

HAKAN ERGÜL - EMRE GÖKALP  
İNCİLAY CANGÖZ  
“Medya Ne Ki... Her Şey Yalan!”

İletişim Yayınları 1777 • Araştırma-İnceleme Dizisi 298

ISBN-13: 978-975-05-1075-5

© 2012 İletişim Yayıncılık A. Ş.

1. BASKI 2012, İstanbul

*EDITÖR* Tanıl Bora

*DİZİ KAPAK TASARIMI* Ümit Kıvanç

*KAPAK* Suat Aysu

*KAPAK FOTOĞRAFI* Züleyha Özbaş

*UYGULAMA* Hüsnü Abbas

*DÜZELTİ* Cem Tüzün

*BASKI* ve *CILT* Sena Ofset · SERTİFİKA NO. 12064

Litros Yolu 2. Matbaacılar Sitesi B Blok 6. Kat No. 4NB 7-9-11

Topkapı 34010 İstanbul Tel: 212.613 03 21

**İletişim Yayınları** · SERTİFİKA NO. 10721

Binbirdirek Meydanı Sokak İletişim Han No. 7 Çağaloglu 34122 İstanbul

Tel: 212.516 22 60-61-62 • Faks: 212.516 12 58

e-mail: iletisim@iletisim.com.tr • web: www.iletisim.com.tr

HAKAN ERGÜL - EMRE GÖKALP  
İNCİLAY CANGÖZ

# “Medya Ne Ki... Her Şey Yalan!”

Kent Yoksullarının  
Günlük Yaşamında Medya



**INCILAY CANGÖZ** Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Basın ve Yayın Bölümü mezunu. Yüksek lisans ve doktorasını aynı üniversitede tamamladı. New York Üniversitesi Medya, Kültür ve İletişim Bölümü'nde bir yıl misafir öğretim üyesi olarak çalıştı. Anadolu Üniversitesi'nde öğretim üyesi olarak çalışmaya devam ediyor.

**HAKAN ERGÜL** 1972 Kayseri doğumlu. Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi'nden mezun oldu. Doktorasını Tohoku Üniversitesi, Uluslararası Kültürel Çalışmalar Enstitüsü'nde (Japonya) tamamladı. Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde öğretim üyesidir.

**EMRE GÖKALP** 1971 yılında Ankara'da doğdu. Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nde lisans ve yüksek lisans eğitimini tamamladı, Ankara Üniversitesi'nden "İletişim" doktoru olarak 2004 yılında mezun oldu. Anadolu Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nde öğretim üyesi olarak çalışmaktadır.

## İçindekiler

TEŞEKKÜR .....	9
GİRİŞ .....	11
Yoksul hanelerde medya.....	14
Hangi yoksullar?.....	17
Orta boy kentler ülkesinde yoksulluk ve medya: Eskişehir örneği.....	19
Sahadan notlar.....	21
BİRİNCİ BÖLÜM	
YOKSULLUĞU DİNLEMEK, İZLEMEK, KONUŞMAK.....	25
Sahanın sesi.....	28
Yoksulların gözünden yoksulluk.....	34
Yoksulluk ve medya ya da önce medyada yoksulluk.....	38
Yoksullar: “Biz yoksul değiliz!”.....	43
“Buna da şükür!”.....	47
Yoksulların yoksulluk algısı.....	49
Medya yapısı ve televizyon ekranına yansı (ma)yan yoksulluk.....	53
TV’den yansıyan hayatlar: “O bizim değil, televizyonun gerçeği!”.....	54
Yarışmalarda yarışamayanlar! “Yemek programına istesem de katılamam. Katılsam zaten bu evimi gösteremem”.....	58

<i>Yardım programları: “Yardım etmek güzel bir şey de, (bunun) televizyonlarda show programı gibi olması hiç hoşuma gitmiyor.”</i> .....	60
“Cep to cep” yoksulluk.....	62
Yoksulluk kontörsüzlüktür! ya da kontörsüzlükle baş etme stratejileri.....	65

## İKİNCİ BÖLÜM

<b>YOKSULUN HANESİNDE MEDYA</b> .....	69
Hanenin kuruluşunda geleneksel ve yeni medya.....	71
İçerdeki pencere: Ekranın vazgeçilmezliği.....	71
Ne televizyonla, ne televizyonsuz: “Yeter!.. Bu alet yüzünden sohbet edemiyoruz!”.....	74
“Hep bakarız işte, ne yapalım...”.....	77
Olan-bitenin öyküsü: Bilgi kaynağı olarak haber.....	80
Televizyon dizileri ve fantastik olanın büyüü: “Medya ne ki! Her şey yalan!”.....	84
Televizyonu dinlemek, ekranı okumak: “... watı düşük olduğu için çok yakmıyo.”.....	94
Dinlenebilir bir araç olarak televizyon.....	95
Okunabilir bir araç olarak televizyon.....	97
Bir iş ve işçi bulma kurumu olarak medya.....	98
Gazete: İster şapka yap, ister “oku da kültürün artsın!..”.....	99
Farklılıklara fark atan medya: Hâkim medyanın herkese uyan bedeni.....	103
Magazin söylemi ve tabloidleşme, <i>infotainment</i> : “Şok şok şok!.. Köpek kayboldu!”.....	105
Var mısın, yok(sul) musun: “Bizim gibi fakirlerin evine kim gelsin”.....	109
Öteki kimlikler ve medya tüketimi.....	115
<i>Eskişehir ailesinin (yerelin) sınırları: “Bana ne Ankara’dan, Sivas’tan! Ben burayı merak ediyom!”</i> .....	120
Dijital uçurum tartışmaları ve yoksulluk.....	122
Yoksulun İnternet ile imtihanı: “Bi Almanya’daki kardeşime öğretemedik MSN’i!”.....	128

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

<b>YOKSUL HANELERDE MEDYANIN CİNSİYETİ</b> .....	137
Yoksulluk habitusunda cinsiyet rejimi .....	138
İçimize işleyen cinsiyetçi işbölümü .....	145
Annelerden kızlarına öğütler .....	148
Ekranın cinsiyeti: Toplumsal cinsiyet, televizyon izleme pratiklerine nasıl yansıyor? .....	150
Haberler: Erilin ve “gerçeğin” kesişen iktidarları .....	153
Gazete: Yoksul kadın için uzak bir ada .....	156
Kadınların dizi ilgisi: “Komik, böyle aile dizisi falan ... hep gülmek isterim, hep neşe içinde.” .....	160
Gündüz kuşağı programları .....	168
Yoksul mahallelerde sokaklar: “Alçak duvarlı” özel alanlar... ..	169
Telegörsel sokak ve “kadın programları” .....	173
Mahremiyet ile boyun eğmek arasında kadın: “Her şeyi idare edeceksin...” .....	175
Ulaşılamayan duraklara seyahat: Kadın ve/veya erkek kimliğinin kuruluşu .....	177
Ege: “Ben keskin nişancıları severim” .....	182
Hegemonik erkeklik mekânı olarak dijital oyunlar .....	183
Dişil bedenin inşası: “Büş büş kozmetik, bitmeyen güzellik!” .....	185

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

<b>SONUÇLAR VE TARTIŞMA</b> .....	191
Yoksulların yoksulluk algısı ve medyanın yoksulluğu .....	192
Hanenin kuruluşunda medya .....	195
Medyanın cinsiyeti .....	202
<b>KAYNAKÇA</b> .....	209





## TEŞEKKÜR

Bu kitap, bir fikre dayanıyor. Bu fikrin önce bir projeye, ardından uzun erimli bir saha çalışmasına ve nihayet bir kitaba dönüşebilmesi, pek çok kişinin ve kurumun desteğiyle mümkün olabildi. Fikrimize inanan ve bu çalışmayı bir araştırma projesi olarak destekleyen TÜBİTAK'ın değerli katkısını ilk olarak anıyor ve teşekkür ediyoruz. Kurumsal desteğin diğer ucunda yer alan ve süreci başından sonuna destekleyen Anadolu Üniversitesi Rektörlüğü'ne, İletişim Bilimleri Fakültesi'ne ve Edebiyat Fakültesi'ne müteşekkirimiz.

Saha çalışması, çok sayıda kişinin ortak çabasıyla gerçekleşti. Projemizin danışmanlığını üstlenen Ali Ergur, saha çalışmamız boyunca desteğini ve zamanını bizlerle paylaştı; kendisine teşekkürü borç biliyoruz. Anket uygulamasının yanı sıra, hane-içi gözlemlerde ve görüşmelerde görev alan Gülsüm Çalışır, idari işlerde de hep yanımızda oldu. Züleyha Özbaş ve Ö. İlke Şanlier-Yüksel hane-içi hayatları gözlemledikler, çok sayıda görüşme gerçekleştirdiler, öneri ve yorumlarını esirgemediler. Asuman Kaya ve Erhan Akarçay gözlem verilerinin toplanmasında emeklerini ve zamanlarını

paylaştılar. Sevgili öğrencilerimiz Eren Ekin Ercan ve Zeynep Çınar anket çalışmasına katkı sundular. Niceliksel verilerin anlamlı tablolara dönüşmesinde Temmuz Gönç-Şavran'ın çabası çok değerlidir. Geriye dönüp baktığımızda gülümseyerek andığımız, hepimiz için öğretici bir saha çalışması gerçekleştirebildiysek, saydığımız isimler sayesinde. Sonsuz teşekkürler!

Aklımızdan geçenleri bir araştırma önerisine dönüştürürken ilk taslaklarımızı Özden Cankaya ve Nadir Suğur okudular. Projenin tamamlanmasının ardından bir adım daha atmamız gerekiyordu: Elimizdeki araştırma raporunu bir kitap formuna dönüştürmek. Bu aşamada Aksu Bora'nın, Tanıl Bora'nın ve Ümit Atabek'in özenli okumalarının, zihin açıcı sorularının ve eleştirilerinin katkısı büyüktür. Samimi destekleri ve ciddi emekleri için kendilerine çok teşekkür ediyoruz.

Sahanın seçiminde Tepebaşı Belediyesi'ne, hanelerin seçiminde ve karşılaşılan kimi güçlüklerin aşılmasında ise Yıldıztepe ve Gültepe mahalle muhtarlıklarına müteşekkirimiz.

En büyük teşekkürü kapısını çaldığımız haneler hak ediyorlar, elbette. Bu mütevazı çalışma, bizlere evlerini, dertlerini, umutlarını ve sırlarını açan o çocuklara, annelere ve babalara adanmıştır.

## GİRİŞ

“Oucha Mbarbk’e çok paran olsa ne yapardın, diye sorduk. Daha çok yiyecek alırdım, dedi. Peki, daha da çok paran olsa ne yapardın, diye sorduk. Daha lezzetli yiyecekler alırdım, diye cevapladı. Evindeki televizyonu ve diğer yüksek teknoloji ürünlerini gördükçe, hem Mbarbk, hem de ailesi adına kendimizi sahiden kötü hissetmeye başlamıştık. Ailesinin yiyecek yemeği olmadığını bile bile ne diye bütün bu aletleri almıştı ki? Güldü, ‘iyi ama televizyon yemekten daha önemli!’ dedi” (Banerjee ve Duflo, 2011: 6).

Mbarbk, Fas’ın kırsal kesiminde yaşıyor. Bu bölgede yaşayanların çoğu gibi, yılda yaklaşık yüz gün çalışarak (yetmiş günü tarım, otuz günü inşaat sektöründe), arta kalan zamandaysa iş arayarak yaşamını sürdürüyor. Yaşadığı evde su olmadığı gibi, herhangi bir sıhhi tesisat da yok; zaten komşu hanelerde de yok. İş imkânlarının bu kadar sınırlı olduğu bir coğrafyada çocukların eğitimi için gereken parayı bulabilmek de aileler için çileli bir çabayı gerektiriyor. Kısacası, hanelerde “yok”ların sayısı epey yüksek. Ama bu yoklar

listesinde televizyon seti, parabolik anten, DVD oynatıcı ve cep telefonu yer almıyor: Çünkü evlerin hepsinde bunlardan birer tane var.

Banerjee ve Duflo'nun "Dünyada Bir Milyar Kişiden Fazlası Aç" başlıklı makalelerinin sonuna ekledikleri bu gözlem notu, bizim çalışmamızın sahasıyla da, temel meselesiyle de yakından ilişkili. Yazarların "bunca yoksulluk varken!" diye çevirebileceğimiz şaşkınlıklarına ve serzenişlerine biz de yabancı sayılmayız. Saha notlarımızı karıştırsak hiç zorlanmadan Mbarbk'in yerini alabilecek başka isimler, aileler bulabiliriz. Yoksulların günlük yaşamda medyayla ilişkilerini inceleyen araştırmamızda<sup>1</sup> ilk şaşkınlığımızı, anket çalışmasında yaşadık. İki yoksul mahallede gerçekleştirdiğimiz yüz yüze anketler yoluyla, hanelerin iletişim araçlarına sahiplik düzeyini, en çok tercih edilen iletişim kanallarını ve medya içeriklerini öğrenmeye çalışmıştık. Anket sonuçları ulaştıkça şaşkınlığımızın düzeyi de arttı. Çünkü biz de, tıpkı adı geçen makalenin yazarları gibi, elle tutulur, gözle görülür, taş gibi bir yokluğun ve yoksulluğun ortasında medya tüketimine dair gördüğümüz ne varsa, önce zihnimizdeki "temel ihtiyaçlar" listesiyle karşılaştırıyorduk. Bir hanede iyi kötü çalışan bir televizyon seti bulunmasını makul karşılayabiliyorduk. Ama o listede ikinci bir televizyona, gelişmiş cep telefonu modellerine, yüksek hızlı İnternete, arayanın bilgilerini görebildiğiniz *caller ID*'li ev telefonuna ya da bir DVD oynatıcıya yer bulmakta epey zorlanıyorduk.

Şaşkınlık kısa sürdü. Araştırmanın ikinci aşamasında, yoksul hanelerde gerçekleştirdiğimiz altı ayı aşan etnografik gözlemlerimizden çok şey öğrendik. Her şeyden önce saha bize zihnimizdeki ihtiyaçlar listesinin biraz mevcut yok-

1 Bu kitapta yer alan veriler, 2008-2010 yılları arasında Eskişehir'de gerçekleştirilen ve TÜBİTAK-SOBAG birimi tarafından (107K400 nolu araştırma projesi) desteklenen "Yoksulların Günlük Yaşamında Medya: Eskişehir Bağlamında Bir Alan Araştırması" başlıklı projeye dayanmaktadır.

sulluk literatüründen, biraz basmakalıp yargılardan ödünç alınmış, konfeksiyon işi bir liste olduğunu gösterdi. Yoksul haneleri dinledikçe, gündelik yaşamlarına katıldıkça, olan biteni anlamlandırabilmek için yalnızca gözleyen değil, gözlemlenenin de müdahil olduğu, haneden haneye benzerlikler ve farklılıklar içeren, daha terzi işi bir liste yapmanın gerekliliğine inandık. Orada, yukarıda saydığımız iletişim araçlarının her biri kendine geniş bir yer açtı, önem sırasında yukarılara tırmandı. Bugün dönüp o listeye baktığımızda, yukarıda andığımız makalenin alt başlığında yer alan soruyu, biz de kendimize soruyoruz: “Peki, ya uzmanlar yanılıyorlarsa!”

Yanılığ, mavi gezegenin farklı coğrafyalarında açlık sınırının altında yaşayanların sayısı ile ilgili değil. Sorun, yoksulların günlük yaşamlarına standartlaşmış ölçütler üzerinden bakanların kuş bakışı tarif ettikleri “acil ihtiyaçlar” ile yoksulların günlük yaşamlarında yokluğunu tahammül edilmez buldukları arasındaki farkla ilgili. Böyle bir fark var ve bu fark ancak sahaya girdiğinizde, haneden içeri adım attığınızda anlaşılır bir hal alıyor. Bir esnaf lokantasında bulaşıkçı olarak çalışan, fazla mesai yaptığı her saat başına 1.5 TL ek ücret kazanan bir babanın, kirasını ödemekte bile zorlanırken, bir bilgisayara ve İnternete sahip olabilmek için göze aldığı güçlük, ancak o hanenin duvarları arasında açıklanabilir bir seçime dönüşüyor. Arama yapabilmek için kontörü olmasa da üst model bir cep telefonuna sahip olan –bu arada bizim telefonlarımızı da modası geçmiş bulan– bir kız çocuğunun yaşadığı gururla karışık sembolik doyum, bir anketin sağlayabileceğinden fazlasını söylüyor. Bu geçici tümlük halinin ve kudret duygusunun bir ucu toplumsal eşitsizliklerden en fazla etkilenenlerin, bir türlü erişemedikleri bir toplumsal statüye eklemleme algısına değişiyorsa (bkz. Özcan ve Koçak, 2003), bir ucu da, Çelik’in (2010: 64-5) ifadesiy-

le, “melankolik huzursuzluğun akıtabileceği” bir mecra arayışına ve nihayet “başka bir kendilik hikâyesi yazma” çabasına uzanıyor olmalı.

Yoksunluğun bütün ağırlığıyla çöktüğü gündelik hayatlarda yüreklerdeki bungunluğa bir çare arayışı ile bir teknolojiye sahip olma güdüsü arasındaki duygulanımsal ilişkiyi –ki bu, tecimsel dünyada tüketime tahvil edilebilen, “verimli” bir ilişkidir–, rasyonel bir açıklamayla kavramak olanaksız. Yoksulun dünyasında bir iletişim teknolojisinin varlığıyla neyi örttüğü, yokluğunda neyi belirginleştirdiği, hissedilen hangi eksikliğe karşılık geldiği ve ne vaat ettiği, aracı kullananların *habitusunda* gezinmeyi gerekli kılıyor.

Biz de bu çalışmada, Türkiye’de giderek kalıcı bir görünüm sergilemeye başlayan kentsel yoksulların (Işık ve Pınarcıoğlu, 2001) medyayla ilişkilerine, medyanın hane ortamında kültürel tüketimine odaklanıyoruz. “Yoksulun hanesinde ve günlük yaşamında medya nerede duruyor?” sorusuna yoksulların perspektifinden yanıt arayan bu kitabın, Türkiye’de uzun süre ihmal edilen iki alana, “medya ve yoksulluk ilişkisi” ile “izleyici/aile etnografisi” alanlarına yönelik bilgi üretme çabası olarak görülmesini diliyoruz.

## **Yoksul hanelerde medya**

Medya, tıpkı yoksulluk gibi, çalışmamızın kilit kavramlarından birini oluşturuyor ve yalnızca televizyon, gazete, radyo gibi konvansiyonel iletişim araçlarını değil, İnternet ve cep telefonu gibi “yeni medya” kavramıyla sınıflandırılan araçları da içine alıyor. Kitle iletişiminden ve medya müdahalesinden bağımsız bir kamusal/sosyal alandan artık söz edemediğimiz kent yaşamında, iletişim araçlarının içeriklerini, üretim, dağıtım ve tüketim stratejilerini birbirinden yalıtarak incelemenin olanaksız olduğunu düşünüyoruz. Bu ne-

denle çalışma boyunca teknolojik belirlenimci, araç merkezli bir indirgemecilikten olabildiğince uzak durmaya çalıştık. Hane üyelerinin söz konusu iletişim kanallarıyla ilişkilerini, tematik başlıklar altında, bir arada değerlendirmeye özen gösterdik.

Çalışma sahamızı, kentli yoksul haneler oluşturuyor. Sahayı yoksul bireylerle sınırlamak yerine hanenin bütününe bakmak, bu araştırmanın temel meselesi açısından önemli. Çünkü hane, yalnızca adına günlük yaşam denilen performanslar bütününe en önemli ve karmaşık sahnelerinden biri değil, yoksulluğun da en derin biçimde yaşadığı yer (bkz. Ocak, 2002; Şenol-Cantek ve Cantek, 2001). Nicel bir sorgulamayı haneler üzerinden yapmanın aylık gelir, mülkiyet, ortak yaşam koşulları, sosyodemografik özellikler gibi paylaşılan şeyler/kimlikler hakkında bilgi edinebilmek, genellenebilir bulgulara ulaşabilmek bakımından işlevsel olduğu açık.