

“Türkiye’deki İzleyici ve Dinleyici Ölçümleri” konulu paneldeki
“Ölçme ve değerlendirme, temsil ve Sosyal Kontrol Sorunu”
başlıklı konuşmamdan.
14 Aralık 2007, İstanbul, Dedeman Oteli

Minarenin Kılıfları:

Rating, Temsil, Halka İstedliğini Verme, Otodenetim ve RTÜK

Bu yazıda, izleyici ratinginin temsil karakteri taşımadığı, “halka istediğini veriyoruz” iddiasının bir uyduru olduğu, medyada otosansürün aslında aşığılanması gereken bir sansür olduğu ve sosyal kontrolün gerekliliğı üzerinde duruldu.

Ekonomik ve siyasal yapıları ve ilişkileri ve bu yapı ve ilişkilerin bilincini ve davranışını satmak gerek ve bu amaçta endüstriyel yapılar için her yol mubahtır. Bu satışı yaparken kullanılan araçlardan en önde gelenlerden biri de televizyondur. Televizyonu bu amaçlarla kullananlar “*biz kendimize ve/veya gönülden ve mideden bağlı olduğumuz efendimize hizmet için, kendimize ve/veya efendimize faydalı olanı size işliyoruz, veriyoruz*” (= otodenetim) deme yerine, “*biz halka istediğini veriyoruz*” diyerek kandırma işi yapmakta ve gerçeğı saptırmaktadır. Kitle üretim ve dağıtım pazarının promosyonunu yapanlar, basın ve yayın araçlarından geçerek insanlara kitle endüstrilerinin istediğini verirken, kaçınılmaz olarak günümüzde gördüğümüz seviyesizliğe, aptallaştırmaya, bilişleri ve bilinçleri en ilkel seviyede tutmaya mecburdurlar; çünkü sahte ve yalanı satabilmenin ve yaygın bir hale getirebilmenin yolu, örgütlü baskılar yanında, budur. Kitle üretim pazarı üretimini ve dağıtımını, kendisi için değil insanların gereksinimlerini gidermek ve isteklerini yerine getirmek için yaptığını söylemek zorundadır. Endüstriyel yapıların diğer bir zorunluluğı da şudur: Düşünsel imajlar inşa ederek gerçeğı yeniden inşa eden pratiklere (sahtekarlığa, yalana, kandırmaya) karşı fikir üretenleri, halka istediğini vermeyen elitizmle, bölücülükle, komünizmle, tutuculukla, geleneksellikle, geri kalmışlıkla ve popülist olmakla suçlamaktır. Böylece, iyiyi ve doğruyu kötü ve yanlış göstermek isteyenlere karşı klişeleşmiş saldırılılar için sahte imajlar inşa edilir.

İki tür rating ölçme ve değerlendirme vardır. Birincisi reklam şirketleriyle televizyon şirketleri arasındaki reklam fiyatını düzenleyen izleyici ratingidir. İkincisi ise “akıllı işaretler” denen ve işlenmiş geri-zekalılığı verimli bir şekilde yeniden üretme sistemi olan içerik reytingidir.

İçerik Reytingi: Akılsız Akıllı İşaretler

İçerik ratingiyle, kurnaz bir şekilde televizyon içeriğiyle gelen modernlik ve çağdaşlık taslayan çöplük ve pislikleri sadece şiddet, açık-seçiklik ve uygun olmayan dil kullanımına indirgenmiştir. Keşke televizyonla ilgili sorunlar bunlar olsa sadece. Asıl sorun türlerin içeriğinin nasıl doldurulduğudur (örneğin sabaha kadın programları) ve bu türlerin içeriğinin (örneğin haberlerin içeriğinin haber olmayan haberlerle doldurulması, yoğun bir şekilde aptalca tüketim ve bu tüketimi destekleyen anlayışın, düşüncenin ve değerlerin pompalanması, insanca dayanışmayı, sevgiyi, anlayışı ve ilişkiyi ortadan kaldıran değerlerin işlenmesi gibi).

İçerik reytingi, medya ve reklam endüstrilerinin kendi çıkarını Türkiye’de “akıllı işaretler” ile koruma ve geliştirme biçiminde sistemidir. Böylece, sözde içerik hakkında bilgi vererek, aileler kontrollü tv izleyecekler. Bunun olmayacağını bunu yapanlar çok iyi bilmektedir. Tam aksine, içerik ratinginin bir promosyon işlevi gördüğünü de çok iyi bilmektedirler. Akıllı işaretlerin insanları engellemeyeceğini, tam aksine akıllı bir şekilde yönlendireceğini de bilmektedirler.

İçerik ratingi ile izleyicilere şu denmektedir: Hey, ne izleyeceğini seçmeyi bilmeyen aptal sürüsü, bak biz ne kadar sorumluyuz, ne kadar düşünceliyiz; sana akıllı işaretlerle programların içeriği hakkında bilgi veriyoruz. Ama sen, buna rağmen hala kendinin ve çocuğunun neyi seyredip neyi seyretmeyeceğine doğru karar veremeyecek kadar eblehsen, yazık sana. Medyayı suçlamayı bırak. Bilinçli izleyici ol. Biz senin “izle” diye boğazını sıkıyoruz. Sevmiyorsan, izlemezsin. Ben de diyorum ki: Yoruldum, vakit geçireyim diye televizyon seyretmek istiyorum. Ben bilinçli bir izleyiciyim (bilinçsiz olan var mı?). Bir kanalı açıyorum, çöplük. Diğerini açıyorum, çöplük. Hepsi çöplükle dolu. Ben bu çöplük yığınlarından birine takılıyor ve izliyorum. Ben bilinçli ve bilgili izleyici olsam veya olmasam ne fark eder, eğer televizyonlardaki hemen her şey çöplük ve pislikle doluysa? Dolayısıyla sorun eğitimsiz izleyicide mi yoksa farklı amaçlarla çöplük üreten çok eğitimlilerde mi? Kimin eğitilmesi gerekir: İzleyicinin mi yoksa bu çöplüğü üretenlerin mi?

Üzücü olan, Akıllı işaretlerle gelen İçerik ratingi yokken, televizyonda daha az şiddet, daha az sansürlü kelimeler, daha az insanların görmek ve duymak istemediği şeyler vardı. Ama akıllı işaretlerle, bunların gelmesi meşrulaştırıldı ve bunlar daha da arttı.

Özlüce, televizyondaki akıllı işaretler, Anadolu insanına hakarettir; kurnazca konmuş promosyon aletidir; izleyiciyi aşağılama ve suçlamadır; Eğer akıllı işaretler denen içerik rating sistemi gerekiyorsa, televizyon ve reklam endüstrileri, bu rating sistemini kendi üretiminde uygulayarak, çöplük ve pisliği üretmeyi durdurmalıdır. Eğer sigara öldürüyorsa, çözüm sigaranın üzerine sigara öldürür yazısını yazmak değildir, sigarayı üretmemektir. Sigaranın üzerine bir şeyler yazmakla veya tv ekranının üzerine akıllı işaretler denen kurnazlığı koymakla, serbest pazar edepsizce kendini sorumluluktan arındırmaktadır, kendini aklamaktadır.

İzleyici Ratingi: Pazarlanan İzleme

Tüm programlarda ticari başarıyı artırmak için rating yapma amaçlanır. Program türleri ve içerikleri bilinç ve davranış yönetimi işleyerek rating tutma ve artırma yemleridir.

İzleyici rating sistemiyle yapılan ölçme ve değerlendirme reklamcılarla televizyon şirketleri arasındaki ticari ilişkiyi düzenleyen bir mekanizmadır. Bazı akademisyenler ve medya endüstrilerinin savunucularının iddiaları uydurudur, geçersizdir.

Rating yarışı denen bilinç kirlenme yarışını ve seviyesizliği bırakıp, rating yarışını seviyeli program sunma yarışına dönüştürme olasılığı var mı? Bence bu olasılık küresel ve yerel şebekelerin gücü tarafından ortadan kalkmış durumdadır.

Ratingin Halkın İsteklerini Yansıtması Uydurusu

Rating sistemi ile yapılan ölçme ve değerlendirme Anadolu halkının isteklerini, arzularını, beklentilerini, zevklerini ve tercihlerini asla temsil etmez. Rating sistemi 2500 kadar izleyiciden alınan ölçmeler yoluyla reklam fiyatlarının belirlenmesi aracıdır. O kadar. Tüm programlarda ticari başarıyı artırmak için rating yapma amaçlanır. Program türleri ve içerikleri bilinç ve davranış yönetimi işleyerek rating tutma ve artırma yemleridir.

En aşağılık saldırı “izlemesinler, kimse onların izleyin diye boğazını sıkıyor” şeklinde sunulan aşağılık gerekçedir.

Büyük uyduru: “Halka istediğini veriyoruz”

Televizyonlardaki kalitesiz programcılık ve dolayısıyla kalitesiz ürüne neden olarak bazıları reyting yarışını, yani rekabeti vermektedir. Bazıları da “halkın istediğinin bu olduğunu” söylemektedir. Diğer bazılarına göre ise, izleyicilerin kalitesizliği programlardaki kalitesizliği getirmektedir, bu kalitesizlik reyting kaygısı ile daha da artmaktadır. Yukarıdaki iki gerekçe, örgütlü çıkar yapıları tarafından belirlenen tür seçme ve içerik doldurmayı meşrulaştıran geçersiz gerekçelerdir. Eğer medya profesyonelliğinin ürün üretim pratikleri kaliteyi üretme olsaydı, yani tercihleri toplumsal anlamlı içerikler üretme yönünde olsaydı, o zaman reyting yarışı daha kaliteli üretim yarışına dönerdi. Fakat medya dünyasındaki üretim, siyasal ve ekonomik pazar için oldukça işlevsel olan içerikleri üretim tercihi yönünde olduğu için, reyting yarışı da doğal olarak çöplük üretimi yarışı biçiminde olmaktadır. Bu işlevsel çöplük tercihi de, “halka istediği veriliyor” diye izleyiciyi hor gören ve aşağılayan bir gerekçeyle de desteklenmektedir.

Televizyonların halka istediğini verdiği iddiası en büyük sahte ve geçersiz iddialardan biridir. Halka istediği mi veriliyor? Yanıtı şu soruyla vereyim: Büyük bilim adamı Pavlovu düşünelim. Pavlov, köpeği istediği için mi zili çalıyor köpeğine yoksa köpeği üzerinde kurduğu kontrol mekanizmasını test etmek için mi? Ratingle ölçülen izleme seviyesi, Aydınlanma çağını çoktan bitirmiş ve bilgi toplumu çağına ulaşmış halkın kendisinden mi kaynaklanıyor?

NBC News eski başkanı, Reuven Frank’ın dediğine kulak verelim: Haber, halkın ilgi duyduğu mu yoksa halkın yararına, çıkarına olan mıdır? “Halka istediğini verme” işi, uyuşturucu madde satıcısının iddiasıdır. Haber, halkın duyuncaya kadar ilgilenip ilgilenmediğini bilmediği bir şeydir.

Bu son cümlemin anlamını ve halka istediğini vermeyi Revlon’ın başkanı Mitch Epstein oldukça açık bir şekilde şöyle belirtmektedir: Biz liderleriz, kadının ne isteyeceğine biz karar veririz. Bazen kadınlara sorarız, fakat onlar bize parlak eye shadow istediklerini söyleyemezler, çünkü böyle bir şeyi görmemiş ve duymamışlardır. Dolayısıyla, biz yarattık, onlara bildirdik, eye shadow için arzuyu, isteği, talebi yarattık." (Open Realite, p. 84)

Televizyonla Anadolu halkına verilenler belli öznel çıkarların istediğidir. Halkın istediği bu öznel çıkarların halktan geçerek yansımastır. Bunu televizyonlarda gördüklerimizden hareket ederek oluşturduğumuz şu sorularla açıklayalım:

1. Anadolu insanı “biz televizyonlarda erkek mi yoksa kadın mı olduğu belli olmayan sunucuların ve eğlendiricilerin olmasını istiyoruz” dediği için mi, televizyonlarda acayip erkeğimsiler (ve kadınımsılar) çocuklarımıza örnek insan tipi oluyorlar?
2. Anadolu insanı yarı Türkçe ve yarı inilizce “biz Huysuz Virgin” isteriz!” diye tepinip durduğu için mi Huysuz Virgin (yani, evde kalmış huysuz bakire) ve benzerleri var televizyonda? (Seks tabusunu kırıyorlar göya! Anadolu insanının düzeltmeyi bırakın, önce kendinizi düzeltin)
3. Anadolu insanı “biz dondurma yemek istemiyoruz, bizim ciddi seks sorunlarımız var, biz sapığız, biz dondurma ve çikolata gibi yiyeceklerle ve hatta içeceklerle oral seks yapmak istiyoruz” dedikleri için mi reklamlarda, örneğin dondurma ve çikolata yenmiyor, fakat dondurmayla ve çikolatayla oral seks yapılıyor?
4. Anadolu insanı “bırakın şu saçmalığı, meclis açıldı da ne demek; meclis start aldı deyin” dediği için mi haberlerde “start aldı” denerek halka istediği veriliyor?
5. Anadolu insanı “ya kardeşim, biz Türkçe isimli televizyon adı da istemiyoruz, biz Show, Star, NTV gibi isimler istiyoruz” dediği için mi bu televizyonların adı Türkçe bile değil?
6. Anadolu insanı hangi modacının, şarkıcının, sporcunun ve zenginin nerede kiminle “ne halt ettiğini bilmek” için yanıp tutuştuğu için mi, bu tür insanların nerede kiminle ne halt ettikleri televizyonlarda durmadan yayınlanıyor?
7. Anadolu insanı hadi “foxlayalım” dediği için mi TGRT FOX oldu?
8. Anadolu halkı, biz İngiliz, Alman, İtalyan ve İspanya liginde kimin kimi yendiğini ve puan durumunu bilmek istiyoruz, onları bilmezsek biz cahil kalırız, dediği için mi, haberlerde ve programlarda bu ülkenin zamanı bu tür haberlere ayrılıyor?
9. Anadolu insanı hayatın tadını insanlarla dayanışma, uyum, sevgi, anlayış, iyi ve duyarlı günlük ilişkiler içinde yaşayarak çıkartmak istemediği, onun yerine

“hayatın tadını, Colla Colla” diyerek, hayatın tadını ve anlamını midelerinden geçerek çıkararak basit hayvanlar olduğu için mi, reklamlarda insanlar hep yeme, içme, giyinme, gösteriş ve vekaleten-seksten geçerek hayatın tadını çıkartıyorlar?

10. Anadolu insanı “biz biraz da İspanyolca öğrenelim” dediğı veya “bizim İspanyol Harlem’indeki sefillerden farkımız yok” diye ağladığı için mi “Kola Turka” adıyla bir diğerk gazlı ve şekerli su hayatımıza renk ve tat katması için geldi?
11. Anadolu insanı insanlığını yitirmiş hunhar ve cani olduğu, mutsuz, yoksul, kötü ve perişan olduğu için mi, Avrupa Birliğine girilirse Türkiye’ye demokrasi, insan hakları, refah ve mutluluk geleceğı pompalanıyor bize?
12. Anadolu insanı “hey gazeteciler ve televizyoncular çalışan binlerce insanı işinden at, kalanları karın tokluğuna çalıştır, terör ve baskı kur, ardından da edepsizce “biz 70 milyonluk bir aieleyiz” diye bizi kandırmaya kalk, dedikleri için mi Züriyet gazetesi “biz yetmiş milyonluk bir aileyiz” diye propaganda yapıyor? Hangi aile çocuklarını ve aile fertlerini işten atar ve asgari ücret yoksulluğ ve işten kovma terörü altında yaşatır?
13. Biz tavuk pişirmeyi bilmiyorduk ve Amerikalılardan dış yardım istedik, onlar da bizi sıkıntıdan ve bu dar boğazdan kurtarmak için mi KFC’yi gönderdi? Öyle mi?
14. Bizim değerli olan ve övünülecek hiçbir yiyeceğimiz, içeceğimiz, giyeceğimiz, sanatımız ve insanımız olmadığı için mi biz değerimizi, statümüzü ve insanlığımızı Batının endüstriyel yapılarının materyal ve düşünsel ürünlerini transfer etmekten, kullanmaktan ve tüketmekten geçerek alıyoruz?
15. Bizim ülkemizde düşünen, yaratıcı olan, sanatı anlayan ve sanat yapabilecek kapasitede ve yetenekte insan olmadığı için mi, örneğın TRT logosu yabancılara yaptırılıyor?

Halka hizmet veren “özgürlüğün ve serbest girişimin, serbest rekabetin, halka hizmetin temsilcisi olan demokrasi şampiyonu televizyonlar”, Anadolu insanının yukarıdaki örneklerde verilen isteklerine göre programlar yaparak (düşünsel ve ilişkisel çöplük ve pislikleri sunarak) Türkiye’yi çağdaş enformasyon toplumu ve bilgi toplumu mu yapmaktadır?

Özlüce, aptallığı, aptalca tüketimi, aptalca ilgileri yücelten ve sürdüren “program” ve “haber” adı verilen bu çöplükler Anadolu insanının bilişine, dikkatine, ilgisine Anadolu insanı istediği için mi sunuluyor?

Televizyon ve reklam endüstrilerinde üretim yapanların takdire değer yaratıcılıklarını, dondurma veya Magnumla oral seks yapma gibi psikolojik oyunlarda kullanma yerine, ürünün gerçek karakterini sunma yönünde kullanma olasılığı var mı? Elbette var. Yeter ki riskler alınsın.

Televizyon ve reklam endüstrilerinin, izleyicileri pazarda yaşayan kandırılacak ve yönlendirilecek tüketiciler olarak görme yerine, toplumda yaşayan yurttaş, vatandaş ve insan olarak görme olasılığı var mı? Yanlışın doğru yapıldığı yerde, örneğin reklam dahil medya dünyasında, bu da çok riskli bir seçenektir.

Toplumsal kontrol, sansür ve RTÜK

Sosyal sorumluluğu sağlamak için toplumsal denetim kaçınılmazdır. RTÜK bu toplumsal denetimin gerçekleştirildiği (gerçekleştirmiyorsa, gerçekleştirmesi gereken) örgütlü yapıdır. Ama RTÜK sansür yapan bir dudağı yerde bir dudağı gökte olan çirkin bir dev, bir öcü olarak resmedilmektedir. Bu dev öldürülerek, yerine otosansür/otodenetim denen kurnazca uydurulmuş bir anlatı getirilmek istenmektedir. İnsanlar her an her tür ilişkilerinde sürekli olarak otosansür uygularlar. İfade edilmiş her davranış, zaten bir otosansür sonucudur. Seyrettiğimiz bir televizyon haberi veya herhangi bir televizyon programı zaten otosansürden geçmiş bir üründür. Dolayısıyla, otosansürün “devletin RTÜK yoluyla uyguladığı sansürcü baskıya alternatif” olarak sunulması gülünçtür, anlamsızdır, var olan medya uygulamalarının meşrulaştırılmasıdır. Aslında, toplumsal faydayı ortadan kaldıran sansürü kim uyguluyor? Asıl sansürcüler kimler? Asıl sansür örgütleri, bilinçleri belli yönde şekillendirme işini yapan reklam ve televizyon endüstrileri gibi şirketlerdir.

Şunun aslında çok iyi anlaşılması gerekir: RTÜK toplumun faydasını gözeten ve toplum adına sosyal kontrol mekanizması kuran ve uygulayan bir yapı anlamındadır. Otosansürü, çalıştıkları medya şirketinin patronlarının çıkarlarına göre yaparak ürün üretenlere işlerini sosyal faydaya göre yapmalarını biz izleyiciler ve okuyucular yapma gücüne sahip değiliz. RTÜK bunu bizim adımıza yapmakla yükümlüdür. Dolayısıyla, RTÜK televizyonların sosyal faydaya yönelik otosansür yapmaları için

müeyyideler uygulama sorumluluğu nedeniyle, öznel çıkarların egemen olmadığı, sosyal faydayı amaç olarak ele alan bir yönetim kadrosuna sahip olmalı ve güçlendirilmelidir.

Otodenetim: soğuk ve hunhar terörün sansürü

Televizyonda üretilen her ürün, karmaşık bir oto denetimin sonucudur. Bu oto denetimin beslendiği ve biçimlendiği temel de şirket sahiplerinin çıkarıdır. Dolayısıyla. televizyon içeriğini üretenlerin kaygısı sosyal sorumluluk değildir; toplum faydasına yönelik bir sorumluluk değildir. Ticari ve siyasal çıkarlar dünyasına yönelik bir sorumluluktur. Özlüce, otodenetim zaten daima vardı. Otodenetim nedir? Kurnazca uyduru tanımlamaların ötesinde, Otodenetim bitmiş-ürünü ortaya çıkartan iş yapış biçiminin egemen bir parçasıdır. Televizyonun günümüzdeki egemen doğasının nedeni, otodenetimin karakterinden dolayıdır. Yani, sorun, kurtarıcı olarak yüceltilen otodenetimidir. Çözüm ise, otodenetimin karakterinin değişmesidir.

Endüstrilerin öznel çıkarlarına uygun olarak her an ve her gün her tür üretim ve dağıtımda uyguladıkları yoğun engelleyici sansürler “serbest rekabet” diye yüceltilir ve korunur. Medya çalışanları üzerinde günlük pratikle ve yaratılmış iş koşullarıyla kurulan baskılarla oluşturulan sansür “otosansür” olarak isimlendirilir. Serbest kölenin efendisinin çıkarlarına uygun olarak davranması ve ürün biçimlendirmesi anlamına gelen bu ototsansür dehşet verici insanlık dramı olarak nitelenme yerine, post-modern demokrasinin arzulanan değerli bir özelliği olarak sunulur. Düşünsel ve materyal yoksun ve yoksul bırakma (sansür) üzerine kurulu endüstriler, kendi pisliklerine ve tehlikeli ürünlerine karşı toplumun şimdisini ve geleceğini koruyan haklı ve doğru politikaları daima özgürlüklerine karşı “sansür” olarak nitelemişlerdir ve nitelemeye devam edeceklerdir. İnsanların örgütlü yaşamlarında sosyal denetim daima vardı ve olacaktır ve önemli olan bu denetimin gerçek anlamıyla toplumun faydasına yönelik karakter taşımasıdır.

RTÜK veya herhangi bir toplumsal denetim yerine otodenetim alternatifi egemen yapılmaktadır. Otosansür olması gerektiği iddiası sahtenin kendini doğru ve haklı olarak sunmasından öte bir şey değildir. Otodenetim bitmiş-ürünü ortaya çıkartan iş yapış biçiminin egemen bir parçasıdır. Her televizyon ürünü daima bir otosansürün sonucudur. Dolayısıyla, medyada otodenetimin kendisi, ciddi bir

sorundur. Yani, sorun, kurtarıcı olarak yüceltilen otodenetimdir. Çözüm ise, otodenetimin karakterinin sosyal sorumluluk yönünde değişmesidir ki bu da hayaldir.

Eğer bu otosansür özel çıkarları gerçekleştirmek için değil de, toplumsal yarara göre yapılıyorsa, RTÜK gibi bir toplumsal denetim mekanizmasına gerek kalmazdı. Televizyon endüstrilerinin var olan pratiğinin doğasına bakarsak, toplum faydasına yönelik denetimi yapmak için RTÜK büyük ölçüde yetersizdir.

RTÜK gibi resmi ve resmi olmayan sosyal kontrol mekanizmalarının artması ve güçlendirilmesi gerekir ki iletişim medyasını yönetenler toplumsal sorumluluğa uygun ürünler üretmeye zorlanabilsin. Kontrolsüz öznel güç, özellikle günümüzdeki biçimiyle televizyon olduğunda, toplumun şimdisine ve geleceğine zarar verir.

Endüstrilerin öznel çıkarlarına uygun olarak her an ve her gün her tür üretim ve dağıtımda uyguladıkları yoğun engelleyici sansürler “serbest rekabet” diye yüceltilir ve korunur. Medya çalışanları üzerinde günlük pratikle ve yaratılmış iş koşullarıyla kurulan baskılarla oluşturulan sansür “otosansür” olarak isimlendirilir. Serbest kölenin efendisinin çıkarlarına uygun olarak davranması ve ürün biçimlendirmesi anlamına gelen bu otosansür dehşet verici insanlık dramı olarak nitelenme yerine, post-modern demokrasinin arzulanan değerli bir özelliği olarak sunulur. Düşünsel ve materyal yoksun ve yoksul bırakma (sansür) üzerine kurulu endüstriler, kendi pisliklerine ve tehlikeli ürünlerine karşı toplumun şimdisini ve geleceğini koruyan haklı ve doğru politikaları daima özgürlüklerine karşı “sansür” olarak nitelemişlerdir ve nitelermeye devam edeceklerdir.

Ekonomik ve siyasal yapıları ve ilişkileri ve bu yapı ve ilişkilerin bilincini ve davranışını satmak gerek ve bu amaçta her yol mubahtır. Bu satışı yaparken kullanılan araçlardan en önde gelenlerden biri de televizyondur. Bu aracı bu amaçlarla kullananlar “*biz kendimize ve/veya gönülden ve mideden bağlı olduğumuz efendimize hizmet için, kendimize ve/veya efendimize faydalı olanı size isliyoruz, veriyoruz*” (= otodenetim) deme yerine, “*biz halka istediğini veriyoruz*” diyerek kandırma işi yapmakta ve gerçeği saptırmaktadır. Kitle üretim ve dağıtım pazarının promosyonunu yapanlar, basın ve yayın araçlarından geçerek insanlara kitle endüstrilerinin istediğini verirken, kaçınılmaz olarak günümüzde gördüğümüz seviyesizliğe, aptallaştırmaya, bilişleri ve bilinçleri en ilkel seviyede tutmaya mecburdurlar; çünkü sahte ve yalanı satabilmenin ve yaygın bir hale getirebilmenin yolu, örgütlü baskılar yanında, budur. Kitle üretim

pazarı üretimini ve dağıtımını, kendisi için değil insanların gereksinimlerini gidermek ve isteklerini yerine getirmek için yaptığını söylemek zorundadır. Endüstriyel yapıların diğer bir zorunluluğu da şudur: Düşünsel imajlar inşa ederek gerçeği yeniden inşa eden pratiklere (sahtekarlığa, yalana, kandırmaya) karşı fikir üretenleri, halka istediğini vermeyen elitizmle, bölücülükle, komünizmle, tutuculukla, geleneksellikle, geri kalmışlıkla ve popülist olmakla suçlamaktır: Böylece, iyiyi ve doğruyu kötü ve yanlış göstermek için diğer sahte imajlar inşa edilir. Ekonomik ve siyasal yapıları ve ilişkileri ve bu yapı ve ilişkilerin bilincini ve davranışını satmak gerek ve bu amaçta her yol mubahtır. Bu satışı yaparken kullanılan araçlardan en önde gelenlerden biri de televizyondur. Bu aracı bu amaçlarla kullananlar “*biz kendimize ve/veya gönülden ve mideden bağlı olduğumuz efendimize hizmet için, kendimize ve/veya efendimize faydalı olanı size isliyoruz, veriyoruz*” (= otodenetim) deme yerine, “*biz halka istediğini veriyoruz*” diyerek kandırma işi yapmakta ve gerçeği saptırmaktadır. Kitle üretim ve dağıtım pazarının promosyonunu yapanlar, basın ve yayın araçlarından geçerek insanlara kitle endüstrilerinin istediğini verirken, kaçınılmaz olarak günümüzde gördüğümüz seviyesizliğe, aptallaştırmaya, bilişleri ve bilinçleri en ilkel seviyede tutmaya mecburdurlar; çünkü sahte ve yalanı satabilmenin ve yaygın bir hale getirebilmenin yolu, örgütlü baskılar yanında, budur. Kitle üretim pazarı üretimini ve dağıtımını, kendisi için değil insanların gereksinimlerini gidermek ve isteklerini yerine getirmek için yaptığını söylemek zorundadır. Endüstriyel yapıların diğer bir zorunluluğu da şudur: Düşünsel imajlar inşa ederek gerçeği yeniden inşa eden pratiklere (sahtekarlığa, yalana, kandırmaya) karşı fikir üretenleri, halka istediğini vermeyen elitizmle, bölücülükle, komünizmle, tutuculukla, geleneksellikle, geri kalmışlıkla ve popülist olmakla suçlamaktır: Böylece, iyiyi ve doğruyu kötü ve yanlış göstermek için diğer sahte imajlar inşa edilir.

Birkaç öneri

1. RTÜK akılsız Akıllı İşaretlerle getirilen meşrulaştırmayı ve oyunu anlamalıdır: Sorun ve çözüm izleyicide değildir. Sorun ve çözüm üreticidedir. Dolayısıyla, RTÜK, pazarlamacıların yaptığı izleyici araştırmalarından vazgeçmeli, onun yerine sürekli ve

yoğun bir şekilde “içerik incelemesi sistemi” kurmalı ve medyayı denetimini bu sistemden geçerek yapmalıdır.

2. Medyanın tekel olup olmadığına asla izleyici ölçümüyle karar verilemez. Böyle bir yasal yapılandırmanın amacı tekelleşmeyi engellemek değil, tekelleşmeye karşı alınacak tedbirleri çıkmaza sokmak, tedbir alınmasını engellemektir. Tekelleşmenin ölçüsü ekonomik sahiplikten geçerek yapılır. Dolayısıyla, yasal ölçü bu olmalıdır.

3. İzleyici Reytinginin Anadolu halkını temsil etmediği açıkça Rating şirketi tarafından belirtilmelidir. Aksini iddia ediyorsa, o zaman, örneklem süreçleri ve örneklemeyle ilgili bütün bilgileri RTÜK’e veya RTÜK’ün belirlediği bağımsız bir istatistikçi kuruluna sunmalıdır ki gerçekten temsili olup olmadığı kontrol edilebilsin. Bunu yapmadığı sürece, rating şirketi “temsil etmediği” ibaresini kullanması zorunlu tutulmalıdır. (İstanbul’daki toplantıda zaten bunu belirttiler.)

4. İzleyici reytinginin “sadece kimi neyi ne kadar izlediğini” ölçtüğünün açıklanması ve bunun Anadolu halkının sevelerini, yönelimlerini, düşüncelerini ve isteklerini temsil etmediğinin açıkça ve görünür ve bilinir şekilde kamuya açıklanması. (İstanbul’daki toplantıda bunu da belirttiler) (Bunun sadece halkın değil, özellikle akademik dünyanın da bilmesi gerekir ki “temsil çığırkanlığı” işinden vazgeçsinler.)

5. Reytingden hareket ederek “halka istediğinin verildiği” iddiasından da vazgeçilmeli, çünkü halka istediği verilmemektedir; halk ona verilenler arasından seçmektedir. Bu da reytingi oluşturmaktadır. Bunun da ilgili taraflarca kabullenilmesi ve kamuya açıklanması, kamunun bilgilendirilmesi gerekir.

6. Otosansürün kendisinin zaten ürünün biçimlendirilmesinde yansıyan kurumsal baskıları ve çıkarların ifadesi olan bir sansür olduğu, dolayısıyla, otodenetimin çözüm değil sorun olduğu kabullenilmeli. Çözümün toplumsal denetim mekanizmalarıyla olacağı benimsenilmeli. RTÜK’ün bu mekanizmalardan biri olduğu benimsenmeli ve onun yanında devlet organlarına ve medya çıkar gruplarına bağlı olmayan günümüzde sivil toplum örgütleri denilen “medyada sosyal sorumluluğu sağlamak için örgütlenmiş baskı guruplarının” oluşturulması yolları aranmalıdır.

NOTLAR

(NOT: RTÜK'ün 2007 Aralık ayında düzenlediği paneldeki konuşmamda farklı şeyler de söyledim, ama, hatırlamıyorum. Hatırladıklarımı not olarak ekledim. İstanbul'un herhalde tüm televizyonları oradaydı. Çekimler yaptılar, ama, istedikleri şeyler söylenmediği için SANSÜR uygulayarak, yok sayıp haber yapmadılar. Her zamanki haber olmayan haberlerini yaptılar. İşte buna profesyonellik denir: Efendinin ve kendinin çıkarına uygun olmayanı asla haber yapmazsın.)

Toplantıda, ben konuşurken, İstanbul'da kurulmuş egemen çıkar ve yalakalık ilişkileri karakterine uygun olarak davranan bazı akademisyen bozuntuları, laf atma terbiyesizliğine başladılar. Sahtekarlığıyla bilinen ve bu sahtekarlığı nedeniyle televizyonlarda iş verilen bir şarlatan, doğruları söylemem karşısında sinirlenerek "sen marksistsin" dedi, ben de Marks'ın verdiği yanıtı verdim "Ben Marksist falan değilim." Terbiyesizliklerine devam ettiler bir süre. Sonra da ara verildiğinde ikinci oturumda konuşmacı olan arkadaşlarına söylemesi gerekenle ilgili direktifleri verdikten sonra çekip gittiler.

Çözüm ne diye soruldu hep. Klasik soru. Ben de televizyondaki çöplük ve pislikleri üretenlerin çok yaratıcı olduklarını ve bu yaratıcılıklarını iyi şeyler yaparak kullanabileceklerini söyledim: Çözüm bu çöplük ve pislikleri üretmemektir. Bu çöplük ve pislikleri ürettiklerini biliyorlar mı? Çözümüm bu çöplük ve pislikleri üretmeme olduğunu biliyorlar mı? Domuz gibi biliyorlar.

Bu aşağılık mahlukların, benim bütün konuşmamdan anladıkları ve anlamak istedikleri, "adam bize domuz dedi" diye şikayetler olmaktadır.

Bu şarlatanlara göre ben kendi değer yargılarımı sunuyormuşum.

Ben değer yargılarını sunmuyorum. Ben çirkin gerçekleri sunuyorum.

Bu şarlatanların "değer yargısız" sunumuna gelelim. Dışarıda şarlatanlar ve alçaklar birlikte konuşmuşlar, karar vermişler ve bu karara göre şöyle diyor adam: Ben televizyonla ilgili başka hiçbir çözüm düşünemiyorum. Çözüm izleyiciyi eğitmektir. Bilinçli izlemesini ve tercihini sağlamak.

Bir başka şarlatanın sunduğu çözüm, sunulan en aşağılık çözümlerden biridir: Sevmiyorlarsa seyretmesinler.

“Bu pislikleri üretmeyin” dediğim halde, benim çözümümü değer yargısı olarak düşünen ve “Ben izleyiciyi eğitmekten başka bir çözüm düşünemiyorum” diyen kişiler bunu neden der? Birkaç neden sunalım:

- 1) Bilmiyordur, ona böyle öğretmişlerdir. Dolayısıyla, zamanla öğrenir doğruyu.
- 2) Başka bir çözüm düşünecek zekaya sahip değildir.
- 3) Düşünme özürdür.
- 4) Kafası basmıyordur. Kafası ancak bu kadar basıyordur.
- 5) Kurnaz propagandistlerin sunduğu bu çözümün ne anlama geldiğini bilmeyecek kadar mankadır.
- 6) Bu çöplük ve pislik üretiminden çıkar sağlıyordur.
- 7) Bu çöplük ve pislik üretimiyle yapılan biliş işfal şebekesinin bir parçasıdır.
- 8) Efendilerine yalakalık yaparak, “belki bana da sofrasındaki artık kemiklerden biraz verir” diye düşünen Makyavellinin torunlarından biridir.
- 9) Toplumsal sorumluluğu kendi çıkarından ve midesinden geçerek tanımlayan şerefsizlerden biridir.
- 10) Birinci şıkkın haricinde, hepsi.
- 11) Diğer: (siz kendi seçeneğinizi koyun)

Ben diyorum ki, evdeyim, yorgunum, biraz rahatlamak ve dinlenmek işçin televizyon seyretmek istiyorum. Bir kanalı açıyorum, çöplük. Diğerini açıyorum, çöplük. Hepsi çöplük. Bu çöplükler arasından birini seçip seyrediyorum mecburen. Şerefsizler de bana diyor ki: Seni eğitelim de bilinçli izleyici ol ve bilinçli seyretme tercihleri yap. Şerefsizler diyor ki “eğer sevmiyorsan, seyretme, kapat televizyonu.” Siz ne diyorsunuz?

Öğrendiklerim (bunları sürekli yeniden öğreniyorum) :

Hemen her seferinde olduğu gibi, dürüst olmayan insanlar kendi duymak istediklerinin duymayınca, ciddi şekilde rahatsız oluyorlar.

Bu tür insanların istedikleri doğruyu duymak olmadığı için, kudurmakta ve çamur atma işine girmektedir.

Bu tür insanlar dürüst olmadıkları için, söylediklerinizdeki gerçekleri görmezlikten gelmekte ve kendi çıkarlarına uygun yanlar bulup konuyu saptırmaktadır.

Bu tür insanlar insan ile hayvan arasında kalmış, insan ve hayvana ait olmayan alçak ve aşağılık dürtülere, düşüncelere, davranışlara, emellere sahip olan "hayvanımsı-insanımsı" (hayvan değil ama hayvana benziyor, insan değil ama insana benziyor; sadece benziyor) karakterlere sahiptir.

Haksız ve kötü güç karşısında doğruyu yaparsan, dışarıda bırakılırsın.