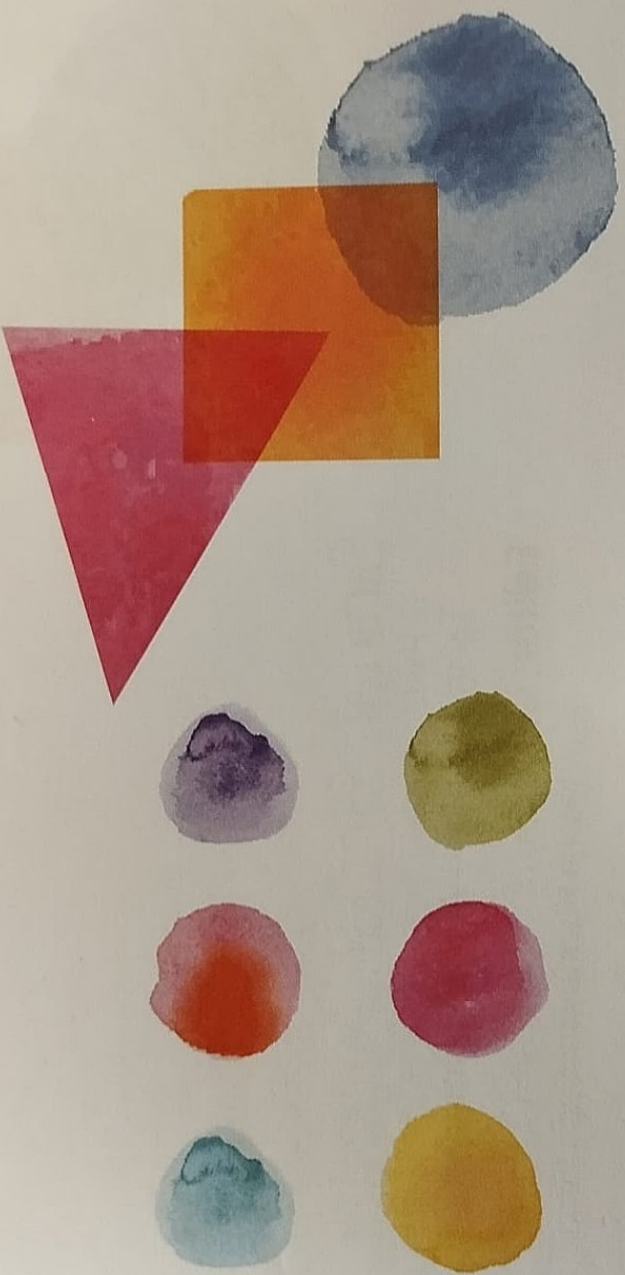




Sınıflar, Sınırlar, Ayrımlar

III. Pierre Bourdieu Sempozyumu
Sempozyum Özet Kitabı

14-15 Nisan '16 - Akdeniz Üniversitesi

www.pierrebourdieu.com
bilgi@pierrebourdieu.com



ar, Sınıflar, Ayrımlar
e Bourdieu Sempozyumu Özet Kitabı
Nisan '16 - **Akdeniz Üniversitesi**
Özgür Arun & Burak Özçetin
Yayına Hazırlayan: Çağrı Elmas

1.Baskı, Antalya, 2016
ISBN: 978-605-83588-0-5

III. Pierre Bourdieu Sempozyumu
www.pierrebourdieu.com
bilgi@pierrebourdieu.com

MELTEM
OZALİT - FOTOKOPİ
KİTABEVİ

evi basım merkezinde basılmıştır.
Tel : 0242 238 30 77
info@meltemozalit.com

Sempozyum Bilim Kurulu

Feyza Ak Akyol | Galatasaray Üniversitesi
Alim Arlı | İstanbul Şehir Üniversitesi
Özgür Arun | Akdeniz Üniversitesi
Bariş Büyükokutan | Boğaziçi Üniversitesi
Özgür Budak | Ege Üniversitesi
Güney Çeğin | Pamukkale Üniversitesi
Emrah Göker | Koç Üniversitesi
Ertan Kardeş | İstanbul Üniversitesi
Vefa Saygın Öğütle | Muğla Üniversitesi
Nazlı Ökten | Galatasaray Üniversitesi
Burak Özçetin | Akdeniz Üniversitesi
Nadir Suğur | Anadolu Üniversitesi
Ümit Tatlıcan | Adnan Menderes Üniversitesi
Levent Ünsaldı | Ankara Üniversitesi

Bu kitap,

III. Pierre Bourdieu Sempozyumu için sunulmuş
içermektedir. Bildiri özetleri, organizasyon ekibi
sempozyum programına uygun şekilde sıralanmış
yer alan bildiri özetlerinin hakları yine yazara aittir.
Bildiri metinlerindeki hata, anlam bozukluğu
metin yazar(lar)ı sorumludur.

Sınırlar, Sınıflar, Ayrımlar

X. Oturum

Tezcan Durna

Türkiye'de Gazeteciliği Bir 'Alan' Olarak Yeniden Düşünmek

Deniz Tansel-İlci

Medya Alanında İşe Alım Sürecinde Kültürel ve Sosyal Sermaye Temelli Eşitsizlik

Aksu Akçaoğlu

AKP Döneminde Siyaset Alanında Ayrımlar, Konumlar ve Sembolik İktidar

Zuhal Emirosmanoğlu

Çeviribilim Sosyolojisine Doğru: Bourdieu Sosyolojisiyle Türkiye'de Çeviribilim Alanını Düşünmek

Sınırlar, Sınıflar, Ayrımlar
III. Pierre Bourdieu Sempozyumu Özet Kitabı

Türkiye'de Gazeteciliği Bir "Alan" Olarak Yeniden Düşünmek Tezcan DURNA*

Seksenlerin ortasından itibaren meslektan olmayan sermaye gruplarından basına olan yatırım ilgisinin artması ve doksanların başında özel televizyon ve radyo kanallarının açılmasına izin veren düzenlemelerin yapılması, Türkiye medyasında endüstrileşmeye doğru bir evrilmeyi de beraberinde getirmiştir. Ekonomik alandaki neoliberal politikaların iletişim politikalarına da uygulanması bu evrilmeyi tetiklemiştir. Endüstrileşmeyle beraber ortaya çıkan yeni yayıncılık ve habercilik pratikleri medyanın meşruiyetinin sorgulanmasına yol açmaya başlamıştır. Buna özellikle doksanlı yıllarda ortaya çıkan düşük tirajları yükseltmek amacıyla devreye sokulan promosyon savaşları ve bu savaşlara eşlik eden medya grupları arasındaki kıyasıya rekabet de eşlik etmiştir. Bu genel tablo, medyadaki sembolik üretimin, özellikle de haberciliğin yeni ekonomik modele uygun olarak yeniden tanımlanması ve basın özgürlüğü, nesnellik, tarafsızlık dengelilik gibi normlarla temellendirilen özerklik talebi/iddiasının gözden geçirilmesi gereğini ortaya çıkarmıştır. Bu çalışmanın temel iddiası seksenlerin ortalarından itibaren ekonomik ve toplumsal değişimlerle beraber, basın/medyadaki dönüşümün Bourdieu'nun kavram setleriyle analiz edilebileceğidir. Bourdieu'nun bir alanın oluşumu için öngördüğü özerkliğin kazanılması, karşıtlıkların/antagonizmaların yaratılması ve simgesel sermayenin oluşumu aşamalarını endüstrileşmeyle beraber Türkiye medyasında izlemek mümkündür. Bu bağlamda hem toplumsal alandaki tüketim örüntülerinin değişmesi, hem medyadaki sembolik üretim süreçlerinin yeniden tanımlanması hem de habere dair hakikat iddialarının gözden geçirilmesi Bourdieu'nun habitus, alan, oyun ve sermaye kavramlarıyla analiz edilebilir. Başlangıçta medya grupları arasındaki promosyon savaşları şeklinde tezahür eden, kıyasıya rekabet ve çatışma, belli bir zaman sonra toplumsal sorumluluk nosyonu çerçevesine yerleştirilip halka kültür hizmeti sunma şeklinde savunulmuştur. Ancak bu savunu meşruiyetin gerçekleşmesi için yetmemeye başlamış, zamanla buna gazetecilik mesleğinin de yeniden tanımlanması gereği eklenmiştir. Bu gözden geçirme girişimi, belki de hala Türk basınının amiral gemisi olarak tanımlanan Hürriyet'in uzun yıllar genel yayın yönetmenliğini yapmış Ertuğrul Özkök'ün "Yeni bir gazeteci nesli doğuyor, 'ben'diye söze başlayan... ve kendi okurunu bulan..." iddialarında anlamını bulmaktadır. Bu tanımlamada yer alan genel gazeteci üslubu, köşe yazma, haber yapma, program sunma gibi tüm sembolik üretim örüntülerine sirayet etmiştir. Sonuç olarak 90'ların sonlarında büyük bir medya oligopolü haline gelerek medya piyasasının yarısından fazlasını elinde bulunduran Doğan Medya Grubu, gazetecilik normlarını yeniden tanımlama girişiminde bulunmuştur. Bu girişim, evrensel gazetecilik normlarını Türkiye'nin resmi ideolojisine uygun şekilde yeniden tanımlayarak, gazetecilik mesleğini, Türkiye'ye özgü bir "alan" haline getirme çabası olarak okunabilir. Bu girişimin siyaseten ve sosyolojik olarak nasıl sonuçlar doğurabileceğini Bourdieu'nun kavram setleriyle analiz etmek bu çalışmanın temel odak noktasını oluşturmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Gazetecilik, medya, habercilik, Bourdieu, alan, habitus, sermaye

* Ankara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü, E-posta: tezсандurna@gmail.com