Öztarhan Karadoğan, İstanbul: Kabcı.
- Atılgan, G. (2015). Diyalektik Bir Anayasa İncelemesi İçin Çerçeve Girişimi, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 70 (1): 65-110.
- Ayan, V. M. (2018). Türkiye'de Medyanın Dönüşümünün Ardındaki İtki: İslamcı Burjuvazi, *Kültür ve İletişim* 21 (2) 42, s. 145-169.
- Ayan, V. M. (2019). *AKP Devrinde Medya Âlemi*. İstanbul: Yordam Kitap.
- Babe, R. (2000). The Communication Thought of Dallas W. Smythe (1907-1992), *Canadian Communication Thought* içinde, s. 5-139. Toronto: University of Toronto Press.
- Babe, R. (2009). *Cultural Studies and Political Economy: Toward a New Integration*. Toronto: Lexington Book.
- Başaran, F. (2000). *İletişim ve Emperyalizm: Türkiye'de Telekomünikasyonun Ekonomi-Politiği*. Ankara: Ütopya.
- BİK (2024). "Basın İlan Kurumu Resmî İlan ve Resmî Reklam Alan Süreli Yayınlar Listesi"
<https://ilanbis.bik.gov.tr/Uygulamalar/AylikListe> Erişim Tarihi: 22 Şubat 2024.
- Boyt-Barrett, O. (1997). The political economy approach, Der. Boyt-Barrett, O. ve Newbold, C. *Approaches to Media: A Reader* içinde, s. 186-192. Londra, New York, Sydney, Auckland: Arnold.
- Çam, A. ve İlke Şanlıer, Y. (2015). Türkiye'de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü: Ekonomi Politik Bir Yaklaşım, *Neoliberal Muhafazakâr Medya* içinde, Der. Uraz, A., 66-102, İstanbul: Ayrıntı.

- Fuchs, C. (2012). Dallas Smythe Today-The Audience Commodity, the Digital Labour Debate, Marxist Political Economy and Critical Theory. *Prolegomena to a Digital Labour Theory of Value*, *tripleC* 10(2), s. 692-740.
- Fuchs, C. ve Mosco, V. (2019). Marx Geri Döndü: Günümüzde Eleştirel İletişim Çalışmalarında Marksist Kuram ve Araştırmanın Önemi, *Marx Geri Döndü: Medya, Meta ve Sermaye Birikimi* içinde, Der. Fuchs, C. ve Mosco, V., Çev. F. Başaran, s. 21-44. İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Gemici, Ç. (2018). Gelenekselden dijital haber üretim sürecinde gazetecinin zaman ve mekan deneyimindeki dönüşüm, *Yayımlanmamış Yüksel Lisans Tezi*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Granham, N. (1997). Contribution to a political economy of mass communication, Der. Boyt-Barrett, O. ve Newbold, C., *Approaches to Media: A Reader* içinde, s. 216-221. Londra, New York, Sydney, Auckland: Arnold.
- Granham, N. (2008). Bir Kültürel Materyalizm Teorisine Doğru, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar* içinde Çev. S. Çelenk, s. 67-84. Ankara: De Ki.
- Herman, E. ve Chomsky, N. (2006). *Kitle Medyasının Ekonomi Politikası: Rızanın İmalatı*, Çev. E. Abadoğlu, İstanbul: Aram.
- Kaderoğlu Bulut, Ç. (2019). *Sınıfın Sınırında: Gazeteciler ve Proleterleşme*, İstanbul: NotaBene Yayınları.
- Kejanlıoğlu, B. (2004). *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*. Ankara: İmge.
- Kıyan, Z. (2015). Eski(meyen) Bir Tartışma: “İzleyici Metası”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (24), s. 230-255.
- Kurban, D. ve Sözeri, C. (2012). *İktidarın Çarkında Medya: Türkiye’de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller*, TESEV Yayınları: İstanbul.
- Marx, K. (2011). *Felsefenin Sefaleti*, Çev. A. Kardam, Ankara: Sol Yayınları.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*, London: Sage.
- Murdock, G. (2008). Batı Marksizimi Hakkında Kör Noktalar: Dallas Smythe’ye Cevap, *Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji* içinde, Çev. L. Yaylagül, s. 59-74. Ankara: Dipnot.
- Murdock, G. ve Golding P. (1992). Culture, Communications, and Political Economy, *Mass Media and Society*, Der. Curran J. ve Gurevitch, M. içinde, s. 15-32. Londra, New York Melbourne, Auckland: Edward Arnold.

- Murdock, G. ve Golding P. (1997). For a political economy of mass communications, Der. Boyt-Barrett, O. ve Newbold, C., *Approaches to Media: A Reader* içinde, s. 201-215. Londra, New York, Sydney, Auckland: Arnold.
- Murdock, G. ve Golding P. (2008). İdeoloji ve Kitle İletişim Araçları: Belirlenim Sorunu, *Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji* içinde, Çev. L. Yaylagül, s. 23-59. Ankara: Dipnot.
- Ollman, B. (2006). *Diyalektiğin Dansı*, Çev. C. Saraçoğlu, İstanbul: Yordam.
- Ollman, B. (2015). "Marxism and the philosophy of internal relations; or, How to replace the mysterious 'paradox' with 'contradictions' that can be studied and resolved" *Capital & Class* 39(1):7-23.
- Raulet, G. (2008). The Frankfurt School's Critical Theory: From Neo-Marxism to 'Post-Marxism', J. Bidet ve S. Kouvelakis (Der.), *Critical Companion to Contemporary Marxism* içinde, s. 143-162. Boston: Brill.
- RTÜK (2024). "Medya Hizmet Sağlayıcıları" <https://www.rtuk.gov.tr/medya-hizmet-saglayicilar-1757> Erişim Tarihi: 22 Şubat 2024.
- Sayer, D. (2012). *Soyutlamanın Şiddeti: Tarihsel Materyalizmin Analitik Temelleri*, Çev. G. Çağalı Güven, İstanbul: Habitus.
- Schiller, H. (1997). The international commercialization of broadcasting, Der. Boyt-Barrett, O. ve Newbold, C., *Approaches to Media: A Reader* içinde, s. 193-200. Londra, New York, Sydney, Auckland: Arnold.
- Seve, L. (2013). Belirmenin Diyalektiği. B. Ollman ve T. Smith (Der.), *Yeni Yüzyılda Diyalektik* içinde, Çev. Ş. Alpagut, s. 123-139. İstanbul: Yordam.
- Smythe, D. (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism, *Canadian Journal of Political and Social Theory* (1) 3, s. 1-27.
- Sönmez, M. (2013). *Medya Kültürü Para ve İstanbul İktidarı*, İstanbul: Yordam.
- Sözeri, C. (2009). Türkiye'de medya sektöründe uluslararası şirket birleşmeleri, yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Sözeri, C. ve Güney, Z. (2011). *Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi*, TESEV Yayınları: İstanbul.
- Winslow, T. (2015). "'Internal relations' and Marx's 'materialist conception of history'" *Capital & Class* 39(1):95-110.
- Yaylagül, L. (2018). Herbert Schiller'in İletişim Kuram ve Araştırmalarına Katkısı, *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi* (26) 2, s. 11-23.