



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Gönül ZAIMOĞLU

TÜRKİYE’DE MEDYA POLİTİKALARI: 2002-2020 YILLARI ARASINDA DEĞİŞEN
MÜLKİYET VE KONTROL İLİŞKİLERİNİN EKONOMİ POLİTİĞİ

Gazetecilik Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2022



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Gönül ZAIMOĞLU

TÜRKİYE'DE MEDYA POLİTİKALARI: 2002-2020 YILLARI ARASINDA DEĞİŞEN
MÜLKİYET VE KONTROL İLİŞKİLERİNİN EKONOMİ POLİTİĞİ

Danışman

Prof. Dr. Mustafa ŞEKER

Gazetecilik Anabilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2022

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Gönül ZAIMOĞLU'nun bu çalışması, jürimiz tarafından Gazetecilik Anabilim Dalı Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Doç. Dr. Emel ARIK (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (İmza)

Üye : Doç. Dr. Mustafa Sami MENCET (İmza)

Üye : Doç. Dr. Abdülkadir GÖLCÜ (İmza)

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Osman Emre OLKUN (İmza)

Tez Başlığı: Türkiye’de Medya Politikaları: 2002-2020 yılları Arasında Değişen Mülkiyet ve Kontrol İlişkilerinin Ekonomi Politikası

Onay: Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 22/06/2022

Mezuniyet Tarihi : 28/07/2022

(İmza)

Müdür

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum ‘‘Türkiye’de Medya Politikaları: 2002-2020 yılları Arasında Değişen Mülkiyet ve Kontrol İlişkilerinin Ekonomi Politikası’’ adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımda yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

İmza

Gönül ZAIMOĞLU



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Gönül ZAIMOĞLU
Öğrenci Numarası	20165267002
Anabilim Dalı	Gazetecilik Ana Bilim Dalı
Programı	Doktora
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Mustafa ŞEKER
Yüksek Lisans Tez Başlığı	Türkiye’de Medya Politikaları: 2002-2020 yılları Arasında Değişen Mülkiyet ve Kontrol İlişkilerinin Ekonomi Politikası
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	1865144735
Rapor Tarihi	30.06.2022
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %2 Alıntılar dâhil: %10
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE,	
<p>Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 324 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır.</p> <p>Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdeleri sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.</p>	
Gerekçe:	
<p>Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımda yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.</p> <p style="text-align: right;">Danışman Öğretim Üyesi Prof. Dr. Mustafa ŞEKER</p> <p style="text-align: center;">İmza</p>	

İÇİNDEKİLER

TABLolar LİSTESİ	v
GÖRSELLER LİSTESİ	vii
GRAFİKLER LİSTESİ	viii
KISALTMALAR LİSTESİ	ix
ÖZET	xi
SUMMARY	xii
TEŞEKKÜR	xiii
ÖNSÖZ	xiv
GİRİŞ	1
Araştırmanın Önemi	3
Araştırmanın Amacı	4
Araştırmanın Varsayımları	5
Araştırmanın Soruları	5
Geçerlilik ve Güvenilirlik	5
Araştırmanın Evren ve Örneklemi	6
Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları	7
Araştırmanın Yöntemi	7

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİK VE MEDYA POLİTİKALARI

1.1. Eleştirel Ekonomi Politik	10
1.1.1. Ekonomi Politik: Üç Çekirdek Görev	12
1.2. Medyanın Ekonomi Politikası	13
1.2.1. Neoliberalizm	17
1.2.2. Neoliberalizm Çağında Medya	20
1.3. Yeni Sağ Politikalar ve Medya	23
1.3.1. Türkiye’de Sağ Politikalar	24
1.3.2. Türkiye’de Yeni Sağ Politikalar	26
1.3.3. 2000 Sonrası Yeni Sağ Politikalar	28
1.3.4. Yeni Sermaye Sınıfının İktidar ilişkileri ve Türkiye’deki Durum	31
1.3.4.1. Sermaye Sınıfı ve Medya Mülkiyet İlişkileri	35

1.4. Hegemonya ve Tarihsel Blok	43
---------------------------------------	----

İKİNCİ BÖLÜM

AK PARTİ VE MEDYA POLİTİKALARI

2.1. Geçmişten Günümüze Ak Parti İktidarı	53
2.1.1. Ak Parti İktidarını Hegemonya ve Tarihsel Blok Ekseninde Değerlendirilmesi ...	64
2.1.1.1. Ekonomi	65
2.1.1.2. Bürokrasi	67
2.1.1.3. Eğitim	70
2.1.2. Ak Parti İktidarı ve Sermaye İlişkileri	76
2.2. Türkiye’de Medya Politikaları	81
2.2.1. 2000 Sonrası Medyada Yaşanan Değişimler	87
2.2.1.1. Geleneksel Medyanın Durumu	92
2.2.1.2. Yeni Medyanın Durumu	95
2.3. Türkiye’de Siyaset ve Sermaye İlişkilerinin Medya Sahiplik Yapısına Etkileri.....	102
2.3.1. İktidarın Sermayesi, Sermayenin Medyası.....	103
2.3.2. Medyayla Büyüyen Sermaye Sahiplerinden, Sermaye Sahiplerinin Medyasına Geçiş Süreci	105
2.4. Medyada Çalışma ilişkileri.....	107
2.4.1. Türkiye Medya Sektöründe Çalışma İlişkileri	108
2.4.2. Medya Mülkiyetinde Yaşanan Değişimlerin Gazetecilerin Çalışma İlişkilerine Yansımaları.....	111

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE MEDYA SEKTÖRÜNÜN YAPISI

3.1. Türkiye Medya Sektörünün Yapısı.....	117
3.2. Medya Sektöründe 2002-2020 Yılları Arasındaki Yapılanma Süreci ve Dönemin Tarihçesi	119
3.2.1. Türkiye’de 2002 Yılında Medya Mülkiyeti	120
3.2.1.1. Doğan Medya Grubu	120
3.2.1.1.1. Doğan Medya Grubu-AK Parti, İlişkileri ve Grubun Satış Süreci.....	124
3.2.1.2. Doğuş Medya Grubu	124
3.2.1.2.1. Doğuş Medya Grubu ve AK Parti İlişkileri	136
3.2.1.3. Uzan Medya Grubu	137

3.2.1.3.1. Uzan Medya Grubu-AK Parti, İlişkileri ve Grubun Tasfiyesi	143
3.2.1.4. Dinç Bilgin Grubu	145
3.2.1.4.1. Dinç Bilgin Grubu ve Ak Parti İlişkileri	148
3.2.1.5. Çukurova Medya Grubu	149
3.2.1.5.1. Çukurova Grubu-AK Parti, İlişkileri ve Grubun Tasfiyesi	152
3.2.1.6. İhlas Medya Grubu	154
3.2.1.6.1. İhlas Medya Grubu ve AK Parti İktidarı İlişkileri	156
3.2.1.7. Feza Yayıncılık ve Samanyolu Yayın Grubu	157
3.2.2. Türkiye’de 2020 Yılında Medya Mülkiyeti	158
3.2.2.1. Demirören Medya Grubu.....	158
3.2.2.1.1. Demirören Medya Grubu ve AK Parti İktidarı İlişkileri.....	161
3.2.2.2. Doğuş Medya Grubu	163
3.2.2.3. Turkuvaz Yayın Grubu.....	163
3.2.2.3.1. Turkuaz Medya Grubu ve AK Parti İlişkileri.....	166
3.2.2.4. Ciner Medya Grubu	170
3.2.2.4.1. Ciner Yayın Grubu ve AK Parti İlişkileri	175
3.2.2.5. Türk Medya Yayın Grubu	177
3.2.2.5.1. Türk Medya Yayın Grubu ve AK Parti İlişkileri	179
3.2.3. Medya Holdinglerinin Medya Dışı Yatırımları.....	180
3.2.4. Küresel Medya Gruplarının Türkiye’deki Yatırımları	182
3.3. Medya Sektöründeki Diğer Oluşumlar.....	187
3.3.1. Yeni Medyanın Geleneksel Medyaya Etkileri	188
3.3.2. Yeni/Sosyal Medya Mülkiyeti	189

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE MEDYA SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARIN DURUMU

4.1. Çalışma Grubu.....	192
4.2. Veri Toplama Süreci ve Araçları.....	192
4.3. BULGULAR	196
4.3.1. Katılımcılar Hakkında Tanıtıcı Bilgiler	196
4.3.2. Gazetecilerin iş deneyimleri, mesleğe yönelik algıları (basın özgürlüğü, çalışma ilişkileri ve prensipleri, profesyonellik).....	198
4.3.3. Gazetecilerin Medyanın Genel Sorunlarına Yönelik Algıları.....	202
4.3.4. Gazetecilerin Yeni Medya Ve Gazetecilik Konusundaki Görüşleri	209

4.3.5. Gazetecilerin Medyada Var Olan Sorunların Çalışma İlişkileri ve Prensiplerine Yansımaları Konusundaki Görüşleri	217
4.3.6. Gazetecilerin medya siyaset kontrol ilişkilerinin yol açtığı sorunlara yönelik algıları, medya-sermaye siyaset ilişkilerine yönelik algıları ve sorunların giderilmesine yönelik öneriler	233
4.3.7. Gazetecilerin Görüşme Formu Dışında Verdiği Bilgiler	257
4.4. Değerlendirme	260
SONUÇ	267
KAYNAKÇA.....	277
EK 1- KATILIMCI BİLGİ FORMU	298
EK 2- YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU.....	300
EK 3- KATILIMCILAR HAKKINDA EK BİLGİLER.....	303
ÖZGEÇMİŞ	304

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1 Türkiye'de Genel Seçimlere Katılım Oranları (yıllara göre).....	58
Tablo 2.2 Ülkelere göre dünyada en çok tercih edilen sosyal medya platformları 2008.	100
Tablo 2.3 Ülkelere göre dünyada en çok tercih edilen sosyal medya platformları 2020	100
Tablo 3.1 Doğan Grubuna Ait Gazeteler (1979-2018)	121
Tablo 3.2 Doğan Grubuna Ait Televizyon kanalları (1993-2018)	122
Tablo 3.3 Doğan Medya Grubuna Ait Radyo Kanalları	122
Tablo 3.4 Doğan Medya Grubuna Ait Dijital platformlar.....	123
Tablo 3.5 Doğuş Medya Grubuna Ait Televizyon Kanalları	134
Tablo 3.6 Doğuş Medya Grubuna Ait Radyo Kanalları.....	135
Tablo 3.7 Doğuş Medya Grubu'na Ait Dijital Platformlar.	136
Tablo 3.8 Uzan Grubuna Ait Gazeteler (1979-2018)	140
Tablo 3.9 Uzan Grubuna Ait Televizyon Kanalları (1989-2004)	141
Tablo 3.10 Uzan Grubuna Ait Radyo İstasyonları (1992-2004)	141
Tablo 3.11 Dinç Bilgin Grubuna Ait G (1975-2020).....	146
Tablo 3.12 Dinç Bilgin Grubuna Ait Televizyon Kanalları (1991-2020)	147
Tablo 3.13: Dinç Bilgin Medya Grubuna Ait Radyo Kanalları	148
Tablo 3.14 Çukurova Grubuna Ait Gazeteler (1997-2013).....	150
Tablo 3.15 Çukurova Grubuna Ait Televizyon kanalları (1999-2013).....	151
Tablo 3.16 Çukurova Grubuna Ait Radyolar (1997-2013)	152
Tablo 3.17 İhlas Holding Bünyesindeki Medya Kuruluşları (1970-2020).....	155
Tablo 3.18 Demirören Grubuna Ait Gazeteler (2000-2020)	159
Tablo 3.19 Demirören Grubuna Ait Televizyon Kanalları (2000-2020)	160
Tablo 3.20 Doğan Medya Grubuna Ait Radyo Kanalları (2002-2020).....	160
Tablo 3.21 Grubuna Ait Gazeteler (2007-2020)	164
Tablo 3.22 Turkuvaz Yayın Grubuna Ait Televizyon Kanalları (2007-2020)	165
Tablo 3.23 Turkuvaz Yayın Grubuna Ait Radyolar (2007-2020).....	165
Tablo 3.24 Ciner Yayın grubuna ait gazeteler	174
Tablo 3.25 Ciner Yayın Grubuna ait televizyon kanalları.....	174
Tablo 3.26 Türk Medya Yayın Grubuna ait gazeteler.....	178
Tablo 3.27 Türk Medya Yayın Grubuna ait televizyon kanalları.....	178
Tablo 3.28 Türk Medya Yayın Grubuna dergiler.....	179

Tablo 3.29 Medya holdinglerinin medya dışı yatırımları.....	180
Tablo 4.1 Katılımcıların demografik özellikleri.....	196
Tablo 4.2 Gazetecilik mesleğini seçme nedenleri	199
Tablo 4.3 Gazetecilerin Medyanın Genel Sorunlarına Yönelik Algıları.....	202
Tablo 4.4 Gazetecilerin yeni medyaya yönelik görüşleri	209
Tablo 4.5 Gazetecilerin sosyal medyaya yönelik görüşleri.....	214
Tablo 4.6 Gazetecilerin baskıya yönelik algıları ve görüşleri	217
Tablo 4.7 Gazetecilerin çalışma hayatına yönelik kaygıları.....	223
Tablo 4.8 Gazetecilerin kaygılarının çalışma pratiklerine yansıması hakkındaki görüşler....	225
Tablo 4.9 Gazetecilik mesleği konusunda mevcut yasalar hakkında görüşler	229
Tablo 4.10 Gazetecilerin medya-sermaye-siyaset ilişkilerine yönelik görüşleri.....	233
Tablo 4.11 Gazetecilerin medyada yaşanan dönüşüme yönelik görüşleri.....	238
Tablo 4.12 Gazetecilerin AK Parti'nin medyaya ilgisine yönelik görüşleri.....	242
Tablo 4.13 Gazetecilerin hegemonya, tarihsel blok ve kavramı ile ilgili görüşleri.....	248
Tablo 4.14 Gazetecilerin medyada mülkiyet kaynaklı sorunların giderilmesine yönelik önerileri.....	253

GÖRSELLER LİSTESİ

Görsel 1.1 Medyanın Toplumsal Yeniden Üretimdeki Rolü (Sönmez, 2010)	42
Görsel 3.1 Turgay Ciner ve Dinç Bilgin arasında imzalanan gizli protokol.	172
Görsel 3.2 Turgay Ciner ve Dinç Bilgin arasında imzalanan gizli sözleşme.	173

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1.1 KİT Sayıları (1988-2012).....	19
Grafik 4.1 Gazetecilik mesleğini tercih etme nedenleri	199
Grafik 4.2 Sermayenin medyaya giriş nedenleri	207
Grafik 4.3 Medyanın sektörel durumu	207
Grafik 4.4 Haber medyasının sektörel durumu	207
Grafik 4.5 Yeni medyanın editöryal bağımsızlığına ilişkin görüşler	211
Grafik 4.6 Özgür bir biçimde haber yapılıp yapılmadığına ilişkin görüşler.	221
Grafik 4.7 Gazetecilik mesleği konusunda mevcut yasalar hakkında görüşler.....	229

KISALTMALAR LİSTESİ

AB	Avrupa Birliği	HSYK	Hâkimler ve Savcılar Kurulu
ABD Devletleri	Amerika Birleşik Devletleri	İHA	İhlas Haber Ajansı
AK Parti/AKP	Adalet ve Kalkınma Partisi	KİK	Kamu İhale Kurumu
ANAP	Anavatan Partisi	KİT	Kamu İktisadi Teşebbüsü
AP	Adalet Partisi	KOB	Katılım Ortaklığı Belgesi
ASKON	Anadolu Aslanları İş Adamları Derneği	KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
AYM	Anayasa Mahkemesi	MGK	Milli Güvenlik Kurulu
BBC	British Broadcasting Corporation	MHP	Milliyetçi Hareket Partisi
BİK	Basın İlan Kurumu	MSP	Milli Selamet Partisi
BMC	British Motor Corporation	MÜSİAD	Müstakil Sanayici ve İş Adamları Derneği
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi	NTV	Nergis Televizyonu
CİB	Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı	OPEC	Petrol İhraç Eden Ülkeler
CNBC-E	Consumer News and Business Channel	PTT	T.C. Posta ve Telgraf Teşkilatı Genel Müdürlüğü
CNN	Cable News Network	RCS	Rizzoli-Corriere della Sera
ÇEAŞ	Çukurova Elektrik A.Ş	RP	Refah Partisi
Çev. Ed.	Çeviren Editör	RTL	Radio Television Luxembourg
Der.	Derleyen	RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
DHA	Doğan Haber Ajansı/Demirören Haber Ajansı	SPK	Sermaye Piyasası Kurulu
DMG	Doğan Medya Grubu	SSCB	Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği
DBR	Doğan Burda Dergi Yayıncılık ve Pazarlama A.Ş	TGRT	Türkiye Gazetesi Radyo Televizyonu
DP	Demokrat Parti	TBMM	Türkiye Büyük Millet Meclisi
DYP	Doğruyol Partisi	TFF	Türkiye Futbol Federasyonu
FETÖ	Fethullahçı Terör Örgütü	TSK	Türk Silahlı Kuvvetleri
FİEJ	Uluslararası Gazete Sahipleri Federasyonu	TRT	Türkiye Radyo Televizyon Kurumu
FP	Fazilet Partisi		
GSM	Global System for Mobile Communication		

TUSKON	Türkiye İşadamları ve Sanayiciler Konfederasyonu
TÜSİAD	Türkiye Sanayici İş Adamları Derneği
VOA	Voice of America
Vd.	ve diğerleri
Vs.	ve saire
YÖK	Yüksek Öğretim Kurulu
yy.	Yüzyıl

ÖZET

Basının dünyada ortaya çıkışı göz önüne alındığında Türkiye’de gündelik yaşama geç girdiği bilinmektedir. Osmanlı Devleti döneminde başlayan girişimler Cumhuriyet döneminde de devam etmiş ve basının toplumsal yaşam üzerindeki etkisinden dolayı kontrol altında tutulma isteği ortaya çıktığı tarihten itibaren devam etmektedir. Tek partili dönemde basın, devletin propaganda aygıtı olarak görülmüş ve bu durum çok partili döneme kadar devam sürmüştür. Çok partili dönemle birlikte basın özgürlüğü hususunda adımlar atılmış fakat bu da yeni kontrol biçimlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Türkiye’de 1980 yılına kadar dönem dönem güç kazansa da bu güç süreklilik kazanmamış, 1990’lı yıllarda değişen iktisadi örgütlenme biçimi ile birlikte basın önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Basından medyaya geçiş olarak nitelendirilen bu dönem çok daha karmaşık bir yapının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Medya üzerinde sermayenin de etkili olduğu bir döneme girilmiş ve medyayı kontrol etme biçimleri de buna bağlı olarak dönüşüm geçirmiştir.

Bu çalışmada, 2002-2020 yılları arasındaki medyada yaşanan mülkiyet değişimlerini ve bu değişimlerin gazetecilerin çalışma hayatına yansımalarını ele alınmıştır. Bu bağlamda ilk olarak kuramsal çerçeve oluşturulmuş ve bu kuramsal çerçeve referans alınarak Türkiye’de medyada yaşanan mülkiyet dönüşümü analiz edilmiştir. Çalışmada incelenen tarihsel süreç içerisinde ortaya çıkan mülkiyet ve kontrol ilişkilerinin, dönemin siyasi, ekonomik, sosyal koşulları ile ilişkili olduğu saptanmaktadır. Çalışmada ayrıca incelenen dönem içerisinde yaşanan mülkiyet değişim ve dönüşümlerinin gazetecilerin çalışma ilişkilerini ve pratiklerine ne derecede yansıdığını ortaya koymak adına incelenen dönemde medyada çalışmış ve çalışan yirmi iki gazeteci ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda medyada yaşanan dönüşümün gazetecilerin çalışma hayatını etkilediği anlaşılmaktadır.

Çalışmada literatür taraması, tarihsel yöntem ve fenomenolojik yaklaşım kullanılarak Türkiye mediasında yaşanan değişim ve dönüşümler bütüncül bir biçimde ele alınmıştır.

Anahtar kelimeler: Ekonomi Politik, Medya Politikaları, AK Parti, Ana Akım Medya, Çalışma İlişkileri

SUMMARY

MEDIA POLICIES IN TURKEY: THE POLITICAL ECONOMY OF OWNERSHIP AND CONTROL RELATIONSHIPS THAT CHANGED BETWEEN 2002 AND 2020

Given the emergence of the press across the World, it is known that it lately entered daily life in Turkey. The efforts that began during the Ottoman Empire era continued during the Republican period and the desire to keep the press under control owing to the press's impact on social life has persisted since its inception. The press was viewed as a propaganda tool of the state throughout the single-party time, and this continued until the multi-party period. During the multi-party period, steps were taken regarding the freedom of the press, but this resulted in the rise of new types of control. Although it acquired power from time to time in Turkey until 1980, this power did not gain continuity, and the press underwent a substantial transition in the 1990s with the shifting type of economic organization. That period, characterized as the shift from press to media, had resulted in the formation of a far more complicated structure. It had also entered a period in which capital is powerful in the media, and the ways of controlling the media have evolved as a consequence of this.

This study examined the ownership changes in media between 2002 and 2020 and the reflections of these changes on the working lives of journalists. In this context, the theoretical framework was initially established and the ownership transition in Turkish media was analyzed taking this theoretical framework as a reference. It was found that the ownership and control relations that emerged throughout the historical process examined in the study are associated with the period's political, economic, and social conditions. Also, interviews with twenty-two journalists who worked in the media during the studied period were done in the study to reveal the extent to which the changes and ownership transitions over the studied period are reflected on the working relations and practices of journalists. As a result of the research, it was found out that media transition impacts the working lives of journalists.

The changes and transitions experienced in Turkish media were addressed holistically in the study using a literature review, historical method, and phenomenological approach.

Keywords: Political Economy, Media Policies, AK Party, Mainstream Media, Labor Relations.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın yürütülmesi süreci ve doktora eğitim sürecinde sağladığı katkılardan dolayı hocam, danışmanım, Prof. Dr. Mustafa ŞEKER'e sonsuz minnet ve teşekkür ederim. Tez yazımı esnasındaki tıkanıdığım noktalarda getirdiği önerileri, ders aşamasında bana kattıkları ve akademisyen kimliği ile hayatım boyunca rehberim olacaktır. Tez İzleme sürecinde verdikleri katkılardan ve özellikle süreçteki pozitif tutumlarından dolayı değerli hocalarım Doç. Dr. Emel ARIK ve Doç. Dr. Mustafa Sami MENCET'e sonsuz teşekkürler. Tez savunmasında jüri üyeleri olan Doç. Dr. Abdülkadir GÖLCÜ ve Dr. Öğretim Üyesi Osman Emre OLKUN'a sundukları katkılardan dolayı şükranlarımı sunarım. Doktora eğitimi boyunca gerek derslerde gerek seminer ve toplantılarda yolumuzu aydınlatan değerli Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi'ndeki tüm akademik personele minnet ve şükranlarımı sunarım. Ayrıca sekiz yıldır öğrencisi olduğum Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi'nin tüm güler yüzlü ve çözüm odaklı çalışanlarına sonsuz teşekkürler. Çalışmanın yürütülmesi sürecinde akademik personel olarak görev yaptığım Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu yönetimine bana sağladıkları kolaylıklardan dolayı sonsuz teşekkür ve minnetlerimi sunarım. Olağanüstü çalışma koşulları altında çalışmaya katılım için zaman ayıran ve görüşlerini açık bir şekilde dile getiren tüm gazetecilere teşekkür ve minnetlerimi sunarım.

Gerek bu çalışmanın yürütülmesi gerekse doktora eğitim sürecinde desteğini esirgemeyen eşim, hayat arkadaşım Doç. Dr. Ömer ZAIMOĞLU'na gösterdiği sabır ve üzerimden aldığı sorumluluklar için sonsuz teşekkürler. Çocuklarım S. Emirhan ve S. Akın size her baktığımda kalbime dolan duygularla hiçbir yükün ağır gelmemesi bu çalışmanın ilerlemesini kolaylaştırmıştır. Tez yazımı sürecinde feragat ettiklerinizi umarım telafi edebilirim, sevgilerim sizedir. Kardeşlerim Nurgül TAŞKIRAN ve Havva BÖLÜK başta olmak üzere kocaman aileme teşekkürü borç bilirim.

Son olarak babam Seyfullah TAŞKIRAN büyük sevinç ve onur duyacağın bugünleri keşke görebilseydin. Bu yüzden her başarı biraz yavan kalıyor. Babam, ilk dostum sana sonsuz minnet ve teşekkürlerimi sunuyorum. Annem, eğitim hayatımın en büyük destekçisi Ülviye TAŞKIRAN; biliyorum emeklerinin karşılığı ne minnet ne de teşekkürle ödenir. Bizi zor şartlar altında ve sonsuz sevginle büyüttün. Sen olmasaydın bunların hiçbiri olmazdı. Annem sonsuz şükran ve minnetlerim sanadır.

ÖNSÖZ

Medya, siyaset ilişkileri basının ortaya çıktığı tarihten itibaren karşılıklı bağımlılık ilişkisi olarak belirlenmiştir. Medyada özellikle haber üretim süreçlerindeki siyasete bağımlıyken siyaset de seçmenlerine ulaşabilmek için medyaya bağımlıdır. Medya siyaset ilişkileri dönemin koşulları, siyasi yapı, demokrasi anlayışı gibi birçok faktöre bağlı olarak ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren büyük sermaye gruplarının medyaya girişleri medya siyaset ilişkilerinin değişmesine neden olmuş, bu değişim ile birlikte medya kurumlarının yayın politikaları bağlı bulunduğu sermaye grubunun çıkarlarına göre belirlenmekte olduğu bir dönem başlamış ve durum giderek daha belirgin hale gelmiştir. Değişimin ilk yıllarında büyük sermaye grupları ticari kâr elde etme maksadıyla girdiği medya sektöründe zaman içerisinde medya gücünü farklı amaçlarla kullandığı görülmektedir. Sermayenin siyaset üzerinde etkili olduğu ilk dönemler Türkiye’de siyasi karmaşa yaşandığı yıllara denk düşmektedir. 1990’lı yılların siyasi karmaşası sonrasında 2002 yılında AK Parti, gerek aldığı oy oranı ile gerekse de meclisteki temsil oranı ile güçlü bir biçimde iktidara gelmiştir. İktidarın ilk yıllarında topluma kendini benimsetme maksadıyla uzlaşmacı bir tablo çizen AK Parti 2007 yılındaki seçimlerden daha güçlü bir biçimde çıkmış ve bu tarihten sonra politikalarını değiştirmiştir. 2007 yılına kadar medya mülkiyetinde yaşanan değişim ve dönüşümlerde doğrudan ya da görünür bir biçimde müdahalede bulunmayan AK Parti’nin bu tarihten sonra medyada yaşanan her mülkiyet değişim ve dönüşümünde etkin rol oynadığı anlaşılmaktadır. Yıllar içerisinde çeşitli yöntemlerle belli sermaye gruplarına destek vermiş daha sonra bu sermaye grupları aracılığıyla medyada ciddi oranda söz sahibi olabilmıştır.

Bu bağlamda çalışmanın amacı; Türkiye’de 2002 sonrası süreçte medyanın değişen sahiplik yapısını; bu değişimden kaynaklanan mülkiyet ve kontrol ilişkilerini Türkiye ana akım medya kurumlarında yaşanan mülkiyet dönüşümleri üzerinden incelemektir. Bu doğrultuda Türkiye’de ana akım medya kuruluşlarının değişen sahiplik yapılarının ekonomik, siyasi, ideolojik ve sosyo-kültürel işlevi ve ilişkileri ne şekilde etkilediği eleştirel ekonomi politik eksende ortaya koymak amaçlanmaktadır. Çalışmada ayrıca medyada yaşanan değişim ve dönüşümlerin gazetecilerin çalışma yaşamına ne şekilde yansıdığı alanda çalışan gazetecilerle yapılacak görüşmelerle ortaya konmak amaçlanmaktadır. Çalışma 2002-2020 yılları arasında ortaya çıkan yeni sermaye/iktidar ilişkilerinin medya mülkiyetine yansımalarını kapsamaktadır.

Çalışmada ele alınan konu çok boyutlu olmasından dolayı karma yöntem kullanılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın üçüncü bölümünde literatür taraması ve tarihsel yöntem kullanılarak Türkiye medyasında yaşanan dönüşüm nedenleri ve sonuçları ile ele alınmış ve bu dönüşüm her bir medya kuruluşunun siyasetle olan ilişkileri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Mülkiyet değişimi önce tablo halinde verilmiş daha sonra bu değişim sürecinde siyasal iktidarın rolü ilgili kaynakların taranması yoluyla değerlendirilmiştir. Bu bağlamda akademik kaynaklar başta olmak üzere gazetelerde yayımlanmış yazılar, haberler ve yorumlar gibi çeşitli dokümanlar incelenmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde medyada yaşanan mülkiyet değişimlerinin gazetecilerin deneyimleri üzerinden incelenmesi amacıyla alanda çalışılan gazetecilerle yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Gazetecilerin deneyimleri üzerinden medyanın genel yapısı ve sorunlarını ortaya koyma, yaklaşım biçimi olarak olgubilim araştırmasına denk düşmektedir. Yapılan görüşmeler belirlenen temalar altında betimsel analiz tekniği ile değerlendirilmiştir.

Yapılan incelemeler neticesinde medya mülkiyetinde yaşanan değişim ve dönüşümlerin siyasal iktidar ile ilişkili olduğu ve gazetecilerin de bu değişim ve dönüşümden etkilendikleri anlaşılmıştır. Medyada yaşanan dönüşümün Türkiye'nin dünyadaki imajına olumsuz yönde etkilediği düşünülmektedir.

GİRİŞ

Bu çalışmanın konusu, 2002 sonrasında medya sektöründe yaşanan sahiplik yapılarındaki dönüşümler ve bu dönüşümler sonucunda ortaya çıkan mülkiyet ve kontrol ilişkilerinin değişimidir. Yaklaşık 20 yıllık bir süreci kapsayan dönemin ilk yılları ile son yılları arasındaki mülkiyet ve kontrol ilişkileri incelendiğinde ana akım medya kuruluşlarının sahiplik yapılarının büyük ölçüde değiştiği gözlemlenmektedir. Bu süreçte Türkiye; medyada yatırımı bulunmayan kurumların medya sektörüne büyük çaplı yatırımlar yaparak girmesi, medyada büyük çaplı yatırımı olan kurumların sektörü tamamen terk etmesi, kapatılan TV, radyo ve gazeteler gibi önemli değişimlere tanıklık etmiştir.

Türkiye’de yaklaşık olarak 20 yıldır siyasi iktidar değişimi yaşanmamış olmasına rağmen köklü siyasi değişimler yaşanmıştır. Parlamenter sistemden başkanlık sistemine geçiş sürecini de kapsayan bu dönem, öncesi ve sonrasıyla bilimsel araştırmayı hak eden birçok unsuru içerisinde barındırmaktadır. AK Parti’nin tek başına iktidarını kapsayan bu süreç içerisinde ortaya çıkan yeni sermaye gruplarını, bu grupların iktidarla olan ilişkilerini ve bu yeni sermaye gruplarının büyük çaplı medya yatırımlarını bütüncül bir perspektiften değerlendirmek gerekmektedir. Bu çalışma, bu değişim sürecindeki yeni mülkiyet ve kontrol ilişkilerini eleştirel ekonomi politik, hegemonya ve tarihsel blok kuramları çerçevesinde ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda AK Parti döneminde medyada yaşanan dönüşümler eleştirel ve bütüncül bir perspektifte ele alınacaktır.

Bunların yanı sıra incelenen dönemde yaşanan teknolojik gelişmeler “özellikle Web 2’nin ortaya çıkışı” medyayı çeşitlendirmiş ve kitle iletişim araçlarını çok merkezli bir hale getirmiştir. Bu durum, medyanın kontrolünü güçleştirmiş, özellikle ana akım olarak adlandırılan medya kuruluşlarının etki sahasını daraltmıştır. Bu doğrultuda yapılan yatırımların, nihai amaca ulaşmada ne kadar etkili olduğu çalışma sonucunda ortaya çıkacağı düşünülmektedir. Web2’nin ortaya çıkışı ile birlikte medyada baş döndürücü bir dönüşümün yaşanmış ve alanda yeni tanımlamaların ortaya çıkmasına yol açmıştır. Genel olarak “yeni medya” olarak adlandırılan daha çok internet tabanlı bu yayıncılık biçiminin yanında geleneksel medya hantal kalmış ve buna bağlı olarak da geleneksel medya önemli bir dönüşüm içerisine girmiştir. Medyanın “kamuoyu oluşturma”, “gündem belirleme”, kültürel belirleyicilik gücü de buna bağlı olarak bir eksen kayması yaşamaktadır.

Çalışma dört bölümden oluşmakta birinci bölümünde ilk olarak çalışmanın kuramsal alt yapısını oluşturan eleştirel ekonomi politik kuramı ele alınmaktadır. Kapitalist yeniden

Üretim ağında medya içeriklerinin de birer meta olarak sistemin ihtiyaına yönelik kültürel içeriklerin üretimini sağladığı düşünülmektedir. Medya çeşitli içerikler üreterek toplumsal dinamiği büyük ölçüde etkilemektedir. Bireylerin boş zamanlarını domine eden medya özellikle haber aracılığıyla toplumu bilgilendirirken aynı zamanda onun fikirlerini etkileme amacı gütmektedir. Medyanın sahiplik yapısı da onun içeriklerine doğrudan yansıdağı için medya Gramsciyen bir perspektiften değerlendirildiğinde bir mevzi olarak nitelendirilebilir. Ak Parti, iktidarın ilk yıllarında hem bürokratik hem de ticari anlamda büyük kurumlarla mümkün olduğunca çatışma yaşamama üzerine bir politika yürütmüş ve iktidarını pekiştirmiştir. 2007 seçimleri sonrasında farklı bir süreç başlamış ve uzlaşma temelli politikalardan daha agresif politikalara geçiş süreci başlamıştır. Bu süreçte iktidar partisi olan Ak Parti, kendine yakın sermaye sınıfını ortaya çıkarmış ve bu sermaye sınıfı vasıtasıyla da medyayı kontrol altına almaya çalışmıştır. Bir medya patronunun hem büyük ölçekli ihaleleri üstlenmesi hem TFF gibi büyük organizasyonları yönetmesi hem de medya kuruluşlarına sahip olması tesadüfî değildir. Bu bir örgütlenme biçimidir ve eleştirel ekonomi politik kavramı da mülkiyetin yapısının yanı sıra örgütlenme biçimlerine odaklanmaktadır. Medya siyaset ilişkilerinin bütüncül bir perspektifte ele alınacağı bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinin temelini oluşturmasından dolayı eleştirel ekonomi politiğin ortaya çıkışı, dönüm noktaları ve neoliberalizm gibi medyayı doğruda etkileyen süreçler bu bölümde derinlemesine ele alınmaktadır.

Çalışmada kuramsal referans noktası olarak ele alınacak diğer kavramlar ise hegemonya ve tarihsel blok kavramlarıdır. Her siyasi partinin toplumun çeşitli kesimlerinin temsilciliğini üstlendiği varsayılmaktadır (Kışlalı 284). Bu temsilcilik, Türkiye gibi demokratikleşme sürecini tamamlayamamış ülkelerde ideolojik içerikleri bünyesinde barındırmaktadır. Eleştirel ekonomi politik kuramının örgütlenme biçimlerine vurgusu bu noktada hegemonya ve tarihsel blok kavramları ile açıklık kazanmaktadır. Sivil toplum ve politik toplumun ortak duyu çerçevesinde bir araya gelmesi ve aynı değerlerin benimsenmesi sonucunda hegemonyanın örgütlenme biçimi ortaya çıkmaktadır.

Bu gün cumhuriyetin kurucu değerleri dediğimiz değerlerin kabul görmesi o dönemin iktidarının tarihsel blok haline gelerek değerlerin toplumun önemli bir kesimi tarafından kabul görmesinden kaynaklanmaktadır. Ak Parti, 2002 seçimlerine giden süreçte dönemin ana akım medya grupları tarafından açık bir destek görmemiştir. Medyanın yanı sıra modern demokrasinin ortaya çıkış sürecinde önemli bir payı olan sermaye sınıfının da doğrudan bir desteğini almamıştır. Hem sermaye sınıfının hem de medyanın desteğini doğrudan alamayan Ak Parti, iktidarı boyunca kendisini destekleyen grupları oluşurmaya çaba sarf etmiştir.

Bunun sonucunda iş dünyasında yükselen yeni patronlar ortaya çıkmış, medya dünyasında ise ana akım medyada sahiplikler el değiştirmiştir. Ak Parti'nin idealleri ile Türkiye'nin ideallerinin giderek iç içe geçiyor gibi görünüşü yeni bir tarihsel blok mu ortaya çıkıyor sorusunun sorulmasına ve bunun cevaplanmasına ihtiyaç duymaktadır. Bu bağlamda tarihsel blok ve hegemonya kavramları ele alınarak çalışmanın ilerleyen bölümlerine bir dayanak noktası oluşturulmuştur. Çalışmanın ikinci bölümünde Ak Parti iktidar süreci ele alınarak ekonomi, bürokrasi, eğitim gibi başlıklar çerçevesinde değerlendirilmektedir. Bu değerlendirmenin temel dayanak noktasını kuramsal kısımda aktarılan *hegemonya ve tarihsel blok* kavramları oluşturmaktadır. Türkiye'de çok partili hayata geçişten itibaren bu sistemde bir siyasi partinin kesintisiz bir biçimde uzun süre iktidarda kalması araştırılması gereken bir konudur. Çalışmanın ikinci bölümünün devamında Türkiye'de medya politikaları tarihsel süreç içerisinde ele alınmaktadır. Değişen medya politikalarının medyaya ne şekilde yansıdığı, Türkiye mediasını nasıl etkilediği ortaya konulmaktadır. Bu bölümde ayrıca incelenen tarihsel süreçte ortaya çıkan yeni medyanın, medyayı ve medya politikalarını ne derecede etkilediği değerlendirilmektedir.

Ak Parti iktidarı boyunca medya politikalarının sahiplik yapılarına ne derecede etki ettiği üçüncü bölümde ele alınan sahiplik yapılarındaki dönüşümle ortaya konulmuştur. Bu dönüşüm sürecinde AK Parti'nin kullandığı yöntemler üç başlık altında değerlendirilmiştir. Bunlar:

- Kamu ihaleleri yoluyla güçlenen şirketlerin medyada yatırım yapması neticesinde dönüşüm.
- Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu aracılığıyla medya kuruluşlarının sahiplik yapılarındaki dönüşüm.
- Devletin imkânlarını devreye alarak medya şirketlerine yapılan baskılar neticesinde yaşanan dönüşüm.

Bunun yanı sıra yeni medyanın bir direniş noktası olarak ortaya çıkışı geleneksel medyayı ne derecede etkilediği yapılacak değerlendirmelerle ortaya konamaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Önemi

Medya politikaları, medyanın mülkiyet ve kontrol ilişkileri, emek ve medyada üretilen ürün ve içerikler gibi konuları kapsamaktadır. Bu anlamda medya alanında çeşitli amaçlar doğrultusunda ve farklı aktörler tarafından belirlenen politikalar bir ülkenin medya sistemini ortaya koymaktadır. Medya politikaları oluşturulurken ideal koşullarda kamu yararı göz önünde bulundurulması gerekirken medyanın kamuoyu üzerindeki etkisi ve medyanın

sağladığı güç gibi etkenlerden dolayı bu idealler göz ardı edilmektedir. Özellikle medyanın kamuoyu üzerindeki etkisi siyasetin medya üzerinde kontrol amaçlı girişimlerine neden olmaktadır. Bu çalışma, medya-siyaset-kontrol ilişkileri çerçevesinde Türkiye’de medya mülkiyet ilişkilerinin değişimini ortaya koymaktadır. Türkiye’de 2002-2020 yılları arasında yaşanan değişimde siyasi iktidarın müdahaleci tavrı dönemin siyasi ve sosyolojik atmosferi hakkında ipuçları sunmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, hem dönemin siyasi iktidarı AK Parti’nin genel anlamda politikalarını hem de medya politikalarını bütüncül bir perspektifte ele alarak ortaya koymaktadır. Medya-siyaset-mülkiyet ilişkilerinin bütüncül bir biçimde analiz edilmesi incelenen dönemi anlamak adına önem arz etmektedir. Ayrıca medyada yaşanan değişim ve dönüşümlerden gazetecilerin ve dolayısı ile gazeteciliğin ne derecede etkilendiğini anlamak da bu anlamda önemlidir. Bu bağlamda çalışmanın, Türkiye medyasının genel durumunu ortaya koyacağı ve medya politikaları konusunda ne yapılması gerektiği noktasında alana katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma, Türkiye’de 2002 sonrası süreçte medyanın değişen sahiplik yapısını; bu değişimden kaynaklanan mülkiyet ve kontrol ilişkilerini eleştirel ekonomi politik ekseninde ele alarak bu değişim sürecinin hegemonya ve tarihsel blok inşasındaki rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Medya kuruluşlarının sahiplik yapılarının ekonomik, siyasi, ideolojik ve sosyo-kültürel işlevi ve ilişkileri etkilediği bilinmektedir. Bu nedenle medyanın kontrolü bu mekanizmaları kontrol etmenin en etkili yollarından biridir. İktidarın varlığını sürdürmesi için kendisine meşruiyet alanı yaratması gerekmektedir. Bu da hegemonyanın tesisinde kullanılan enstrümanlarla mümkün olabilmektedir. Türkiye’de medya mülkiyetinde son yirmi yıldır yaşanan değişimin bu dönemde siyasi iktidar olan AK Parti’nin hegemonya mücadelesinin bir neticesi olduğu ortaya konulmaya çalışılacaktır. Ayrıca yaşanan bu dönüşüm hegemonya inşasının ana kavramlarından olan manevra ve mevzi savaşı bağlamında değerlendirildiğinde bir mevzi olarak medyada elde edilen üstünlük tarihsel bloğun uğrak noktalarından biridir. Çalışmada incelenen dönemde medyada yaşanan dönüşüm, AK Parti’nin tarihsel blok olma yolundaki mücadelesi olarak değerlendirilmesi de amaçlanmaktadır. Bunun yanı sıra medyada yaşanan mülkiyet dönüşümünün gazetecilerin çalışma ilişkileri ve pratiklerine nasıl yansıdığını sektörde çalışanlar ile yapılacak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile çalışanlar açısından ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda medya sektöründe yaşanan dönüşümlerin gazetecilerin çalışma ilişkilerine ve pratiklerine nasıl yansıdığı alanda çalışan gazetecilerden elde edilecek verilerle ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Varsayımları

Türkiye medyasında 2002 yılından sonra yaşanan medya mülkiyet yapılarındaki dönüşümler dönemin siyasi yapısı ile ilişkilidir.

İncelenen dönemde siyasi iktidara yakın yeni sermaye grupları ortaya çıkmış ve bu gruplar medya sektöründe önemli yatırımlar yapmışlardır.

Siyasi iktidar, tarihsel blok oluşturma çabası içerisinde sermaye grupların üzerinden medyayı kontrol altına almayı hedeflemektedir.

İncelenen dönemde yaşanan teknolojik gelişmeler medyanın çeşitlenmesine yol açmış ve eskiye nazaran medyanın kontrolünü güçleştirmiştir.

Medya sektöründe çalışanlar sektörde yaşanan mülkiyet değişimlerden ve bu değişimlerin getirdiği atmosferden olumsuz etkilenmektedir.

Araştırmanın Soruları

- 1- Türkiye medyasında 2002-2020 yılları arasında mülkiyet yapısı ne derecede değişmiştir?
- 2- Medyada yaşanan mülkiyet değişimlerinde siyasi iktidarın etkisi ne ölçüdedir?
- 3- Medyada yaşanan değişim ve dönüşümler gazetecilerin çalışma ilişkileri ve prensiplerine nasıl yansımıştır?
- 4- Yeni medyanın ortaya çıkardığı koşullar medyayı nasıl etkilemiştir.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Bilimsel bir çalışmanın geçerlilik ve güvenilirliğini en dikkat edilmesi gereken hususlardan biridir. Çalışmanın üçüncü bölümünde değerlendirmeye alınan veriler çeşitli kaynaklar üzerinden doğrulanmış ve bu şekilde analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın dördüncü bölümünde geçerlilik ve güvenilirliğin (Creswell, 2018: 259) sağlanması adına görüşmelere başlanmadan akademik görüş alınarak soru formu oluşturulmuş, ön mülakatlar yapıp yeniden düzenlenmiş ve Akdeniz Üniversitesi Etik Kurulu'na gönderilmiş ve kurulun E-39189507-302.99-239065 sayılı kararı ile onay alındıktan sonra son hali kararlaştırılmıştır. Görüşmelerde mümkün olduğunda formda yer alan soruların dışına çıkılmamış, sorular katılımcılara aynı biçimde yöneltilmiştir. Soruların sorulması esnasında mümkün olduğunca soru sıralamasına dikkat edilmiş fakat bazı durumlarda görüşmenin akışına göre soru sıralarında değişiklikler olmuştur. Görüşmeler deşifre edilirken konuşma dili ile yazı dili arasındaki farklılıklardan (devrik cümle, anlatım bozukluğu vs.) dolayı deşifrelerde bazen aynen aktarım mümkün olmadığı için yazı diline uygun hale getirilmiştir. Görüşmelerde verilen yanıtların birbirini tekrar etmeye başlaması sonucunda yeterli doygunluğa ulaşıldığı

düşünülerek görüşmeler sonlandırılmıştır. Böylece görüşmecilerin verdiği bilgilerden bir genelleme yapılabileceği anlaşılabilir.

Çalışmanın güvenilirliğini sağlama adına (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 282) verilerin betimlenme sürecinde kategoriler ve bu kategorilerin altında temalar oluşturulmuştur. Veriler kategori ve temalarla gösterildikten sonra katılımcıların görüşleri doğrudan alıntılarla aktarılmıştır. Ayrıca araştırmanın güvenilirliğinde Miles ve Huberman'ın (2019:278) soruları¹ çerçevesinde oluşturduğu ölçütlere dikkat edilmiştir.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın üçüncü bölümünde evreni Türkiye medyası, örnekleme ise ana akım medya kuruluşları oluşturmaktadır. Türkiye medyası denildiğinde ana akım medyadan küçük çaplı yerel medya kuruluşlarına kadar oldukça geniş bir alandan söz edilmektedir. Araştırmada belirtilen amaç doğrultusunda bu evrenin içerisinde hegemonya ve tarihsel blogun tesisinde belirleyici gücü olan medya kuruluşları incelemeye alınmıştır. Örneklem olarak alınan medya kuruluşlarının mülkiyet yapısındaki değişimin neden ve sonuçları bu bağlamda değerlendirilmiştir. Bu bağlamda ilk olarak medya kuruluşlarında yaşanan mülkiyet dönüşümü incelenmiş daha sonra bu dönüşüm medya siyaset ilişkileri çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Araştırmanın dördüncü bölümünde Türkiye medyasında çalışan veya çalışmakta olan gazeteciler araştırmanın evrenini son yirmi yıl içinde medyada çalışmış veya çalışıyor olan gazeteciler ise araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda görüşmecileri tespitinde amaçlı örnekleme tekniklerinden ölçüt örnekleme tekniği dikkate alınmıştır. Çalışma grubunun belirlenmesinde amaçlı örnekleme tekniklerinde ölçüt örnekleme tekniği dikkate alınmıştır. Amaçlı örneklemin mantığı “derinlemesine anlama üzerine yaptığı vurgudan gelir. Bu durum, çalışmanın derinliği için zengin bilgi içeren durumların seçimine yol açar. Zengin bilgi içeren durumlar, araştırmanın amacına yönelik merkezi öncemdeki hususlar hakkında oldukça şey öğrenilebilmesinden kaynaklanmaktadır” (Patton, 2018: 46). “Bu anlamda amaçlı örnekleme yöntemleri pek çok durumda olgu ve olayların keşfedilmesinde ve araştırılmasında yararlı olur”. Ölçüt örnekleme tekniği “önceden

¹ “Araştırma soruları açık ve araştırma deseninin özellikleri bu sorularla uyumlu mu?, Araştırmacının alandaki rolü ve konumu açıkça tanımlanmış mı?, Bulgular veri kaynaklarıyla (katılımcılar, bağlamlar, süreçler) anlamlı bir paralellik gösteriyor mu?, Temel değerler dizisi ve analitik yapılar açık bir biçimde belirtilmiş mi?, güvenilirlik kısmen kendisinin kuramla olan bağlantılılığına dayanır). Veri araştırma sorularının gerektirdiği uygun mekân, zaman, katılımcılar ve benzerlerinden oluşan uygun saha içerisinde toplanmış mı?...”

belirlenmiş bir dizi ölçütleri karşılayan bütün durumların çalışılmasıdır. ” (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 118-122).

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Bu çalışma 2002-2020 yılları arasındaki medya mülkiyet ilişkilerini ve medya politikalarını ele almaktadır. İncelenen süreçte medya mülkiyetinde yaşanan değişim nedenlerinin birincil kaynaklar olan mülkiyet sahipleri tarafından detaylı bir biçimde aktarılmamış olması çalışmanın ikincil kaynaklar üzerinden değerlendirilmesine neden olmaktadır. Çalışmanın bir diğer sınırlılığı ise verilerin dijital ortamda kolaylıkla kaldırılabilmesinden dolayı incelenen dönemde bazı içeriklerin (birincil ve ikincil kaynaklar) mülkiyet değişiminden sonra yayından kaldırılmasıdır. Ayrıca incelenen dönem içerisinde medya mülkiyetinde yaşanan değişim ve dönüşümlerle ilgili medyaya birtakım ses kayıtları düşmüştür. Bu ses kayıtları hukuki yollardan elde edilmeyen kayıtlar olduğu için çalışmaya dâhil edilmemiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde katılımcılardan bazıları çalışmada isimlerinin yer almasına izin vermedikleri için kodlarla gösterilmiştir. Görüşmeler Covid-19 pandemisinin ortaya çıkardığı koşullardan dolayı çevrimiçi olarak gerçekleştirilmiş ve katılımcılardan alınan tüm izinler sözlü olarak alınmış olup görüşme kayıtlarında mevcuttur.

Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada ele alınan konunun karmaşık ve çok boyutlu olmasından dolayı olguya tek bir yöntemle yaklaşmanın yeterli olmayacağı düşünüldüğünden karma yöntem tercih edilmiştir. Karma yöntem araştırmasında araştırmanın problemi kapsamlı ve çok boyutlu olarak ele alınır, nitel hem de nicel veriler kullanılarak araştırmanın problemi derinlemesine incelenir, bulgular bütüncül bir biçimde değerlendirilerek yordamalarda bulunulur. Karma yöntemin tercih edilmesinin en temel nedenlerinden biri farklı yöntem ve tekniklerle toplanan verilerin birbirini doğrulaması ve böylece araştırmanın ortaya çıkarmak istediği olguyu derinlemesine ortaya koymasındadır. Sosyal bilimlerde bir sonucun tek bir nedeni olmaması araştırmalarda sorunları ele alırken farklı bakış açıları geliştirmek gereksinimini ortaya çıkarır (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 323). Türkiye medyasında yaşanan değişim ve dönüşümleri nedenleri ve sonuçları ile ortaya koyma amacı olan bu çalışmada bu nedenle karma yöntem tercih edilmiştir. Çalışmada kullanılan yöntemlerin farklı olmasından dolayı araştırma bölümü üçüncü bölüm ve dördüncü bölüm olarak ikiye ayrılmış ve iki farklı bölüm altında inceleme yapılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde Türkiye medyasının genel yapısı, incelenen süreç içerisinde yaşanan mülkiyet ve kontrol ilişkileri eleştirel ekonomi politik eksende tarihsel

yöntem ve literatür taraması yöntemi ile incelenmiştir. “Tarihsel yöntem, geçmişte meydana gelmiş olay ve olguların araştırılmasında veya belirli bir sorunun geçmiş ya da günümüzle ilişkisi yönünden tetkik edilmesinde kullanılan bir yöntemdir” (Ekiz’den akt. Kuşci, 2021: 20). Çalışmada incelenen dönemde medyada yaşanan mülkiyet dönüşümü sadece bir el değiştirme olarak düşünülmemelidir. Bu nedenle yaşananların bütüncül bir bakış ile ele alınması gerekmektedir. Tarihsel yöntem, verilerin sistematik hale getirilmesi ve bu yolla “aslında olan şeyin” anlatımı olarak tanımlanabilir. Araştırmacının verilerden yola çıkarak ampirik bir yaklaşımla aslında olan şeyi ortaya koyması gerekmektedir (Moses ve Knutsen, 2020: 167-168). “Tarihsel araştırma yöntemi, çalışmanın belirlenmesi, sınırlılıkların belirtilmesi, verilerin toplanıp gruplandırılması, analiz edilmesi, problem cümlelerine yanıt verilmesi ve son olarak da raporlanması işlemlerini kapsamaktadır (Kuşci, 2021: 20)” Çalışmada ilk olarak literatür taraması yapılmış ve ilgili kaynaklar incelenerek kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Kuramsal çerçevenin sunduğu bağlam çerçevesinde incelenen dönem tarihsel yöntemle ele alınarak sistematik bir biçimde ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda incelenen dönem içerisinde akademik kaynaklar, gazete haberleri, medya içerikleri, gazetecilerin yazdıkları kitaplar, dijital veriler incelenmiştir. Bu araştırmada Türkiye’de medyanın genel durumunu ortaya koyabilme bakımından ilk olarak medyanın genel durumu ortaya konmuştur. Bu doğrultuda çalışmanın üçüncü bölümünde medyanın genel yapısı, değişen mülkiyet ve kontrol ilişkileri tarihsel yöntemle ele alınmış ve sistematik bir biçimde aktarılmıştır.

Çalışmanın dördüncü bölümünde tercih edilen yöntem nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik (olgubilim) yaklaşıma denk düşmektedir. Creswell’e (2018: 77) göre fenomenolojik yaklaşım “birkaç kişinin bir fenomen ya da kavramla ilgili yaşanmış deneyimlerinin ortak anlamını tanımlar. Fenomenolojinin temel amacı bir fenomen ile ilgili bireysel deneyimleri evrensel nitelikteki bir açıklamaya indirgemektir”. Bu yaklaşımın olayların ve olguların insanların deneyimlerinin araştırılması ile ortaya koyulabileceğini ileri sürmektedir. Herhangi bir olay veya olgu bireylerin onları nasıl deneyimledikleri ve yorumladıkları üzerinden değerlendirmektedir (Patton, 2018: 106; Wojnar, ve Swanson, 2007: 172).

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği fenomenolojik yaklaşımda sıklıkla tercih edilen tekniklerden biridir (Sart, 2017: 75. Görüşme tekniğinde veri doygunluğunu konusunda tartışmalar devam etmektedir. Görüşme tekniğinde veri doygunluğuna ulaşmak için kaç kişi ile görüşme yapılacağını çalışma öncesinde belirlemenin güç olduğu bilinmektedir. Bunu belirlemenin birkaç yolu olmakla birlikte genel olarak literatürde kabul edilen doygunluk

kriteri yeni bir veri elde edilmemesi durumudur. Toplanan verilerde tematik tükenme ve değişkenlik olmaması durumu ideal görüşme sayısına ulaşıldığı anlamına gelmektedir (Bryman, 2008: 462). Veri doygunluğu araştırmacının kategorilerin özelliklerini geliştirebileceği hiçbir verinin kalmadığı nokta olarak tanımlanmıştır (Guest vd., 2020: 2).

Araştırmada toplanan veriler betimsel analiz tekniği ile değerlendirilmiştir. “Betimsel analiz sırasıyla betimsel analiz için bir çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve bulguların yorumlanması olarak belirlenen dört aşamadan oluşmaktadır. Betimsel bir analiz için çerçeve oluşturma aşamasında araştırmanın varsayımlarımdan, kavramsal çerçevesinden, görüşme/gözlemlerde bulunan boyutlardan yola çıkarak veri analizi için bir çerçeve oluşturulur”. İkinci aşamada veriler oluşturulan çerçeveye göre okunur ve düzenlenir. Bu aşamada verilerin anlamlı ve mantıklı bir bütün oluşturacak bir biçimde bir araya getirilmesi gerekmektedir. Üçüncü aşamada veriler tanımlanır ve gerekli alıntılarla desteklenir. Bu aşamada verilerin anlaşılır bir biçimde ortaya konması için dilin gereksiz kullanımlarından sakınılmalıdır. Son olarak tanımlanan elde edilen bulgular neden-sonuç ilişkileri çerçevesinde açıklanır (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 256).

İncelenen veriler betimsel analiz yöntemiyle düzenlenmiş ve belirlenen varsayımlar çerçevesinde yorumlanmıştır. Betimsel analiz yöntemi çerçevesinde veriler neden-sonuç ilişkileri çerçevesinde ele alınarak değerlendirilmiştir. Nitel araştırmaların ayırt edici özelliklerinden “araştırmacının rolünün yorumlayıcı bir özne olduğu” savından hareketle veriler bütüncül bir biçimde ele alınarak yorumlanmıştır. Betimsel analiz tekniğinde araştırma bulgularını ortaya koyma adına doğrudan alıntılara sıklıkla yer verilmiştir. Araştırma sürecinde elde edilen bulgular değerlendirme bölümünde detaylı bir biçimde incelenmiştir. Araştırmanın sonuç bölümünde ise araştırmanın tamamı bütüncül bir biçimde değerlendirilmiş ve son olarak elde edilen bulgular neticesinde öneriler sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİK VE MEDYA POLİTİKALARI

1.1. Eleştirel Ekonomi Politik

Medya siyaset ilişkisini ve bu ilişkinin her iki tarafa olan etkilerini incelemek adına kavramsal çerçevenin oluşturulması gerekliliğine binaen bu bölümde medya siyaset ilişkisini açıklayan kavramlar ele alınacaktır. Çalışmada medya siyaset ilişkisi bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilmek adına ilk olarak eleştirel ekonomi politik kuramına değinilecektir. Mosco (2009:2) ekonomi politik kavramını, en genel hatlarıyla “ekonomi politik dar anlamıyla kaynakların üretim, dağıtım ve tüketimini karşılıklı olarak oluşturan sosyal ilişkilerin, özellikle de güç ilişkilerinin incelenmesidir” şeklinde açıklar. Mosco’ya göre bu tanım iletişim endüstrisinin nasıl işlediğini anlamak adına son derece işlevseldir. Örneğin bir sinema filminin yapımcıdan dağıtımcıya birçok aşamadan geçerek tüketiciye nasıl ulaştığını açıklar.

Ekonomi politik kavramının kurucuları olarak kabul edilen Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill vd. kapitalist devrimin toplumu birçok yönden (sosyal, tarım faaliyetleri, ticari...) dönüştürdüğünü ifade etmiş ve nihai olarak tüm bu dönüşümler sonucunda ortaya çıkan bu toplumu endüstriyel toplum olarak ifade etmişlerdir (Mosco, 2009: 3). Ekonomik ilişkilerdeki dönüşümlerin kaçınılmaz olarak her alanda yeni biçimler ortaya çıkarması ekonominin tarihsel süreçlerde belirleyici gücünü ortaya koymaktadır. IX. Yüzyılda İngiltere’de ortaya çıkan Sanayi Devrimi merkezden çevreye doğru yayılarak büyük bir gelişme göstermiş ve insanlık tarihinde büyük dönüşümlere yol açmıştır. İnsanlık tarihi temel alındığında Sanayi Devrimi ile başlayan değişim ve dönüşümler baş döndürücü bir şekilde ilerlediği ve devrimin tarihin akışını hızlandırdığı kolaylıkla söylenebilir. Burada atlanmaması gereken önemli tarihsel olaylardan biri de Fransız İhtilali’dir. Tarihte çifte devrim olarak bilinen bu iki olayı nedenleri ve sonuçları ile kavramadan yapılacak olan her tarihsel analiz doğru sonuçları vermede yetersiz kalacaktır. Fransız İhtilali dünyayı siyasi olarak, Sanayi İnkılabı ise ekonomik olarak dönüştürmüş bunun sonucunda sosyal yaşam bütünüyle farklılaşmıştır. Dünyada bu iki devrimden sonra artık başka bir tarihsel süreç ortaya çıkmıştır denilebilir. Tarihte bugün gelinen noktaya bakıldığında birçok alanda büyük farklılıklar olmasına rağmen o dönem, günümüz koşullarının temelini atıldığı dönemler olması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu iki önemli tarihsel olay nedenleri ve sonuçları ile kapitalist sistemin dünya çapında hâkim sistem haline gelmesinde önemli bir paya sahiptir.

Ekonomi politik toplumsal bir üretim sistemi olan kapitalist ekonomik sistemin incelenmesidir. Ekonomi politiğin formülasyonu Adam Smith, David Ricardo, John Stuart

Mill ve Thomas Malthus gibi iktisatçıları tarafından yapılmıştır. Klasik ekonomi politiği kavramadan eleştirel ekonomi politiğin anlaşılması mümkün değildir. Klasik ekonomi politik savının piyasa ilişkileri, üretim, tüketim gibi konulardaki yaklaşımları kapitalist sistemin inşasında temel referans noktasını oluşturur. “Anaakım ekonomi bilimi ekonomiyi ayrı ve uzmanlaşmış bir alan olarak görürken eleştirel ekonomi politik; ekonomik örgütlenme ile siyasal, toplumsal ve kültürel yaşam arasındaki etkileşimle ilgilenir.” Bu nedenle eleştirel ekonomi politik yaklaşım, anaakım ekonomi biliminin devletler ve pazar arasındaki ilişkileri analizinin merkezine yerleştiren anlayışını reddeder (Golding ve Murdock, 2016: 765).

Marx ve Engels ise ekonomi politik kavramını yeniden yorumlamış ekonomi politiğin inceleme alanı olan kapitalizme başka bir bakış açısı sunmuştur. Ardından gelen birçok çalışma da bu bakış açısından hareketle kapitalizmin bu farklı yorumuna katkılar sunmuştur (Wasko, 2006: 188). Eleştirel ekonomi politik, ekonomi politik gibi bir iktisat kuramı değildir. Kapitalizmin yol açtığı eşitsizliklerden, sömürü düzenine birçok toplumsal konuyu açığa çıkarır. Marx, altyapı-üstyapı formasyonunda altyapının önemini ve belirleyiciliğini mutlaklaştırır da kendisinden sonra gelen Marksist çizgideki araştırmacılar üstyapı içerisinde yer alan öğelere de odaklanmışlardır.

“Ekonomi politik, toplumsal üretim ilişkilerinin yani insanlar arasındaki ekonomik ilişkilerin gelişmesinin bilimidir. Ekonomi politik, gelişmesinin farklı evrelerinde toplum içinde maddi malların üretim ve dağıtımını etkileyen yasaları gün ışığına çıkarır. Bu tanım ekonomi politiğin bir tarihsel bilim olduğunu gösterir (Nikitin 26).” Marx da ekonomik politiği tarihsel bir bilim olarak ele almıştır. Tarihsel koşullar ve ekonomik ilişkiler arasında sıkı sıkıya bir bağ olduğu bilinen bir gerçektir. Her tarihsel dönemin üretim ilişkileri o dönemin tarihsel koşullarını inşa eden en önemli unsur olduğunu altını çizmek gerekir. Marksist düşünce biçimi tarihsel bir bütünlük içinde toplumsal koşulları açıklamaya girişir ve buna diyalektik materyalizm denir.

Marx, diyalektik materyalizm kavramını ortaya koyarken bir düşünce biçimi olarak diyalektik kavramını Hegel’den ödünç almış kendi tabiri ile baş üstünde ters duran diyalektiği ayaklarını üzerine oturtmuştur. Diyalektik materyalizm bilimsel bir düşünce biçimi olmanın yanı sıra bir yöntem olma özelliğini de taşır. Söz konusu bilimsel düşünme olguları belirli bir zaman dilimi içerisinde değerlendirmeyip süreç ve bütünlük içerisinde kavramaya olanak tanıyan bir düşünce yöntemidir (Özçınar, 2013: 96). Diyalektik materyalizm olgulara felsefi bir bakış açısıyla ele almaya olanak sağlar. Marksist düşünce biçiminin diyalektik düşünce biçiminden yola çıkarak “bireylerin maddesel yaşamlarını sürdürmeye yönelik tüm eylemlerini belirleyen toplum ve tarih biliminin alanında ilişkin sorunlara odaklanan” ve

süreci bir bütünlük içinde tahlil etmeye olanak sağlayan yöntem, tarihsel materyalizm olarak adlandırılmıştır (Özçınar, 2013: 98).

Eleştirel ekonomi politik kuramı, diyalektik materyalizm ve tarihsel materyalizmin sunduğu bakış açısıyla toplumsal süreçleri tarihsel bağlamından koparmadan bir bütünlük içerisinde açıklamaktadır. Marx'ın düşünme ve yorumlama biçimini kavramak eleştirel ekonomi politiğin bir bilimsel yöntem olarak anlaşılmasına olanak sağlar. Eleştirel ekonomi politik ekseninde medyayı yorumlamak onun ekonomik ilişkilerdeki rolünü ortaya koymanın yanı sıra medya aracılığıyla kurulan tahakküm ilişkilerini ortaya çıkarmaya çalışır.

“Bu bağlamda medyaya ekonomi politik yaklaşım sembolik (düşünce) üretim araçlarının kontrolü ile insanların düşünce ve eylem tarzları arasındaki karmaşık ilişkilerin incelenmesini içerir. Sadece maddi üretim sürecini değil her türden hegemonik ilişkiyi incelenmesini konu edinir. Bu süreç, medya mülkiyetini, medya endüstrisindeki emek süreçlerini, medya içeriklerinin metalaşması ve ideolojik doğası, iletişim teknolojileri alanındaki gelişmeler, profesyonel ideoloji ve etik gibi unsurları kapsar.” (Bulut, 2009: 8).

Eleştirel ekonomi politik, iktisadi örgütlenme biçimlerine ana akım ekonomi politikten farklı bir biçimde yaklaşır. Bu bağlamda eleştirel "ekonomi politik, anlam üretimi ve tüketiminin toplumsal ilişkileri nasıl şekillendirdiğini ortaya koymayı hedefler.” Bu anlamda düşünüldüğünde anlam üretim ve tüketiminin doğasının nasıl işlediğini sonuçlara odaklanarak açıklamak daha anlaşılır olacaktır. Bunlar, haberin yapılandırılmasının ortaya çıkardığı ilişkilerin sonucundan aile içi televizyon izleme pratiklerinin ev yaşantısını düzenlemesine ve aile içi iktidar ilişkilerinin etkilenmesine kadar uzanır. Eleştirel ekonomi politik iletişimsel eylemin özellikle sembolik kaynakların üretiminde ve dağıtımındaki eşitsizliklerin yapılandırılmasıyla ilgilenir (Golding ve Murdock, 2014: 54).

1.1.1. Ekonomi Politik: Üç Çekirdek Görev

Golding ve Murdock (2014: 60) iletişimin ekonomi politiğin ilgilerini ve ayırt edici özelliklerini göstermek adına üç çözümlene yolu önermektedir. Birincisi, kültürel ürünlerin üretimi ile ilgilidir ve ekonomi politiğin kültürel ürünlerin üretiminde göreceli bir biçimde etkili olduğu varsayımında dayanır. İkinci olarak medya ürünlerindeki temsillerin, onların üretim ve tüketimi sonucunda maddi gerçeklikle bağının saptanması adına metinlerin ekonomi politiği incelenir. Son olarak kültürel tüketim ekonomi politik ekseninde değerlendirmeye alınarak tüketim yoluyla ortaya çıkan eşitsizlikler gösterilir.

Golding ve Murdock, bu üç çekirdek görevin ilki iktidarın sürdürülmesi için anlam üretimi sürecini açıklamaktadır. İletişimin ekonomi politiği, kültürel ürünlerin üretimi ve dağıtımını üzerindeki kontrol gücünü elinde bulunduran güçlerde yaşanan değişimlerin bu alanı

nasıl sınırlandırdığı veya nasıl özgürleştirdiği sorusuna odaklanır. İlkinde bu kurumların mülkiyet yapılarına odaklanırken ikincisinde bu alanı düzenleyen güçler ile iletişim kurumları arasındaki ilişkilerin mahiyetini irdeler. Bu bağlamda medyanın mülkiyeti, mülkiyetin içeriklere etkilerini, pazara girişteki zorlukları, devlet müdahalelerinin yanı sıra hükümetin rolüne odaklanmaktadır.

Medyanın ticarileşmesi ile birlikte holdinglerin artan ilgisi ile değişen yapı kitle iletişim araçlarının kamusal alan olarak faaliyet göstermesi ideali çelişir hale gelmiştir. Medya patronlarının ortaya çıkışı ile birlikte bu durum daha belirgin hale gelmiştir. Medya holdinglerinin yükselişi sadece editöryal müdahaleler veya yayın politikalarına uymayan personeli işten çıkarmakla sınırlı kalmamıştır. Büyük medya gruplarının sektördeki konumu onları sektörü ana belirleyicileri durumuna sokmuştur. Bu bağlamda alana girmeye çalışanlar da büyük aktörler tarafından önceden belirlenen bir dizi kurala uymak zorunda kalmaktadır. Bu durum medyanın belli bir düzeyde kalmasına ve piyasaya yeni girenlerin de sisteme uyum sağlamasına neden olmaktadır. Medya politikalarında devletin belirleyici rolü ilk başlarda dada çok düzenleyici konumundayken özelleştirmeler ve artan ticarileşme ile birlikte değişmeye başlamıştır. Hükümetlerin kültürel üretim sürecine etki etmesinde bir dizi faktör bulunmaktadır. Bunlar, hükümetin kamusal enformasyonun birincil üreticisi olarak bir bağımlılık ilişkisi oluşturması, kural koyucu gücünden kaynaklanan sınırlandırmalar getirmesi, denetim gücünü kullanarak yaptırım veya destekleyici rolünü kullanarak sübvansiyonlar sağlaması gibi bir dizi faktörü içinde barındırmaktadır. Kültürel üretimin ekonomi politiği, arka planda medya mülkiyetini, iktidar ve medya mülkiyeti ilişkilerinin medya içeriklerine ne derecede etki ettiği ile ilgilenirken bunun somut analizini metin çözümlenmeleri ile deşifre etme çalışır (2014: 60-67).

Golding ve Murdock'ın ekonomi politiğe getirdikleri yaklaşım medyada değişen düzenin İngiltere başta olmak üzere Batılı ülkelerde ortaya çıkardığı sorunları ortaya koymaktadır. Türkiye'de de ticarileşme ile birlikte benzer sorunlar ortaya çıktığı, ayrıca devlet aygıtını kontrol eden hükümetlerin medya politikaları konusunda kontrol sahalarını çeşitli yöntemlerle genişlettiği görülmektedir. Bu yöntemlerin nasıl uygulandığı çalışmanın ilerleyen bölümlerinde irdelenmektedir.

1.2. Medyanın Ekonomi Politiği

Marksist medya kuramları da eleştirel ekonomi politik eksende medyanın ekonomik ve toplumsal yapı içerisindeki rolünü ortaya koyan bir bakış açısı sunmaktadır. Marx'ın medya hakkında öne dürdüğü savlar sınırlı olsa da Marksist teorinin sunmuş olduğu bakış

açısı medyanın ekonomi politiğini kavramada yol gösterici bir nitelik taşımaktadır. Ekonomi politiğin iletişim çalışmalarına uygulanmasında Mosco (2009: 128-210), üç kavramsal öneri sunar. İlk olarak iletişiminin metalaşması “*commodification*”, kitle iletişim araçları ile üretilen içeriklerin pazarda alınıp satılabilen emtiaya haline geldiğini ifade eder. Buna göre kitle iletişim araçları ile yayılan ve haber olarak değerlendirilen bir enformasyonun bile emtia değeri vardır. Bu durum iletişimin ekonomi politiğe uygulanmasına olanak sağlayan ilk yönüdür. İkincisi uzamsallaşma “*spatialization*” iletişimin zaman ve mekan sınırını aşması küreselleşmesini ifade eder. Bu kavramsallaştırma aynı zamanda iletişimin ekonomik anlamda küreselleşmesinin sonuçlarına odaklanılması gerektiğini ifade eder. Üçüncü kavram ise yapılaşma “*structuration*”, kitle iletişim araçlarının sosyal hayatı nasıl şekillendirdiği ile ilgilenir. Medyanın sosyal hayatı biçimlendirmedeki rolüne odaklanarak nihayetinde onun hegemonik gücüne vurgu yapar. Bu üç kavram kitle iletişim araçlarının eleştirel ekonomi politik eksende değerlendirilmesine olanak sağlarken aynı zamanda yapısal olarak onun formasyonunu da ortaya koyar.

Golding ve Murdock ise eleştirel ekonomi politik klasik ekonomi biliminden dört bakımdan farklılık gösterdiğini ifade eder. “Birincisi: bütüncül (holistic), ikincisi: tarihsel, üçüncüsü: merkezi kapitalist teşebbüs ile devlet müdahalesi arasındaki denge ve dördüncüsü verimlilik.” Eleştirel ekonomi politiğin bütüncüllüğü onu yapıyı bir bütün olarak görmesinden kaynaklanmaktadır. Özçetin, (2018:210) bütüncüllük kavramını Frankfurt Okulunun temel tezlerinden kültür endüstrisi ile açıklamaktadır. Buna göre; “kültürel hayattaki kitle kültüründeki tekdüzelik, yabancılaşma, aynılaşma, bayağılığın kökleri kültürel hayatın kendisinde değil kapitalist ekonomik ilişkilerde aranır”. Bu bütüncüllük eleştirel ekonomi politiğin görme biçimi olarak da değerlendirilebilir.

Eleştirel ekonomi politiğin sunduğu bakış açısı medyanın yapısal olarak bütüncül bir analizini yapmaktadır. Büyük şirketler tarafından yönetilen medya kuruluşları bu şirketlerin çıkarlarını kollamak adına yayın stratejileri belirlemektedir. Giderek artan özelleştirmelerle medya-pazar ilişkilerinin içinde tüketim kültürünün medyaya bağımlılığı gibi nedenlerle de medyanın kültür endüstrisi olma özelliğini pekiştirmiştir. Bu durum zamanla kültürel alanın metalaşmasına yol açmaktadır. Bu ticarileşme süreci medyanın en önemli geliri olan reklamlar izleyiciye satılmaktadır. Böylelikle esasında medya izleyicisini reklam verene satmaktadır. Dolayısıyla izleyici/okuyucu bir meta haline gelmiştir (Golding ve Murdock, 2014: 55). Bu bağlamda izleyici/okuyucu hem medya için medyanın içeriklerini satın alması beklenen müşteri hem de reklam verene satılan bir metadır.

Büyük ölçekli ticari işletmeler olan holdinglerin medyaya ilgisi kapitalist süreçlerin gelişmesi ile XX. Yüzyılın ikinci yarısından itibaren yeni bir ivme kazanmıştır. Süreç ABD ve Avrupa ülkelerinde biraz daha erken başlamasında rağmen Türkiye’de medyada özel teşebbüslerin önünde yasal engeller bulunmasından dolayı daha geç başlamıştır. 1980’li yıllardan sonra belirlenen ekonomi politikaları her alanda özel teşebbüslerin önünü açmış bu düzenlemeler Türkiye’nin medya yapısına da yansımıştır. 1980’li yılların sonlarından itibaren büyük çaplı ticari işletmeler olan holdingler medyaya yatırım yapmaya başlamışlardır. Bugün de Türkiye’de büyük çaplı medya kuruluşları hâlâ holdinglerin çatısı altında faaliyet göstermektedir. Bir ticari işletme olarak medyanın kârlılığı tartışmalı bir konudur. Medyanın ekonomik krizler karşısında en duyarlı işletmeler sınıfında olduğu söylenebilir. Medya ekonomik anlamda reklama bağımlı olmasından dolayı işletmelere de bağımlıdır. Herhangi bir ekonomik krizde ilk kısıtlanan kalemlerden biri olan reklam giderleri medyayı doğrudan etkilemektedir. İşletmelerin bu kadar hassas bir ticari alanda faaliyet gösterme riskini neden aldıkları sorusunun cevabı medyanın toplumsal yapı içerisinde kamuoyunu etkileyen en önemli araçlardan birisi olmasından kaynaklanır. Kuyucu (2013a: 149) şirketlerin neden medyaya sahip olma amaçlarını altı başlık altında toplar. Bunlar:

- “1. Diğer sektörlerin erişemeyeceği ve elit (toplumun üst sınıfının) kesimin elinde bulundurması ile oluşan statü ya da toplumsal üstünlük farklılığı,
2. Kamuya hizmet etmesi (kamusal kullanım),
3. Medya sahipliğini elinde bulunduran sermaye sahibinin kamuoyunu etkileme, yönlendirme, yönetme fonksiyonuna sahip olması,
4. Medya dışında kalan iş alanlarındaki yatırımlarda kuvvetli olmak, rekabet avantajını diğerlerine göre büyük oranda ele geçirmek,
5. Uç fikri ve bilgiyi topluma ulaştırmak ve yansıtmak, popüler kültür vasıtasıyla rant sağlamak ve popüler kültürü paraya çevirmek,
6. İdeolojiler kurabilmek, geliştirebilmek ve istenen ideolojik alt yapıyı kurmak.”

Türkiye’de holdinglerin medyaya yatırım yapmaları 1990’lı yılların başına tekabül eder. Bu tarihlerden sonra başlayan süreçleri ise yoğunlaşma izler. Tıpkı diğer ekonomik alanlarda faaliyet gösteren işletmelerde olduğu gibi pazara hâkim olan sermaye sahipleri pazardaki küçük işletmeleri satın almalar veya rekabet edemeyecek düzeylerde fiyat politikaları uygulayarak elimine eder. Bu durum her ne kadar önünde yasal engeller olsa da yoğunlaşmayı beraberinde getirir. Thompson’dan aktaran Adaklı (2006: 37), “medyada yoğunlaşma üç biçimde kendini göstermektedir:

1. Yatay ve dikey bütünleşme,
2. Çeşitlenme (Çapraz bütünleşme)
3. Uluslararasılaşma”

Bu üç yoğunlaşma biçimi de medyada sermaye kontrolünün yapısal biçimini ifade etmektedir. 1990'lı yıllardan itibaren Türkiye'de ana akım medyanın yoğunlaşma biçiminin çapraz bütünleşme ile örtüştüğünü söyleyebiliriz. Çapraz bütünleşme, şirketlerin farklı sektörlerde de yatırımlar yaparak faaliyet alanlarını genişletmeleri ve bunun sonucunda da kontrol alanlarını da genişletmeleri olarak ifade edilebilir. Şirketlerin ticari anlamda tekelleşme eğilimleri kapitalist sistemde her zaman var olan bir durumdur. Üretilen metanın tek merkezden kontrol edilmesi fiyat politikalarını doğrudan belirleyebilme ve kârı da maksimizde edebilmeye olanak sağlar. Medyada tekelleşme ise böyle ticari anlamda fiyat politikalarına etki etmekle birlikte içeriklerin aynışmasına yol açar. Bu durum diğer ticari işletmelerde tekelleşmelerin yol açtığı sorunların yanı sıra medyada bir takım sorunları da beraberinde getirmektedir. Bu sorunların başında medyanın dördüncü güç olma gücü ilkesinin zedelenmesi gelmektedir. Medyanın devlet/hükümetin gücünü aşırı kullanmasını engelleme noktasındaki rolü, medyanın holdingleşme sürecinde giderek etkisini yitirmektedir (Donnuhe ve ark, 1995).

Medyanın sahiplik yapısının içeriklere etkisini araştırırken eleştirel ekonomi politik kavramsal olarak araştırmacıya doğru bir perspektif sağlar. Ekonomide serbest pazar sisteminin giderek yaygınlaşması özelleştirmeleri hızlandırmış medya da bu süreçten payını almıştır. "Medya bir yandan sermayenin kar ettiği bir ticari faaliyet alanı iken bir yandan da sermaye sahiplerinin ideolojik hegemonyasını kurmasının ve sürdürmesinin bir aracı haline gelmiştir" (Çoban: 2013: 12). Medya sahipliğinin içeriğe yansımaları medyanın en önemli rollerinden biri olan demokratik süreçlere katkısına engel olmasını da beraberinde getirmektedir. Özellikle haber/bilgiyi topluma doğru ulaştırma görevi medyanın meşruiyetinin temel kaynağıdır. Aksi bir durumda medya kuruluşu görevini yerine getiremediği gibi meşruiyetini de zedelemiş olur.

Ekonomi politik yaklaşım bir ülkede demokrasinin yaşayabilmesi için gerekli olan haber ve bilgi akışını kısıtlamak medya mülkiyetinin kullanılabilmesini ortaya koymaktadır. Büyük çaplı sermaye gruplarının medyaya girişi ile birlikte medya hükümdarları ortaya çıkmış ve medya içerikleri tek merkezden yönetiliyormuşçasına tek tipleşmiştir (Dalgaldere, 2011:73). Bu durum farklı gruplarda olan izleyiciler veya okurların da hep aynı içeriklere maruz kalmasına neden olmaktadır.

Golding ve Murdock'a göre; (1973) (<https://socialistregister.com>) medya bireylerin yaşamlarını iki şekilde etkiler. İlk olarak bireyler iş hayatı dışındaki zamanın birçoğunda medya ile meşgul olur ve bu meşgulliyet bireylerin harcamalarını etkiler. İkinci olarak ise medya, bireylerin doğrudan ulaşabilmesi mümkün olmayan sosyal ve politik süreçler

hakkında enformasyona ulaşabilmesini sağlayan bir araç olmasından dolayı etkiler. Bireyler medya aracılığıyla siyasal süreçler hakkında bilgi sahibi olur. İktidarın dağılımı ve meşrulaştırma sürecinin detaylı bir analizi yapılmak isteniyorsa muhakkak medya analizi de içeriğe dâhil edilmelidir. Siyasetin medyaya ilgisi daha çok ikinci yönüyle ilgilidir. Demokratik bir sistemin olduğu ülkelerde siyasal partiler toplumun rızasını almak durumundadır. Bu rıza seçim dönemlerinde oya dönüşür ve siyasetin temel hedefi olarak iktidar yürüyüşünde ne kadar çok oy alındığı ile ilgilidir. Medya, özellikle haber üretimi noktasında siyasete bağımlıdır, siyasiler de kendilerini topluma ifade edebilmek için medyaya bağımlıdır. Aralarındaki bu karşılıklı ilişki kasti bir birlikteliğe döndüğü vakit medya demokratik sistemde en önemli işlevlerinden birini yerine getirmiyor demektir.

Medyanın ekonomi politiği medyada sahiplik yapılarından (ekonomik ilişki) yola çıkarak medyanın kapsamlı bir analizini yapar. Özelleştirmenin medyaya etkileri Türkiye gibi daha sonradan liberal ekonomi politikalarını benimseyen ülkelerde, tarihsel olarak karşılaştırma olanağı sunması bakımından somut veriler üzerinden incelenebilmektedir. Özellikle 1990'lı yıllarla birlikte Türkiye'de medya giderek özelleşmiştir ve bu süreç liberalizm sonrası olarak bilinen neoliberalizm süreci olarak açıklanmaktadır. Türkiye medyada yapısal olarak liberalleşmeyi esas olarak neoliberalizm sürecinde yakalamıştır. Bu dönemden itibaren gerek sermaye gerekse siyaset medya gücünü kullanma girişimlerinde eskiye nazaran çok daha girişken olmuştur.

1.2.1. Neoliberalizm

1980'li yıllarda dünya tarihi açısından önemli tarihsel dönüşümler yaşanmıştır. Özellikle ikinci dünya savaşı sonrasında keskinleşen SSCB ve ABD'nin oluşturduğu iki kutuplu dünya yaklaşık kırk beş yıl boyunca hüküm sürmüştür. İki ülke arasındaki gerilim bir anlamda sistemlerin savaşıdır. Bir tarafta liberalizm (kapitalizm) diğer tarafta sosyalizm kendini kanıtlamak için bu iki ülkede kendisine vücut bulmuştur denilebilir. Bu tarihsel süreç 1989 yılında SSCB'nin çözülmeye başlaması ile sonra ermiş ABD tek kutup olarak tarih sahnesinde yerini almıştır. SSCB engeli önünden kalkmasıyla ABD ekonomik ve politik hegemonyasını pekiştirmiş ve dünyaya açılma süreci hızlanmıştır (Adaklı, 2006: 34).

Kapitalist ekonomik sistem XX. yüzyılda önemli iki büyük krizle yüz yüze kalmıştır. Her kriz sistemin yeniden yapılandırılmasına gerek olduğunu göstermiştir. Büyük buhran nasıl Keynesyen ekonomi politikalarının benimsenmesine yol açıyorsa 1970 krizi de yeni bir ekonomik anlayış geliştirilmesi gerektiğini öne çıkarmıştır. Tabii bu her iki dönüşümde kapitalizmin bir sistem olarak devamlılığını sağlama çabalarının bir sonucu olarak görülebilir.

Neoliberalizm, liberalizmin bir ilerisine geçerek özel mülkiyet haklarının, bireysel özgürlüklerin, serbest piyasa ekonomisinin, girişimci özgürlüklerinin en üst düzeylere çıkarılmasını savunan bir ekonomi politik sistemdir. “Bu sistemde devletin rolü bu tür uygulamalar için kurumsal bir çerçeve oluşturmak ve bunu korumaktır.” Ayrıca, serbest girişimin olmadığı alanlarda devletin eliyle kurulmasını savunur, Bunun yanı sıra devlet, özel mülkiyet haklarını ve piyasayı güvence altına almak için gerekli olan aygıtlarını tesis etmeli ve bunları yeri geldiğinde kullanmalıdır. (Harvey, 2007: 23). Kavramın önündeki “neo” takısı liberalizmin yeniden güncellenmesi anlamını taşımaktadır. Bu nedenle neoliberalizm denildiğinde akla liberalizmin başka bir formu değil değişen dünya sistemine göre yeniden revize edilmiş bir liberalizm gelmelidir.

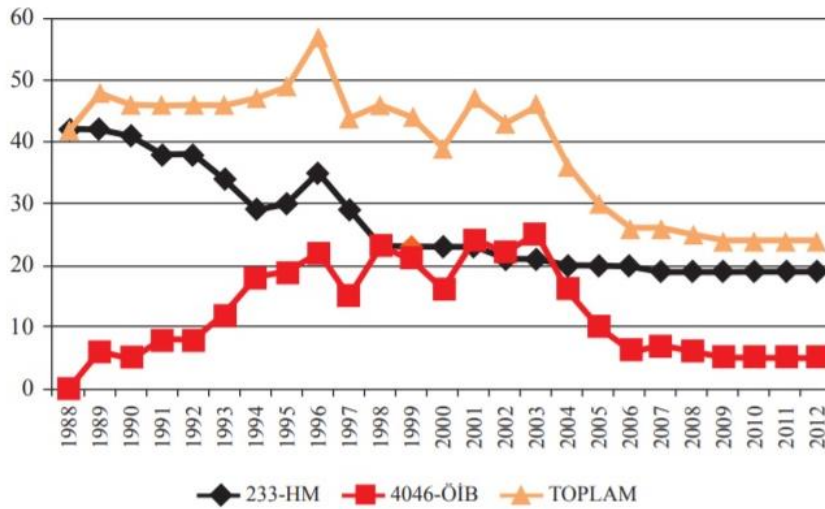
Neoliberalizm, büyüyen ve teknolojinin sunduğu imkânlarla sınırlarını aşan ekonomik ilişkilerin önündeki engellerin kaldırılmasına yönelik sistemde bir dizi yapısal değişimi içeren bir süreci kapsar. Ekonomide uzun zamandır benimsenen liberalizmin siyasal liberalizmle özdeşleştirilmesini ve devletin piyasa ekonomisi içerisinde küçülmesini ifade eder. “Neoliberal politikaların makro ekonomik boyutu, devlet kararlarının ekonomi üzerindeki etkisinin minimize edilmesini öngörmektedir. Mikro ekonomik boyutu ise özelleştirme, serbestleşme, vergi, istihdam ve endüstri politikalarını içermektedir.” (Dilaver, 2006:4). Buradan salt devletin etki alanının küçülmesi gibi bir anlam çıkarılmamalıdır. Neoliberalizmin Türkiye’de ekonomik anlamda büyük ölçüde benimsenmesine rağmen devletin gücünden hiçbir şey kaybetmemiş olması bunun en somut kanıtıdır. Bu noktada, neoliberal sistemin batı ülkelerinden olduğu gibi alınmadığı ya da devletin işleyişini aynı şekilde biçimlendirmedeğinin altını çizmek gerekir. Bu durum Türkiye’deki devlet geleneği ile batıdaki devlet geleneğinin birbirinden farklı olmasından kaynaklanmaktadır.

Herhangi bir sistemin baskın bir sistem haline gelebilmesi için kamuoyuna nüfuz etmesi ve sağduyuya gömülü olması gerekir. Bu kadar çabuk benimsenmesinin nedeni özgürlüğü vaat etmesi ve onu kutsamasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca neoliberal sistemin savunucuları kurumsal olarak birçok alanda örgütlenmiştir. Bu örgütlenme üniversiteler ve düşünce kuruluşlarında, medyada, kilit devlet kurumlarında ve ayrıca küresel finansı düzenleyen Bretton Wood kuruluşlarında bir bütünlük içinde biçimlenmiştir. Bu kadar geniş bir alanı kapsayan neoliberalizm bir söylem inşa etmiş ve o söylem kısa sürede hegomonik hale gelmiştir. Bugün dünyayı yorumlama büyük ölçüde neoliberalizmin inşa ettiği hegomonik söylem çerçevesinde yapılmaktadır (Harvey, 2007: 23).

Neoliberalizm, merkezinde ABD’nin yer aldığı ekonomik sistemin küreselleşmesi olarak düşünüldüğünde daha anlaşılabilir hale gelmektedir. Bu küreselleşme süreci siyaset,

ekonomi, kültür, medya gibi her alanda dönüşümlere yol açmıştır. ABD, ilk olarak dünyanın çeşitli yerlerine kendi medya kuruluşlarını ihraç etmiş daha sonra bu medya kuruluşları aracılığıyla bu söylemin benimsenmesini sağlamıştır. Türkiye’de 24 Ocak 1980 kararları sonrası benimsenen ekonomik anlayış neoliberalizmin savları ile örtüşmektedir. Özellikle 1990 sonrası özelleştirmeler büyük bir hız kazanmış ve devletin kontrolünde olan birçok işletme özelleşmiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarında benimsenen devletçi ekonomi politikaların sonucunda kurulan prestijli devlet işletmelerinin birçoğu bu süreçte özelleştirmeler yoluyla piyasaya devredilmiştir. Özellikle 1980 yılında itibaren başlayan özelleştirme süreci günümüzde gelinen noktaya bakıldığında önemli bir değişim geçirdiği görülmektedir. Aşağıdaki grafikte de görülen Türkiye’nin 1988-2012 yılları arasındaki KİT sayılarına bakıldığında bu durum daha iyi anlaşılabilir.

Grafik 1.1 KİT Sayıları (1988-2012)



Bu noktada belirtilmesi gereken önemli bir husus da serbest piyasa ekonomisini benimseyen ülkelerde özel teşebbüslerin ortaya çıkışı ile birlikte KİT’lerin rekabet gücünün zayıflamasıdır. Bunun en somut örneklerinden biri özel televizyon kanallarının açılması ile birlikte TRT’ni izler sayısında yaşanan düşüştür. Bu örnekten yola çıkarak, üretim maliyeti, çalışan giderleri, içerik üretiminde devlet kurumu olarak daha titiz davranılması gibi birçok etken TRT’nin özel kanallar karşısındaki rekabet gücünü oldukça zayıflatmıştır. Bu temel sorunlar KİT’lerin birçoğu için geçerlidir. Ayrıca özelleştirme tek başına açılanabilecek bir kavram değildir. Özelleştirmelerin birçok nedeni olmakla birlikte en önemli nedenlerinden biri serbest piyasa ekonomisine geçişte bir ön koşul olmasıdır. Bu nedenle özelleştirmelerin tek başına bir politika olmadığı serbest piyasa ekonomisinin geçerlilik kazanması için bir zorunluluk arz ettiğinin altını çizmek gerekir. Bu açıdan bakıldığında iktisadi örgütlenme biçimi herhangi bir ülkenin ekonomik faaliyetlerini de doğrudan etkilemektedir. Herhangi bir ülkede iktisadi örgütlenme biçimi değiştirilmek istendiğinde KİT’lerin özelleştirilmesi veya

kamulaştırılması tutarlı bir yaklaşım olarak görülmektedir (Sezgin, 2014: 163). Türkiye’de 1980 sonrasında ivme kazanan özelleştirmelerin, dönemin iktisadi örgütlenme biçimi olarak kabul edilen serbest piyasa ekonomisi ile doğrusal bir bağı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Neoliberalizmin Türkiye ekonomisinde yarattığı dönüşümün en somut göstergelerinden biri KİT’lerin özelleştirilmesi ve özel teşebbüslerin önündeki yasal engellerin kaldırılması sonucunda her alanda ortaya çıkan özel sektördür.

1.2.2. Neoliberalizm Çağında Medya

24 Ocak kararları sonucunda değişen ekonomi politikaları kitle iletişim araçlarının mülkiyet yapılarına yansımıştır. Devlet mülkiyetindeki kuruluşların özel teşebbüslere satılması (*denationalization*), pazarı rekabete açarak serbest girişimlere olanak sağlama ve liberalleştirme (*liberalization*), devlete bağlı kuruluşların tecimselleştirilmesi (*commercialization*) ve kuralların kaldırılması ya da piyasa ekonomisi içerisinde faaliyet gösteren işletmelerin çıkarlarına yönelik yeni kuralların getirilmesi (*deregulation/reregulation*) özelleştirme sürecinin farklı boyutlarıdır (Murdock’tan akt. Kejanlıoğlu: 2004: 26).

Deregülasyonun medyaya uygulanması genel anlamda iletişim sektörünün özelleştirilmesini ifade ederken uygulama biçimi olarak daha çok radyo-TV yayıncılığını kapsamaktadır. Dahası uygulama biçimiyle yayıncılık sektörünün özelleştirilmesini ifade eder. Dünyada yayıncılığın yapısal durumuna bakıldığında ABD’de ortaya çıktığı zamandan beri özel teşebbüse açık olan yayıncılık Batı Avrupa’da 1980, Türkiye’de 1990’lı yıllarda özelleşmeye başlamıştır. Bu yıllara kadar dünyada yaygın bir biçimde yayıncılık devlet kontrolünde yapılmaktaydı. Özelleştirmeler sonucunda yayıncılığın önündeki yasal engellerin kaldırılması ile birlikte hem devlet hem de özel yayın kuruluşlarının faaliyet gösterdiği karma bir yapı ortaya çıkmıştır (Çakır ve Gülnar, 2007: 208). Kejanlıoğlu (2004:29), Türkiye’de medyanın özelleştirilmesi süreci ile Avrupa’daki özelleştirme süreçlerinin birbirinden farklı motivasyonları olduğunu altını çizer. Türkiye’nin karmaşık iktisadi, siyasi, kültürel süreçleri ve ilişkileri bu farklılığın oluşmasında temel etkenleri oluşturmaktadır.

Deregülasyon politikalarının liberal ekonomi politikalarının benimsenmesinin ardından geleceği liberalizmin özgül içeriğinde vardır. Ne var ki Türkiye ve Avrupa ülkelerinde medyanın özelleştirmeye açılması birbirine yakın zamanlarda gerçekleşmiş olsa da farklı sonuçların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu noktada bu iki coğrafyanın kendine özgü sosyal, kültürel, siyasi farklılıkları sonuçların farklılaşmasına doğrudan etki etmiştir.

İfade özgürlüğü, basın özgürlüğü gibi konularda idealize edilen kuralların uzağında olan Türkiye, benzer sıkıntılarını yayıncılık alanına da taşımıştır. Her ne kadar 1990'lı yıllarda medya patronlarının gücünü ortaya koyan gelişmeler yaşanmışsa da bu durum, ilgili dönemin siyasi karmaşasından kaynaklanmaktadır. Siyasi otorite boşluğunda medya patronları bir dönem etkili olsalar da bu durum basın özgürlüğünün ideal düzeylere erişmesine olanak sağlamamıştır. Bunun en önemli nedeni büyük çaplı medya kuruluşlarına yatırım yapan holdinglerin amaçlarının medyayı bir güç olarak kullanması olarak değerlendirilebilir. Liberalizmin en büyük vaadi olan özgürlük vaadi, medyayı özgürleştirmek bir yana onu araçsallaştırmıştır.

Devlet kontrolünde olan bir medya sisteminde basın özgürlüğünün olmayacağı savı liberal ekonomik görüşün en temel savlarından biridir. Buna göre medyanın ticarileşmesi politik bağımsızlığı korumanın en ideal yolu olarak görülüyordu. Ne var ki zamanla medya mülkiyeti bir nevi iktidar seçkinlerinin oluşturduğu bir yapı halini almış ve böylece medya politik isteklerin bir aracı haline gelmiştir (Voltmer, 2008: 37). Medyanın ticarileşmesi devletten bağımsız hale gelmediği gibi yeni bağımlılıkları da beraberinde getirmiştir. Serbest pazarın felsefesi burada da devreye girecek ve halkın istekleri doğrultusunda içerikler belirlenebilecekti. Medyanın serbest pazar içerisinde özgürleşeceği vaadi basın özgürlüğünü de içeren bir anlam taşıyordu.

Yenilenmiş bir basın özgürlüğü vaadi devlet müdahalelerinin de biçimini değiştirmiştir. Özellikle Türkiye gibi devlet/hükümet kavramlarının iç içe olduğu ülkelerde, devletin bir ideolojik aygıt olan medyanın kontrolünü tamamen pazara devredeceği düşünülemez. Televizyonun teknolojik bir aygıt olarak ortaya çıkışı ve yaygınlaşması ile Türkiye'de de Türkiye Radyo ve Televizyonu (TRT) kurulmuş ve tamamen devlet yayıncılığı altında faaliyet göstermeye başlamıştır. TRT Türkiye'de devlet/hükümet kavramlarının birbirinden neden ayrı görülemediğinin somut bir kanıtı gibidir. TRT'nin kurumsal olarak yayın içerikleri, yönetim yapısı, personel istihdamı tarihsel olarak incelendiğinde hiçbir zaman bağımsız olmadığı anlaşılabilir. Bağımsızlık bazı dönemlerde göreceli olarak sağlanmışsa da devlet politikasından ayrı düşünülemez.

Liberal ekonomi politikalarının benimsenmesi ile birlikte Türkiye'de medyanın özel teşebbüslerin girişimlerine serbestiye getirilmiştir. 1980'li yıllarda benimsenen politikaların sonuçları medyaya 1990'lı yıllardan itibaren yansımaya başlamış ve özellikle televizyon yayıncılığında özel teşebbüsler birbiri ardına ortaya çıkmaya başlamıştır. 24 Ocak kararlarının alınması ve uygulanmasında Turgut Özal'ın rolü büyüktür. Kararların alındığı dönemde Başbakanlık Müsteşarı olan Özal, fiili olarak uygulanması döneminde Başbakan olarak görev

yapmaktadır. Başbakanlığının ilk dönemlerinde basınla sorunlar yaşayan Özal, Aydın Doğan'ın öncülüğünde sembolik bir barış yapmış bu barışın sonucunda sektör yeniden yapılanma sürecine girmiştir. Bu sembolik barış; basından sınai, siyasi, ideolojik bir komplekse dönüşen ve medya olarak bilinen dev komplekse dönüşün ilk adımını oluşturmuştur (Kejanlıoğlu, 2006:151). 1990'lı yıllara kadar basınla sürekli olarak sorunlu bir ilişki yaşayan Özal, 1990'lı yıllardan itibaren daha uyumlu bir ilişki içerisinde olmuştur. 1990'lı yıllarda kurulmaya başlayan özel teşebbüslerin kontrolündeki medya, ortaya çıkmaya başladığı dönemlerden itibaren günümüz siyasetinin de temel çerçevesini oluşturan politikaların benimsenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Bu dönem aynı zamanda medya siyaset ilişkilerinde çapraz mülkiyet ilişkilerinin sonuçlarının görünür hale geldiği dönem olarak nitelendirilebilir.

2000'li yıllarda ise medya politikalarını Avrupa Birliği'ne üyelik süreci içerisinde bir takım yenilikler getirilmiştir. Bu kriterler genel olarak yayın içerikleri, yayın süresi, etik ilkeler ve kısmen de Avrupa Birliği'nin temele politikalarından olan çoğulculuk prensibi ile ilgilidir. Bu kapsamda yayınların içerikleri, reklam süreli, reklamda etik ilkeler gibi bir dizi kural Türkiye'de de uygulanmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra yayın politikalarını etkileyen bir diğer unsur ise Türkçe dışında farklı dillerde yayın yapılmasının önündeki yasal engellerin kaldırılmasıdır. Bu kapsamda devlet televizyonu olan TRT'de yeni bir kanal açarak Kürtçe yayına başlamıştır. Bunun yanı sıra Türkçe dışında farklı dillerde özel televizyon kanalları ve radyoların kurulmasının önündeki yasal engeller de kaldırılmıştır (Çabuk, 2013: 39-43). Avrupa Birliği'nin yayın politikaları genel olarak televizyon yayıncılığını kapsamaktadır. Bu bağlamda AB uyum süreci 2000'li yıllarda medya politikalarını etkileyen bir unsur olarak değerlendirilebilir fakat medyanın sahiplik yapısından kaynaklanan sorunlara bir çözüm olmadığını da belirtmek gerekir. Bu nedenle yazılı medya alanında Avrupa Birliği üyelik süresinin bir etkisi olmamıştır. 1990'lı yıllardaki ortam içerik olarak özelliklerini hala muhafaza etmektedir. Bu dönüşümler de yine medyanın sahiplik yapısından kaynaklanan sorunlara çözüm getirmemiştir. Neoliberal politikalar eksenine ortaya çıkan medya sahiplik yapısı 2000'li yıllarda da varlığını sürdürmektedir. Ancak, 2000'li yıllarda sahiplik yapısındaki dönüşümlerin ve ortaya çıkan yeni medya patronlarının siyasetle ilişkileri 90'lı yıllardan farklılıklar göstermektedir. 1990'lı yıllarda medya patronlarının siyasetle ilişkilerinde medya patronlarının etkisi daha fazlayken 2000'li yıllarda durum tersine dönmüştür. Liberal politikaların ortaya çıkması ve uygulanması sağ politikalar ekseninde olduğu gibi neoliberal politikalarda da yeni sağ politikaların etkisi görülmektedir. Bu noktada ayrıca belirtmek gereken bir diğer husus ise Türkiye'nin dünyanın geri kalanı ile aynı seyri

izlemediği ve kendine özgü bir takım politik süreçlerden geçtiğidir. Medyada özelleştirme süreci ise kamu kurumlarının özelleştirilmesi şeklinde değil, medya sektöründe özel teşebbüslerin önündeki yasal engellerin kaldırılması ile kurulan medya kuruluşları ile gerçekleşmiştir. Bu süreç 1980’li yıllardan itibaren Türkiye siyasetinde belirgin bir biçimde kendini gösteren yeni sağ politikalar ile birlikte değerlendirilmelidir.

1.3. Yeni Sağ Politikalar ve Medya

Merkez sağın ortaya çıktığı II. Dünya Savaşı sonrası ekonomi politikaları ve savaşın yol açtığı toplumsal sorunlar Türkiye toplumuna da doğrudan yansımıştır. I. Dünya Savaşı sonrasında yeni kurulan Cumhuriyet siyasi anlamda büyük bir tarihsel dönüşümün de yaşandığı dönem olarak nitelendirilir. Yönetimsel anlamda monarşiden Cumhuriyete geçiş devletin tüm mekanizmalarının da sisteme uyumlu hale getirilmesinin zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında benimsenen siyasal sistem Batı menşeli olmasına rağmen Türkiye’nin gerek sermaye gerekse yetişmiş insan kaynağı noktasındaki eksiklikleri ekonomi politikalarında devletçilik ilkesinin benimsenmesini zorunlu hale getirmiştir. Bu durumun en somut göstergesi İzmir İktisat Kongresinde özel teşebbüsü kolaylaştıracak yönde kararlar alınmasına rağmen beklenen sermaye büyümesinin ortaya çıkmayıdır. Bunun yanı sıra erken cumhuriyet dönemlerinde eski anlayışın kalıntıları ile mücadele, toplumun yeni sisteme uyum sağlarken yaşadığı sorunlarla baş etme gibi durumların ortaya çıkması devleti gerek ekonomide gerekse sosyal alanlarda daha etkili bir hale getirmiştir. Bu doğrultuda, erken cumhuriyet dönemlerindeki yaşanan problemler sağ siyasetin doğuşuna zemin hazırlamıştır. Bu dönemlerde yaşanan iktisadi problemlerin dünya ekonomisini derinden etkileyen 1929 ekonomik buhranından bağımsız olmadığının da altının çizilmesi gerekir. Bir anlamda tarihin akışı sağ siyasetin ortaya çıkması ve güçlenmesinde gerekli şartların oluşmasına olanak sağladığı ifade edilebilir.

Bu etkenlerin yanında Cumhuriyet devrimi siyasal anlayışın kökten dönüşümünün yanı sıra Tazminat ile başlayan Batılılaşma ve sekülerleşme hareketlerini de benimseyerek kültürel bir devrime girişmiştir. Ancak bu batılılaşma eğilimleri toplumun geniş bir kesimini oluşturan kitlelerde kabul görmemiştir. Bu kabul göremeyişin temel nedeni Batı toplumlarının modernite tarihi ile yakından ilgili olmasından kaynaklanmaktadır. Batı toplumlarının modernleşmesinin temelleri yüzyıllara yayılan Rönesans ve Aydınlanma Çağı’nda atılmıştır. Böylesi bir tarihsel süreçten geçmeyen Osmanlı geleneksel toplumunun modernleşmeyi kavrayamaması gayet anlaşılır bir durumdur. Merkez sağ siyaset ise bu sancıyı kavramış ve sanayi toplumunun dayattığı değişimin ancak geleneksel değerlerle harmanlandığında kabul

görebileceğini fark etmiştir. Bu farkındalık, merkez sağ siyasetin toplumun duygu haritasına uygun bir söylem inşa etmesine neden olmuştur. Merkez sağın siyasal kimliğinin beslendiği iki temel ideoloji böylece siyasal tarihe mâl olmuştur: Muhafazakâr demokrat gelenek ve siyasal İslamcı gelenek (Göksu, 2013: 82-83).

Yeni sağ politikalar ve medya politikaları arasındaki ilişkiyi tarihsel seyri içerisinde açıklamak için öncelikle sağ politikaların Türkiye’de hakim olma sürecinin ortaya konması gerekmektedir.

1.3.1. Türkiye’de Sağ Politikalar

Çavuşoğlu’na göre (2009: 266) “Merkez sağ siyaset, toplumun geniş kesiminin inanç, değer yargılarının ve hayat biçimlerinin siyasal temsili olarak kabul görmektedir. Merkez sağ çizginin izlediği yol, liberal ekonomik politikalarla toplumun inanç, değer, hayat biçimlerinin modernleşmeyle birleştirilmesidir.” Türkiye’de merkez sağ, Demokrat Parti’nin siyaset sahnesine çıkışı ile tarihlendirilir. Demokrat Parti’den günümüze kadar merkez sağı temsil eden hemen hemen bütün partiler aynı söylemin devamı olarak nitelendirilebilir. Merkez sağın ekonomi politikaları liberalizm, siyasal politikaları ise muhafazakâr ideolojilerden oluşmaktadır. Felsefi kökeni itibari ile liberalizmle muhafazakârlığın evrensel zıtlığı siyaset arenasında birlikteliğe dönüşürken bir sentez oluşturmuştur. “Kapitalist burjuva demokratik rejimin oturması sürecinde ve hegemonyasını tahkim ettiği uğraklarda liberalizm muhafazakârlaşmış, statüko liberal-muhafazakârlıkla belirlenmiştir”(Bora, 2017: 530). Muhafazakâr ideolojilerde beslenen sağ politikaların daha pragmatist olmasının temelinde de kapitalist sistemin ekonomi politikalarının uğrağı olan liberalizmden doğan birliktelikten alınan değerlerin etkili olduğu söylenebilir.

Tartışmaları daha önceki dönemlerde başlamış olsa da Türkiye’de sağ politikaların iktidara gelişi Demokrat Parti’nin iktidara geldiği 1950 yılına tarihlendirilir. Karpat’a göre; (2010: 469) bu dönem aynı zamanda çok partili siyasal hayata geçiş ile de tarihlendiği için kurulan siyasal partilerin temel dayanağı da çok siyasal sistemi oluşturmaktır. Bu dönemin siyasal partileri için üzerine uzlaşma sağladıkları demokrasi tanımı olmamamla birlikte demokrasiyi kavramsal olarak benimsemişlerdir. Demokrasinin diğer gereksinimleri (temel hak ve özgürlükler, sivil toplum, ekonomik yapı) üzerinde herhangi bir temel düşünce sistemi oluşturamamışlardır. Bu durum siyasal partilerin birbirinin aynısı olduğu anlamına gelmese de aralarında ana sorunlara bakış açılarının benzeyişinden anlaşılmaktadır. Parti programlarındaki toplumsal ve iktisadi sorunlara ve önerilere yer verilse de bunlar bir felsefi temele dayanmaktan ziyade partilere her görüşten insanı çekme amacı taşımaktadır.

Çok partili hayata geçiş de zaten mevcut siyasi geleneğin içinden çıkan ve kendini yenilikçi olarak tanımlayan partilerle mümkün olmuştur. Bu dönem siyaseti yeniden keşfetme dönemi olarak da tanımlanabilir. Kitlelerin rızasına dayalı çok partili hayata geçiş kitlelere hitap eden siyasi sistemi beraberinde getirmiştir. Bu durumun siyasi partilerin halka yönelik popülist vaatler üretmesine ve pragmatist siyasetin güç kazanmasına da yol açtığı söylenebilir.

Bora (2017: 522), Menderes'in mecliste yaptığı bir konuşmasından söylediği “siz isterseniz hilafeti bile geri getirebilirsiniz” sözlerini Türk liberalizminin asli motifi olan “milli iradecilik” unsurunun doğuşu olarak niteler. Bu noktada vurgulanması gereken önemli bir unsur ise CHP'nin tek parti döneminde, demokrasiye geçilmiş olmasına rağmen seçimlerin demokratik bir ortamda yapılmaması, çok partili hayata geçişin gecikmesi gibi etkenler meclis iradesini dolayısıyla da halk iradesini yok sayması gibi sorunları ortaya çıkarmıştır. CHP'nin iktidarın verdiği güç ile otoriter bir rejime evrilmeye başlaması sağ politikaların pragmatik söz dağarcığını genişletmiştir. Öyle ki tek parti iktidarı döneminin üzerinden uzun yıllar geçmesine rağmen tek parti iktidarının son bulduğu 1950 seçimlerinden beri her zaman karşıt siyasi partiler tarafından bu söz dağarcığı kullanılmış ve kullanılmaktadır.

Sağ siyasetin ortaya çıkışını hazırlayan bir dizi tarihsel olay ve siyasi aktörler birbirine eklemlenen bir söylemle varlığını sürdürmektedir. Türk siyasi tarihinde sağ siyasete önderlik etmiş siyasi liderlerin söylemlerine bakıldığında bu durum daha anlaşılır hale gelir. Günümüzde de sıklıkla dile getirilen “*milli irade*” vurgusu esasında pragmatik siyaset anlayışının bir parçasıdır. Bu anlayış DP sonrası merkez sağ temsil eden AP iktidarında toplumun daha geniş bir parçasını kapsayarak devam etmiştir. Demirel (Bora, 2017: 543), “DP'nin iktidara gelişi vesayetçi ideolojiye karşı ‘milletin karar verme olgunluğunu’ vurguluyor, kendi misyonunu ‘cahil oy çoğunluğu denilerek küçümsenen millet idaresini üstün kuvvet yapma’ davası olarak tanımlıyordu.” Milli irade vurgusu sağ siyasetin her döneminde görülebilecek en belirgin unsurlardan biridir. Türk siyasetinin kırk yılında önemli bir figür olan Süleyman Demirel'in vurgusu sağ siyasetin pragmatist doğasının bir göstergesidir. Köy çocuğu kimliğini, toplumun geniş kesimini temsil eden köylüleri siyasi ideolojisi doğrultusunda kanalize etmede kullanmıştır. Bunun yanı sıra mühendis kimliğini de partisinin ilerlemeci politikalara yönelik vaatleri ile bütünleştirmiştir. Kırk yıllık siyasi hayatında dönemin koşullarına göre politikalara uyum sağlayabilmiş ve birbirinden kopuk olmasa da farklı politikalar benimseyerek içinden geçilen tarihin koşullarına uyum sağlamayı başaramıştır (Bora, 2017: 542). Bu durum merkez sağ siyasetin anlayışı hakkında önemli bir veriyi ortaya koymaktadır. Süleyman Demirel'in şahsında teşekkül eden bu uyum sağlama

kabiliyetinin sağ siyasetin yapısının anlaşılmasında ortaya koyduğu şablon olarak düşünülebilir.

1970 ve 1980’li yıllar sağ siyasetin birkaç merkezli olduğu yıllardır. Sağ siyasetin temsilcileri olarak dönemin önemli siyasi figürleri Süleyman Demirel, Necmettin Erbakan, Turgut Özal isimleri öne çıkmaktadır. Bu durum merkez sağın farklı fraksiyonlara bölünmesine rağmen güçlendiğinin de bir göstergesidir. Bu üç ayrı fraksiyonun ayrı parti çatıları altında olmasına rağmen temsil ettikleri kitle hesaba katılırsa sağ siyasetin geniş bir tabana yayıldığı anlaşılabilir. Bu üç fraksiyonun temsil ettiği değerler sistemi bütünlük içerisinde Ak Parti bünyesinde toplanmıştır. Ak Parti iktidarı her ne kadar muhafazakâr kesimi temsil eden Erbakan ekolünün içinden çıkmış olsa da ekonomik anlamda daha çok Türkiye’de Özal ile başlayan yeni sağ politikalar ile özdeşleşmektedir.

1.3.2. Türkiye’de Yeni Sağ Politikalar

Tarihin yeknesak bir düzen içerisinde seyretmeyeceği ve her çağın kendine özgü birey ve toplumları ortaya çıkardığı bilinen bir gerçektir. Ortaya çıkan her yeni tarihsel süreçte ekonomik etkenlerin büyük etkisi bulunmakla birlikte eskinin de yeniden revize edilmesi veya büyük ölçüde dönüştürülmesini gerektirir. Yeni sağ politikaların ortaya çıkışı da çağın koşullarının değişmesi sonucunda teşekkül etmiştir. Dünya tarihindeki birçok keskin dönüşümlere ekonomideki değişim ve dönüşümler neden olduğu gibi yeni sağın ortaya çıkışında da dünya kapitalizminin gerileme sürecine girdiği 1970 sonrası süreç etkili olmuştur.

Genel olarak “yeni sağ” 1980’li yıllardan itibaren gerek siyasi gerekse iktisadi anlamda üretilen liberal savların kendini ürettiği zemin olarak değerlendirilmektedir. Bilindiği üzere 1929 yılında ortaya çıkan büyük buhrana devletin ekonomi alanındaki faaliyetlerinin genişletilmesi ise çözüm sağlanmaya çalışılmıştır. Bu anlayışla birlikte sorumluluk alanı genişleyen devlet “refah devleti” olarak adlandırılmıştır. Bu süreç 1970’li yıllarda ortaya çıkan petrol krizi ile başlayan ekonomik krize kadar sürmüştü ve bu krizle birlikte yeni bir paradigma dönüşümü yaşanmıştır. Kapitalizmin krizler karşısında seçenekler getirebilme esnekliği bu dönemde yeni bir çıkış yolu göstermiş ve yeni sağ politikalara böylece geçiş sağlanmıştır. Yeni sağın politikaların sunduğu temel anlayış; refah devleti sonucunda artan toplumsal talepler, devletin ekonomideki varlığının sermaye akışını hantallaştırması gibi durumların üstesinden gelmektir. Bu dönemde teknoloji, altyapı gibi birçok alanda yaşanan dönüşümler ile birlikte hız kazanan küreselleşmenin önündeki engellerin kaldırılmak da ana hedeflerden biri olarak görülmüştür (Çolak, 2015: 400).

Yeni sağ aynı zamanda, 1970-1980'li yıllarda ABD'de Reagan, İngiltere'de Thatcher'ın politikalarını ve ideolojilerini tanımlamak için kullanılan ve sağın yeni bir anlayış çerçevesinde revize edilmesiyle kazandığı hegemonik potansiyeli ifade eder. Bu yeni biçimde aslolan muhafazakârlığa yeni bir gömlek biçerek neoliberalizme birleştirilmesidir. Nasıl ki sağ liberalizmle özdeşleştiyse yeni sağ da neoliberalizmle özdeşleşecektir (Bora, 2017: 554). 1929 ekonomik buhranından sonra benimsenen Keynesyen ekonomi politikaları ve II. Dünya savaşı sonrasında toplumsal hareketler sosyal devlet anlayışını genişletmiştir. Bunun sonucunda burjuva siyaseti tarafında işçi sınıfının güçlenmesi tehdit olarak algılanmış ve yeni politikaları uygulamaya geçirmiştir. İngiltere'de Thatcher hükümeti bu yeni politikaları kollektif bir uygulama biçimiyle toplumun her alanına yaymıştır. Sendikalara karşı yasal yaptırımlar, sıkı parasal kontrollerle kitlesel işsizliğin ortaya çıkarılması, grevci aileler için sosyal yardımların kesilmesi, çeşitli alanlarda sosyal ücretlerde azalma ve refah alanında daha otoriter uygulamalara geçiş Thatcherizmin genel politikalarını özetler (Gough, 1980: 11). Yeni sağ ideolojide, neoliberal politikaları gerçekleştirmek için devlet, piyasa ve yönetim arasındaki ilişkiyi değiştirmenin gerekliliğine uygun bir biçimde bir yeniden yapılanma söz konusu olmuştur. Bunun için devletin tüm imkânları kullanılmak durumunda kalmıştır. Liberal anlayış, devleti piyasayı kendi istekleri doğrultusunda faaliyetlerini genişletmek için revize eden bir aygıt olarak yeniden konumlandırmıştır (King, 1987: 36). Yeni sağ, dünyadaki diğer ekonomik anlayışlara nazaran liberal ekonomiyi benimseyen ülkelerde çok daha hızlı kabul görmüştür.

İngiltere'de Thatcher, ABD'de Reagan'ın yeni sağ politikaların özdeşleştiği siyasi figürler olması gibi Türkiye'de de yeni sağ, Turgut Özal ile özdeşleşmiştir. 1980 yılında Başbakanlık Müşaviri olan Özal, Türkiye'de liberal ekonomi politikalarının ortaya çıkışı ve devlet politikası olarak belirlenmesinde dönemin asli aktörüdür. 24 Ocak 1980 yılında alınan kararlar, bu tarihten sonra Türkiye siyasi ve ekonomik olarak yeni bir başlangıca yol açmıştır. Türkiye'de yeni sağın beslendiği ideolojik temeller ise Demokrat Parti ile ortaya çıkan ve geniş bir temsiliyet tabanı bulan merkez sağın sözlüğünde mevcuttur. Adnan Menderes öncülüğünde CHP'nin tek parti döneminde din ve toplumsal değerler konusundaki tavır ve tutumlarına tepki olarak doğan merkez sağ ideoloji, özünde popülist olmakla birlikte siyasetin pragmatist yönünün de bir göstergesi niteliğindedir. Bu nedenle kendine göre eski olan siyasi anlayışa tepki olarak ortaya çıkan merkez sağın ve devamı olarak yeni sağın, muhafazakâr terminolojiyi benimsemesi olağandır.

Yeni sağ politikalar dünyada ve Türkiye'de uygulama olarak birbirine benzese de tarihsel olarak daha geriye gidildiğinde özellikle Amerika ve İngiltere'de bir tarihsel sürecin

dönemin koşullarına göre aldığı seyir olarak görülürken Türkiye’de bir dönüşümü ortaya çıkarması bakımından farklı olduğu söylenebilir. İktisadi örgütlenme biçimindeki radikal dönüşümler her alana doğrudan etki etmekte ve bunun sonucunda birçok değişim ve dönüşümü de beraberinde getirmektedir. Bu nedenle yeni sağ politikaların sonuçlarının yansımaları her ülkede kendine özgü farklılıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Türkiye’de İktisadi örgütlenme biçiminin değişmesinin toplumsal sonuçlarından biri de siyasal partilerin kitleleri ekonomik vaatlerle ikna etmeye yönelmeleridir. Bunun sonucunda sağ siyasetin kelime dağarcığında var olan ekonomik vaatler daha da pekiştirilmiştir. Sağ ideolojinin temel politikalarında ekonomi her dönem kilit taşı görevini taşımaktadır. “Bu söylem Demokrat Parti’de ‘nurlu ufuklar’, Adalet Partisi (AP)’nde ‘büyük Türkiye’ ve Anavatan Partisi (ANAP)’nde ise çağ atlamak’ şeklinde sloganlaştırılmıştır” (Duman’dan akt. Uluç, 2014: 113). Aynı şekilde sağın günümüzdeki devamı olan Ak Parti’nin söylemlerinde de benzer sloganlar (güçlü Türkiye, yeni Türkiye) bulunması tesadüfi değildir.

Bu noktada vurgulanması gereken önemli hususlardan biri AK Parti’nin iktidara geldiği 2002 yılında Türkiye’de neoliberal iktisadi düzenin büyük ölçüde benimsendiğidir. AK Parti sürece ileri bir aşamada dâhil olmuş fakat neoliberal politikaların devlet yapısına tam anlamıyla kazınması AK Parti iktidarında gerçekleşmiştir (Oğuz, 2012: 12). Bu bağlamda AK Parti’nin sağ politikaların hem sürdürücüsü hem de tamamlayıcısı olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

1.3.3. 2000 Sonrası Yeni Sağ Politikalar

1950-1980 arasındaki zaman dilimi, Türkiye’nin liberalizmle tanışması şeklinde okunabilir ve bu dönemin sağ siyasette asli figürü Adnan Menderes’tir. Müteakiben Türkiye, dünya ekonomik sistemine tam anlamıyla 1980 sonrasında entegre olmaya başlamıştır. Bu dönemin önemli siyasi figürü olarak Turgut Özal yeni sağ politikalarının hayata geçirilmesinde ve süreklilik kazanmasında önemli rol oynamıştır. Türkiye siyasi tarihinde birçok sağ siyasetçi bulunmasına rağmen Ak Parti nezdinde Menderes ve Özal isimleri her zaman ayrı bir yerde konumlandırılmasının nedeni de budur. Her ne kadar siyasi tarihin farklı dönemlerinde iktidara gelmiş olsalar da DP, ANAP, AK Parti birbirinin devamı niteliğindedir. Yeni sağ ve merkez sağın temel ideolojileri “muhafazakârlık”, “milliyetçilik (popülist bir milliyetçilik)”, “neoliberalizm” gibi kavramlar bu partilerin iktidarı döneminde aşama aşama hayata geçirilmiştir. Özellikle muhafazakâr ideoloji her üç siyasi dönemde de kendine geniş bir yer edinmiştir.

Türkiye’de 2000 sonrası siyasetinin hâkim unsuru olarak AK Parti, yeni sağ politikaları tamamen benimsemekle birlikte Türkiye tarihinde önemli dönüşümleri de gerçekleştirmiştir. Sağ ideolojiden beslenmekle birlikte sağın beslendiği temel kavramlara kendine has unsurlar katmıştır. Siyasal İslam’ın Türkiye’deki karşılığı olan Necmettin Erbakan liderliğindeki partinin (MSP, RP) içinden gelen kadroların kurduğu AK Parti merkez ve yeni sağın tüm fraksiyonlarını bünyesinde toplamıştır. “AK Parti’yi iktidara taşıyan nedir?” sorusunun karşılığı 1950’li yıllarda başlayan sağ siyasetin yükselişi ile birlikte 1990’lı yıllarda Türkiye’de yaşanan siyasi karmaşalarla geçen süreçte yaşananlardır. Koalisyon sonucunda kurulan hükümetlerin kısa ömürlü olması ekonomik istikrarsızlığı, siyasi karmaşayı ve bunun sonucunda toplumsal tepkileri beraberinde getirmiştir. 2002 seçimlerinin sonuçları bu süreçte yaşananlara karşı halkın tepkisi niteliğindedir.

Bunların yanı sıra Doğu toplumları ile Batı toplumları arasındaki temel farkı oluşturan en önemli unsur rasyonaliteyi algılayış biçimi ile ilgilidir. Aydınlanma çağının Batı toplumlarını rasyonel bir biçimde modernleştirirken Türkiye modernleşmesi aynı şekilde olmamıştır. Daha çok yukarıdan aşağıya bir modernleşme biçimi olan Türkiye modernleşmesi ardında, aydınlanma çağı gibi felsefi temellerden yoksun olması sebebiyle Avrupa toplumlarından farklı bir toplumsal yapının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Rasyonaliteyi algılama biçiminden doğan farklılıklardan dolayı seçmenler siyasi kararlarda duygusal hareket etmeyi öncelemiştir. Bunların yanı sıra 2002 seçimlerinde, 90’lı yılların siyasi karmaşalarının, ekonomik istikrarsızlığın yanı sıra 28 Şubat süreci ile hesaplaşma da etkili olmuştur. Türkiye’nin etkili kurumları tarafından siyasal olarak yıpratılan ve sonunda Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılan Refah Partisi’nin içinden çıkan AK Parti, sancılı bir sürecin sonunda doğmuştur. Ayrıca, 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz kitleleri iş becerebileceğine güvenebileceği bir lider arayışına yöneltmiştir. İstanbul Büyükşehir Belediyesi Başkanlığı döneminde başarılı bir grafik çizen Recep Tayyip Erdoğan böyle bir imaj yaratabilmeyi başarmıştır. Sonuç olarak denilebilir ki AK Parti’yi 2002 yılında iktidara taşıyan tek bir parametre yoktur, hatta birçok parametre AK Parti’yi iktidara taşımıştır (Savran, 2014: 87-96).

İktidarı boyunca AK Parti’de kadrolardan politikalara birçok değişim ve dönüşüm yaşanmış olmasına rağmen yeni sağ politikalarının uygulamalarından sapma olmamıştır. Bu süreçte seçim beyannamelerinde en geniş olarak ekonomi politikalarına yer verilmiş ve her defasında yeni sağ politikalara uygun bir beyanname sunulmuştur. Bu bağlamda girdiği ilk seçim olan 2002 seçim beyannamesinde yer alan maddeler incelendiğinde AK Parti’nin yeni sağın temsilcisi olduğu anlaşılmaktadır. “*Her Şey Türkiye İçin*” başlığı ile sunulan doksan

dört sayfalık beyannamede ekonomi başlığına geniş yer verilmiştir. Beyannamede yer alan bazı maddeler AK Parti'nin yeni sağ politikaların uygulayıcısı olduğunun göstergesi niteliğindedir.²

“Partimizin sermaye hareketleri konusundaki temel yaklaşımı, yasaklayıcı ve süreci tersine çevirici yönde olmayıp, piyasa mekanizması içinde olumsuz etkileri en aza indirmek şeklinde olacaktır.”

“Küreselleşmeyle beraber bilgi ve teknolojiye erişim, yabancı sermaye kullanımı, ihracat imkânları gibi gelişmeyi destekleyen unsurlar gündeme gelmektedir. Öte yandan, ülkeler arası ve ülke içi gelir dağılımının bozulması ve geleneksel bazı kalkınma araçlarının etkisiz kalması gibi sorunlar ortaya çıkmıştır. Partimiz, bu yeni ortamın gerçekçi analizini yaparak, gerekli uyumu sağlayacak etkin bir ekonomi yönetimini uygulayacaktır. Ülkemizin uluslararası rekabet gücünü artıracak tedbirler alacaktır Ayrıca, AB gibi güçlü bölgesel entegrasyonların içinde yer alarak, küreselleşmenin sağladığı fırsatları, halkımızın refahını artırmak yönünde kullanacaktır.”

“Kamu bankaları, ticari esaslara göre yönetilecek, finansal ve operasyonel açıdan yeniden yapılandırılarak, özelleştirilecektir.”

“Özelleştirme sürecini hızlandıracak hukuki ve idari düzenlemeler yapılacak ve Özelleştirme idaresi, esnek ve karar sürecini kısaltacak dinamizme kavuşturulacaktır.”

“Özelleştirme sürecindeki KİT'ler, piyasadaki konumları ve faaliyetleri itibariyle; üç gruba ayrılarak özelleştirilmelerinde farklı stratejiler geliştirilecektir.

1. Piyasa mekanizması içerisinde faaliyet gösteren KİT'ler acilen özelleştirilecektir.
2. Tekel niteliğini haiz veya hakim konumda olma ve piyasayı yönlendirme gücüne sahip KİT'ler, özelleştirme sonucunda ortaya çıkabilecek piyasa aksaklıklarının önlenmesine, rekabetin tesis edilmesine ve/veya tüketicinin korunmasına yönelik her türlü düzenleyici tedbirler alındıktan sonra özelleştirilecektir
3. Tarımsal destekleme ile ilgili KİT'lerin özelleştirilmesi, tarım politikaları ile birlikte bir bütün olarak değerlendirilecek ve gerekli tedbirler alınmasını müteakip özelleştirmeye geçilecektir.”

Seçim beyannamesinde vurgulandığı gibi serbest piyasa ekonomisi, küresel ekonomiye uyum, özelleştirmeler vb. AK Parti'nin sağ politikaların uygulayıcısı olduğunun ve olacağının bir göstergesidir. İlerleyen yıllardaki seçim beyannamelerinde de ekonomi başlığına bu beyannamede olduğu gibi geniş bir yer verilmiştir. Bu doğrultuda 2000 sonrası tarihsel süreçte yeni sağ politikalar devlet politikası haline gelmiştir.

AK Parti iktidarının 2007 öncesi ve sonrasında farklı iki dönemde incelenmesi doğru olacaktır. 2007 yılında Cumhurbaşkanlığı seçimi ile devlet yönetiminin hâkimi haline gelen AK Parti, bu tarihten sonra iktidarını mutlaklaştırmıştır. 28 Şubat sürecinde etkin rol oynayan bürokratik yapı bu tarihlerden sonra tasfiye edilerek yeni bir bürokratik yapı inşa edilmeye

² <https://acikerisim.tbmm.gov.tr/xmlui/bitstream/handle/11543/954/200304063.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

başlanmıştır. Aynı şekilde 28 Şubat sürecinde etkin rol oynayan medya da iktidar eliyle güçlendirilen sermaye sınıfının kontrolüne geçmiştir. Yeni sermaye sınıfı kamu ihaleleri ve sübvansiyonlarla desteklenerek önce güçlü hale getirilmiş daha sonra da bu sermaye sınıfı eliyle medyanın iktidar tarafından kontrol altına alınmasını kolaylaştırmıştır.

1.3.4. Yeni Sermaye Sınıfının İktidar ilişkileri ve Türkiye’deki Durum

Sermaye sınıfı (burjuva) ve iktidar ilişkilerinin yapısını anlamak için öncelikle sermaye sınıfının tarihsel süreç içerisinde nasıl egemen sınıf haline geldiğini görmek anahtar bir rol üstlenir. Modern demokrasinin doğuşunda burjuvazinin (sermaye sınıfı) önemli bir rolü olduğu bilinmektedir. Demokrasi kavramı olarak her ne kadar Antik Yunan’da ortaya çıkmış olsa da günümüzdeki formuna erişmesi uzun bir zaman almıştır. Demokrasi kavramı 1215 yılında Magna Carta’nın imzalanmasından İngiltere’de Görkemli Devrime, akabinde Fransız Devrimi ve Amerikan Bağımsızlık Savaşı’na kadar birçok gelişme ile desteklenmiş ve günümüzdeki anlamını bulabilmiştir. Özellikle Görkemli Devrim ve Fransız İhtilali’nde büyüyen ve güç kazanan burjuva sınıfı modern demokrasilerde her zaman söz sahibi olabilmiştir (Sen A, 1999). Acemoğlu ve Robinson, Ulusların Düşüşü adlı çalışmalarında (2013: 174-178) İngiltere’de Görkemli Devrimin sonuçlarını Magna Carta sözleşmesini monarşiye kabul ettiren sınıfın zamanla parlamentoda nasıl güç kazandığını detaylarıyla anlatır. Kapitalist devletin ortaya çıkışında sermaye sınıfı itici bir güç olduğu gibi sermaye sınıfı kapitalist devlette her zaman uyum içinde varlığını sürdürebilmeyi başarabilmiştir. Sermayenin tanımını yaparken onun tekil ve somut olduğunu değil bir toplumsal ilişki biçimi olduğunun da altını çizmek gerekir (Jessop, 2008: 264).

Modern demokrasinin ortaya çıktığı günden itibaren sermaye sınıfının, etkin bir güç olarak devlet yönetiminde rol oynadığını tarihsel süreç içerisinde görmek mümkündür. Avrupa’da bu durum daha belirgin bir biçimde kendini gösterirken Türkiye’de tarihsel koşullar gereği bir takım farklılıklar bulunmaktadır. Türkiye’de sermaye sınıfı, Avrupa’da olduğu gibi üretim ilişkilerinin tarihsel gelişimi içerisinde ortaya çıkmamıştır. Bunun birçok nedeni olmakla birlikte; sermaye, eğitim, altyapı yoksunluğu, Osmanlı’dan kalan ve gelenekselleşen devlet kültürünün özel teşebbüslerin oluşmasını engellemesi gibi bir takım temel nedenler bulunmaktadır. Bu nedenle Cumhuriyet döneminde Türkiye’de sermaye sınıfı devlet eliyle oluşturulmaya çalışılmıştır. “İş adamlarımız, Devletin türettiği rantiyelerdir. Burjuva demek yanlıdır. Japon kapitalistine de burjuva diyemezsiniz. Burjuva Avrupa’ya hastır. (Küçükömer, 2009: 150-151)

1960'ların sonunda büyük sermaye grupları ile küçük sermaye grupları arasındaki farklılıklar giderek belirgin hale gelmeye başlamış ve zamanla büyük sermaye gruplarının genişleyerek küçük sermaye gruplarının içine alması gibi durumlar ortaya çıkmıştır. Yine bu dönemlerde burjuva sınıfı devlet politikalarının oluşturulmasında söz sahibi konuma gelmiştir. Bu gelişmeler 1960'ların sonunda Türkiye'de burjuva iki ayrı fraksiyona ayrılmasına yol açmıştır. Burjuvazinin bu şekilde iki ayrı fraksiyona ayrılmasına yaşam tarzı, eğitim durumu, içinde yetişilen toplumsal sınıf belirleyici rol oynamaktadır. Bu iki ayrı fraksiyonun yaşam tarzı, alınan eğitim gibi bir dizi faktörlerden dolayı dünyayı yorumlama biçimleri de farklıdır. Bu farklılığın toplumsal değerler bağlamında tercihleri etkilediği siyasi ve ekonomik anlamda Batıcı-İslami sermaye ayrımından anlaşılmaktadır (Eren ve Bakan, 2017: 136).

Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren devlet eliyle oluşturulan sermaye sınıfı zamanla etkinleşmiş ve modern demokrasilerdeki siyasetin üzerinde etki edebilecek güce erişmiştir. Bunun en somut örneklerinden biri de (TÜSİAD) Türkiye Sanayici ve İş İnsanları Derneği'dir. Burjuva sınıfının Batıcı fraksiyonunda yer alan TÜSİAD'ın AK Parti ile ilişkileri AK Parti'nin iktidara geldiği ilk yıllarda görece uyumlu olduğu söylenebilir. Bu uyumun nedenlerinin başında 2001 yılındaki ekonomik krizin yarattığı olumsuz ortamdan çıkış için reçete olarak AK Parti'nin sunulması gelmektedir. Yine bu uyumda en önemli etkenlerden biri de AK Parti iktidarının ilk dönemi olan 2002-2007 yılları arasındaki uyguladığı politikalarıdır. AK Parti iktidarının inceleyen araştırmalarda iktidarı dönemleştirmede farklılıklar olsa da bu çalışmaların birçoğunda 2002-2007 yılları hep birinci dönem olarak aktarılmaktadır. Birinci dönemin sonu olan 2007 seçimleri ile AK Parti, toplumdaki karşılığını görmüş ve arkasına aldığı güç ile birlikte uyum evresinden çatışma evresine geçmiştir. Bu farklılaşmanın temel nedeni TÜSİAD'ın hem bir çıkar gurubu hem de bir baskı grubu olarak AK Parti hükümetinin politikalarına nüfuz etmeye çalışması olarak gösterilebilir. Dönemin TÜSİAD başkanı Arzuhan Doğan Yalçındağ'ın 2007'de yaşanan önemli gelişmelerden biri olan 27 Nisan E-muhtırasından sonra verdiği demeçte "AKP toplumda git gide artan ve TÜSİAD'ın da paylaştığı laik rejimi koruma kaygısını yeterince dikkate almıyor. Genelkurmay Başkanlığı'nın açıklamasıyla yaratılan fiili durum demokratik teamüllere uygun değil. Laikliği ve demokrasiyi korumak için bir an önce genel seçimlere gidilmeli."³ demiştir. Yılmaz (2013), AK Parti ve Batıcı fraksiyonu temsil eden sermaye sınıfı arasındaki ilişkiyi TÜSİAD örneği üzerinden incelediği tez çalışmasında detayları ile ortaya konmuştur. AK Parti ve Batıcı sermaye arasındaki 2007 sonrasındaki süreçte ise AK Parti

³<https://www.haberturk.com/gundem/haber/625118-darbelere-vurulmus-en-sert-darbe>

zaten desteklediği ikinci fraksiyona yönelmiş ve bu yöneliş sadece siyasi bir destek olarak kalmamıştır. Günümüzde, Cumhuriyetin ilk yıllarında devlet eliyle oluşturulan sermaye sınıfı gibi, AK Parti eliyle oluşturulan sermaye sınıfı böylece belirgin bir şekilde ortaya çıkmaya başlamıştır.

Savran (2014:111) 2002-2007 yılları arasındaki iktidarı döneminde birçok anlamda Batıcı bir çizgide olan AK Parti'nin bu batıcılığını batıcı sermayenin stratejik batıcılığı gibi olmadığını aksine taktiksel bir batıcılık olduğunu söyler. Yeni kurulan bir partinin öncelikle toplumun hâkim kesimleri ile çatışma yaşamamak istemesi bunda temel etken olarak görülebilir. Nihayetinde 28 Şubat sürecinde RefahYol hükümetinin yıkılmasında sermayenin payının olduğu bilinmektedir. Bu süreçte sermayenin kontrolünde olan medyanın RP'nin karşı cephesinde yer alması AK Parti'ye izlemesi gereken yolun ne olmadığını göstermiştir. 2007 seçimlerinin öncesi hep birinci dönem olarak nitelendirilmesinin nedeni de budur. AK Parti 2007 seçimlerinde toplumdaki karşılığını görmüş ve gücünün farkına varmıştır. Bu tarih aynı zamanda bir öze dönüş harekâtının başlangıcı olarak görülebilir. Bir diğer etken de Cumhurbaşkanlığı makamının mücadele içinde geçen bir sürecin sonucunda AK Parti'ye geçmesidir. Bu nedenlerden dolayı 2007 yılı AK Parti için bir kırılma noktasıdır denilebilir.

2007 yılı sonrasında yaşanan süreçte hükümet sermaye ilişkileri AK Parti'nin devlet yönetiminde etkin hale gelmesiyle birlikte bir takım farklılıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur. 2007 yılına kadar TÜSİAD ile dengeli bir ilişki kuran AK Parti, sermayenin hükümet üzerindeki etkisinin farkındadır. Devletin idari anlamda birçok mekanizmasında etkin bir güce sahip olmasına rağmen sermaye tarafında aynı etkinlik söz konusu değildir. 2007 yılı sonrasında görünür hale gelen İslami burjuva, tıpkı Cumhuriyetin ilk yıllarında devlet eliyle oluşturulan sermaye sınıfı gibi yine devlet eliyle güçlendirilmiştir. 2007 sonrasında sermaye ve hükümet ilişkileri; iş insanlarının oluşturduğu TÜSİAD, MÜSİAD, ASKON vb. derneklerin üye hareketliliği ve iş dünyasındaki gelişmeler üzerinden okunabilir.

“TÜSİAD'a üye şirketlerin yüzde 68'inin merkezi İstanbul'da, MÜSİAD'a üye şirketlerin ise yüzde 28'inin merkezi İstanbul'dadır. TÜSİAD'a üye şirketlerin yüzde 23'ü 1980-89 arasında kurulmuşken, MÜSİAD'a üye şirketlerin yüzde 75'i 1989-1995 arasında kurulmuştur. İstanbul ve İstanbul'un uzantısı olarak düşünülebilecek Kocaeli ve Gebze gibi sanayi merkezlerindeki şirketlerin, MÜSİAD ve ASKON üyeleri arasında çok önemli bir sayısal ağırlığa sahip oldukları görülmektedir. Bu veriler İslamcı sermayenin özellikle 80 sonrası kurulduğunu ve 90'lı yıllardan itibaren büyüdüğünü, öte yandan basit bir İstanbul sermayesi-Anadolu sermayesi ayrımının ötesine geçecek şekilde yönetim merkezlerini Batı'ya yoğunlaştırdığını göstermektedir.” (Tanyılmaz 2010:86).

AK Parti'nin TÜSİAD ile olan ilişkilerinin uzlaşısı içerisinde olduğu 2007 yılına kadarki süreç incelendiğinde var olan uzlaşının tam bir uyum içerisinde olduğunu söylemek güçtür. Bu noktada 2007 yılında yaşanan gelişmelere karşı TÜSİAD'ın aldığı tavır bunun

göstergesi niteliğindedir. Hem AK Parti'ye karşı açılan kapatma davası hem de AK Parti'ye mensup bazı siyasetçilere getirilmesi istenen siyasi yasaklar konusunda TÜSİAD tarafından yapılan açıklamalar incelendiğinde çekimser bir tavır ortaya konulduğu görülmektedir. TÜSİAD tarafından AK Parti'nin kapatılması ve siyasi yasaklar konusunda yapılan açıklamada parti kapatmanın çözüm olmadığı belirtilmiş ve açıklamanın sonunda da dolaylı bir biçimde AK Parti eleştirilmiştir.

"Demokratik yaşamın vazgeçilmez unsuru olan siyasi partilerin, seçmenden aldıkları oyun düzeyi ne olursa olsun, kapatılma talebi ile karşılaşmaları, bir asıra yakın çoğulcu parlamenter rejim deneyimi olan Türk demokrasisi açısından kabul edilemez. Geçmiş tecrübeler, siyasi partilerin kapatılmasının Türkiye'nin siyasi, ekonomik ve sosyal sorunlarının çözümüne katkıda bulunmadığını göstermiş, Türk demokrasisinin evrensel standartlarda işlediği hususunda gerek iç, gerekse uluslararası kamuoyunda ciddi soru işaretlerinin doğmasına yol açmıştır. Siyasetin amacı, seçmenden alınan yetkinin, istismar edilmeden, çoğulcu demokratik sistemin anayasal sınırları içinde, ülke refahı için en iyi şekilde kullanılmasıdır. Siyasi partilerimiz, demokratik süreci hem şekillendiren, hem de uygulayan temel unsurlar olduklarından, daha ileri bir demokratik standardın da mimarları yine siyasi partiler olacaktır. Siyasi partilerden beklentimiz, Türkiye'yi, kutuplaşmaları körükleyen bir siyasi atmosferden, uzlaşma ve refah projeleri üreten bir siyaset ortamına taşımalarıdır.⁴"

Açıklamadan anlaşılacağı üzere TÜSİAD kapatma davasının demokrasinin evrensel değerleri ile çeliştiğini belirtse de açıklama uyarı niteliğinde ifadelerle noktalanmıştır. Bunun yanı sıra açıklamada kapatma davası, parti kapatma kavramı üzerinden ele alınarak yorumlanmıştır. Aynı süreç MÜSİAD, TUSKON, ASKON gibi muhafazakâr (İslami) çıkar grupları tarafından yapılan açıklama üzerinden değerlendirildiğinde daha iyi anlaşılacaktır⁵. 2007 yılı sonrasında yaşanan gelişmeler de AK Parti ve TÜSİAD arasında uzlaşmanın negatif yöne evirildiği görülmektedir.

Türkiye siyasi tarihinde burjuva sınıfının ortaya çıkış karakteristiği AK Parti döneminde de kendini göstermektedir. İç pazar ortamında devlet en büyük alıcı ve kamu ihaleleri aracılığıyla da en büyük işveren pozisyonundadır. Bundan dolayı iş insanları faaliyetlerini sürdürürken devlete bağımlı bir görünüm sergiler (Beriş, 2008: 37). Türkiye'de burjuva sınıfının yaratılmasında devletin bu gücü kullanılmış ve hala kullanılmaktadır. AK Parti döneminde büyüyen şirketler de hükümetle olan ilişkileri ekseninde iş dünyasında kendilerine yer edinebilmişlerdir.

Sermaye sınıfını desteğinden yoksun veya sermaye sınıfının karşısında yer alarak serbest piyasa ekonomisi modeliyle hükümetin devamlılığını sağlamak serbest piyasa iktisadi örgütlenme biçiminin doğasına aykırıdır. AK Parti Türkiye siyasetinde kendine yer edindiği

⁴ "TÜSİAD: Parti kapatmak çağdaş demokrasilerde çare olamaz." *Milliyet Gazetesi*, 16. 03. 2008.

⁵ "Kapatma Ekonomiyi Sarsacak." *İhlas Haber Ajansı*, 21. 07. 2008.

ve tabiri caizse ayaklarının yere bastığı dönem olan 2007 sonrasında siyaset dünyasında kalıcı olabilmek adına daha önce çokça eleştiri yönelttiği bürokratik oligarşi, medya, sermaye sınıfı gibi kurumsal yapılara nüfuz etmeye başlamıştır. Medyanın TMSF üzerinden tasfiye edilmesi, siyasette devletin mekanizmalarına hâkim olduktan sonra kendi bürokratik örgütlenmesini oluşturması, kamu ihaleleri ve sübvansiyonlarla belli sermaye gruplarının desteklenmesi gibi adımlarla kontrol sahasını genişletmiştir. Bu durum ayrıca tarihsel blok kavramı ekseninde değerlendirilecektir.

Türkiye'nin 2002 sonrası politikalarına bakıldığında birçok dönüşüm yaşanmasına rağmen ekonomi politikalarında makro düzeyde bir dönüşüm olmamıştır. Bu durum 2002 yılından beri iktidarda olan Ak Parti'nin seçim programlarından da anlaşılabilir. Karagöl'ün (2016:466) yılında yaptığı Ak Parti'nin on dört yılında ekonominin seyrini gösteren çalışması bunu destekler niteliktedir. 2002 yılında TÜSİAD üyelerinin koşulsuz desteğinden yoksun seçimlere giden AK Parti ilerleyen yıllarda da böyle bir destek görmemiştir. Bu nedenle devlet eliyle güçlendirilen İslami eğilimli Anadolu sermayesinin görünürlüğünün artması bu gerilimli ilişkinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Günümüzde bu ortaklık birçok alanda olduğu gibi medya sektörünün de sahiplik yapısına doğrudan etki etmiştir.

1.3.4.1. Sermaye Sınıfı ve Medya Mülkiyet İlişkileri

Türkiye Cumhuriyeti'nde sermaye sahiplerinin sınıfsal olarak ortaya çıkışı özellikle Batılı ülkelerle karşılaştırıldığında görece geç bir zamana tekabül etmesinin yanı sıra ortaya çıkış şartları da birbirinden oldukça farklıdır. 1980'li yıllara kadar da sermaye sınıfının toplumsal alandaki konumu belirgin bir biçimde net değildir (Buğra ve Savaşkan, 2015: 48). Sermayenin bir sınıf olarak belirginleşmesi bu nedenden dolayı 1980'li yılların sonrasına tekabül eder.

Yeni sermaye sınıfı olarak İslami sermaye sınıfının ekonomi alanında ortaya çıkışı da 1980'li yıllara dayanmaktadır. Özal döneminde yapılan reformlar İslami sermayenin kapitalist ekonomi ile uyumlu hale gelmesine yol açmış, böylece iş dünyasında görünür hale gelmeye başlayan İslami sermaye sınıfı 2002 sonrasında iktidarın desteği ile de söz sahibi olabilecek bir konuma yükselmiştir. İstanbul sermayesi olarak da adlandırılan ve dernek olarak TÜSİAD'ın temsil ettiği sermaye sınıfı ile olan gerilimlerin bu desteğin sağlanmasında en önemli faktör olduğu daha önce de belirtilmiştir. Burada üzerinde durulması gereken temel konu devlet eliyle güçlendirilen sermaye sınıfının AK Parti iktidarını destekleyici yönde adımlar atmasıdır. Bunun en temel göstergelerinden biri de medya alanında yaşanan sahiplik yapısındaki dönüşümlerdir. Devlet eliyle güçlendirilen bu yeni sermaye sınıfının, iktidarın etki alanını genişletmek adına medya alanında yatırımlar yaptığını söylemek yanlış

olmayacaktır. Yeni medyanın böylesine güçlendiği bir çağda geleneksel medyaya yatırım yapmak büyüyen yeni sermaye gurupları için ekonomik bir tercih olmaktan ziyade bir zorunluluk hali gibi düşünülebilir.

Türkiye’de medya gücü kullanılarak siyasi çıkar sağlanmasının tarihi basının ilk ortaya çıktığı zamanlardan beri süregelmektedir. Siyasi mekanizmalar bazen kontrol, bazen baskı bazen de sansür gibi yöntemlerle basını kontrol altında tutmak istemişlerdir. Osmanlı’dan günümüze bunun çokça örneğine rastlamak mümkündür. 1964 yılında yayınlanan Matbuat Nizamnamesi, 1867 Âli Kararname, 1878 Sıkıyönetim Nizamnamesi, 1909 Basın Kanunu Tasarısı, 1925 Takriri Sükûn Kanunu gibi yasal düzenlemeler bunun tarihteki birkaç örneğidir (Topuz, 2015). Bunlar aynı zamanda devlet yönetiminin biçiminden bağımsız olarak basının tarihin her döneminde kontrol altında tutulmaya çalışıldığının da bir göstergesi niteliğindedir.

Ne var ki basından medyaya dönüşümün başladığı 90’lı yıllardan beri medyanın da yaygınlaşması ile birlikte bu durum daha belirgin ve karmaşık bir hal almıştır. 1980 yılında alınan 24 Ocak Kararları ile Türkiye’de benimsenen serbest piyasa ekonomisi on yıl içerisinde burjuva sınıfının büyümesine ve bu büyüme sonucunda farklılaşmasına neden olmuştur. Aile gazeteleri (Simavi ailesi, Karacan ailesi vs) olarak bilinen gazetelerin 90’lı yıllardan itibaren büyük çaplı şirketlerin bünyesine girmesi zaten basın alanında dönüşümün bir göstergesidir. Bu dönüşümde rol oynanan aktörler ilerleyen yıllarda özel televizyon ve radyo kurmanın önündeki yasal engeller kaldırıldıktan sonra bu alanlarda etkin bir güç sahibi olmuşlardır.

Türkiye’de 1948 yılına kadar gazete patronları gazetecilik mesleğinin içinden gelen kimselerdi. Bu patronlar genel olarak sahibi oldukları gazetenin başyazarı olurdu. Yunus Nadi (Cumhuriyet) , Necmettin Sadak (Akşam), Ali Naci Karacan (Milliyet), Sedat Simavi (Hürriyet) gazeteci kökenli patronlarının son örnekleri arasındadır. 1948-1950 iş insanlarının basınla ilgilenmeye başladığı yıllar olmuştur (Topuz 2015: 329). İş adamlarının basına yatırım yapmalarının altında birçok neden olmakla birlikte en öne çıkan nedenin basının sağladığı güçten kaynaklandığı bilinmektedir. Basın alanında iş insanlarının yatırım yapmasının ilk örneklerini Kemal Uzan, Kemal Ilıcak gibi isimler oluştursa da basının dönüşümü Aydın Doğan, Turgay Ciner, Dinç Bilgin, Mehmet Emin Karamehmet gibi isimler döneminde yaşanmıştır. Bu isimlerle başlayan süreç Türkiye basın tarihinde “holdingleşme” süreci olarak adlandırılmaktadır (Topuz, 2015: 330). Holdingleşmenin gazeteci kimliği üzerindeki etkisini 1979 yılında suikast sonucu öldürülen Abdi İpekçi üzerinden örneklendirmek aradaki farkı ortaya koyacaktır. Abdi İpekçi Milliyet gazetesinin aynı zamanda yöneticisi olduğu için çeşitli

görüşmeler yapar, yemeklere giderdi. Bu görüşme ve yemeklerde de parayı cebinden ödediği için gazeteye epey borçlanmıştı. Bu soruna bulunan çözüm ise Abdi İpekçi'nin arabasını Milliyet gazetesine satması ve aynı arabanın Milliyet gazetesi tarafından kendisine makam aracı olarak tahsis edilmesidir. Türkiye'nin en önemli ve en büyük gazetelerinden birinin başındaki kişinin çalışma koşulları tam olarak buydu (Kuyucu, 2012: 18). O dönem Türkiye'nin en büyük gazetelerinden birinin başındaki kişinin çalışma koşulları ile holdingleşme sonrası aynı pozisyonda çalışan kişilerin çalışma koşulları karşılaştırıldığında holdingleşmenin meslek pratiklerini nasıl etkilediği anlaşılacaktır. Holdingleşmenin sadece çalışma koşullarını değil medyanın her alanını doğrudan etkilediği açıktır. Bununla birlikte sadece medya değil bu holdinglerin çatısı altında faaliyet gösteren diğer sektörler de medya gücünü elinde bulunduran holdinglerin karşısında rekabet dengesini sağlamakta zorlanmaktadırlar. Holdinglerin medyaya olan ilgileri ve yatırımları sektörel bazda tüm alanlara etki ettiği görülmektedir.

Türkiye'de neoliberal politikaların benimsenmesi ile birlikte özel radyo ve televizyon yayıncılığının önündeki engeller kaldırılmış ve böylece basından medyaya geçiş süreci tam anlamı ile başlamıştır. Bu yıllara kadar özel Radyo-TV yayıncılığının önünde yasal engeller bulunmasından dolayı Türkiye'de TRT bir kamu tekeli konumundadır. Bu yasal engeller kaldırıldıktan sonra Türkiye'de kurulan özel yayın yapan medya kurumları ortaya çıkmış ve bunun sonucunda da medya siyaset ilişkileri farklı bir seyir izlemeye başlamıştır.

Medya, dünyanın her ülkesinde siyasi iktidarlar tarafından kontrol edilme ve iktidarların medyayı kendi çıkarları doğrultusunda kullanma arzusu sorunu ile karşı karşıyadır. Türkiye'de özel televizyonların açılmaya başlamasına kadarki süreçte medya siyaset ilişkisi televizyon yayıncılığı ekseninde TRT yönetimi üzerinden yapılmaktaydı ⁶. “1963 yılında kurulan TRT, 1961 Anayasası'nın 121. Maddesine dayanılarak çıkarılan 359 Sayılı Radyo Televizyon Kurumu Yasası'nda özerk bir kamu iktisadi teşebbüsü olarak radyo ve televizyon yayınlarının tarafsız bir devlet tekeli altında örgütlenmesi esası benimsenmiştir” (Önen ve Tanyıldızı, 2010:132).

1971 askeri müdahalesi sonucu ve anayasa değişikliği ile TRT özerkliğini kaybetmiş ve yine aynı anayasa değişikliğinin getirdiği düzenlemelerle bir devlet dairesine dönüşmüştür. TRT gibi kamu yayıncılığı ilkesi ile kurulan bir kamu iktisadi teşebbüsünün özerk olmadan tarafsız olabilmesi de mümkün değildir.

⁶ “TRT'ye Genel müdür aranıyor”, *Radikal Gazetesi*, 29.06.2003.

Medya siyaset ilişkisinde iktidarın medyayı kontrol altında tutmak ve kendi ideolojik aygıtı olarak kullanma eğiliminin en somut göstergelerinden biri TRT'dir. İlk başlarda özerkliği anayasal güvence altına alınmış olmasına rağmen ilerleyen yıllarda yapılan yasa değişiklikleri ile TRT özerkliğini yitirmiş ve tarafsızlığını özerkliğinden almasından dolayı özerklik ile birlikte tarafsızlığını da yitirmek durumunda kalmıştır. Bu nedenle medya siyaset ilişkisinde TRT mülkiyet ve kontrol ilişkilerinden etkilenen ilk medya kuruluşu olmuştur.

“Her hükümet TRT'yi icraatlarının tanıtım aracı olarak kullanmak istemiş ve bunu başarmıştır. Kurumun ilgili kuruluş olarak bağlandığı Devlet Bakanları kendilerine özel makam odaları yaptırmışlar, TRT'ye her anlamda müdahale etmişlerdir. Bugüne kadar her hükümet döneminde TRT'ye yayın içeriğinden, personel alımına kadar her alanda müdahale edilmiştir. Bu müdahale sadece Başbakan, Bakan düzeyinde değil, zaman zaman milletvekili, milletvekili danışmanı düzeyine kadar inmiştir. Diğer güç odakları da, siyasi iktidarlardan geri kalmamışlar, TRT'ye müdahale etmişler, müdahale etme hakkını kendilerinde görmüşlerdir. Bir dönem haber bültenleri Cumhurbaşkanlarının "İcraatın İçinden" programına dönüşmüştür. Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in vergi affı yasasını veto etmesinden sonra yaşananlar ise durumun TRT'ye müdahalenin hangi boyutlara ulaştığının görülmesi açısından önemlidir. Cumhurbaşkanı olmadan önce Anayasa Mahkemesi Başkanlığı yapan Sezer, özerkliği Anayasa tarafından güvence altına alınmış kurumun yayınına müdahale etme hakkını kendisinde görmüştür <https://m.bianet.org/bianet/medya/16830-kamu-yayinciligi-ve-trt-komisyonu-raporu>.”

TRT Genel müdürlerinin her hükümet değişiminde değiştirilmesi buna bağlı olarak yönetimin de değişmesi, yayınların mevcut hükümet politikaları ile uyum içerisinde olması için hükümet tarafından yeni atanan gelen müdürlere destek verilmesi özellikle 1971 sonrası gelenekselleşmiş ve bu durum AK Parti hükümeti döneminde de devam etmiştir (İlslan, 2016: 91). Bu yönüyle TRT, kamu hizmeti yayıncılığı görevini yerine getirme noktasında ciddi sorunlarla karşı karşıya olduğu açıktır. Özgür basının demokrasiye sağlayacağı katkı göz önüne alındığında TRT'yi siyasi iktidarın yayın organına dönüştürme kaygısı uzun vadede ülke demokrasisine dolayısıyla da siyasi partilere zarar vereceği düşünülmektedir. Ne var ki TRT'nin tarafsız yayıncılık ilkesi son yıllarda daha da fazla tartışılan konulardan biri olmuştur.

TRT, 2014 yılı Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde yanlı yayın yapmaktan ceza almasına rağmen 2018 Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde de aynı şekilde bir tutum sergilemiştir. Uluslararası Şeffaflık Derneği'nin 2018 yılında yayınladığı TV izleme çalışması bu durumu ortaya koymaktadır. 2018 yılı 4 Mayıs-14 Haziran tarihleri arasında Cumhurbaşkanı adayları ile ilgili yapılan haberlerde Recep Tayyip Erdoğan ile ilgili yayınlar %59'lu paya sahipken,

partiler ile ilgi yayınlar içerisinde AK Parti ile ilgili yayınlar toplam seçim yayınları içerisinde %65’li paya sahip olmuştur⁷

Medya siyaset ilişkisi içerisinde TRT siyasi iktidarlar için daha kolay kontrol altına alınabilir bir kurumken özel basın yayın kuruluşları için durum daha karmaşık bir haldedir. Bu durum özel basın yayın kuruluşları medyayı sadece siyasi iktidara yakın olmak için değil aynı zamanda siyasi iktidar üzerinde bir baskı aracı olarak da kullanmak istemesinden kaynaklanmaktadır.

Medyada özel mülkiyetin önündeki yasal engellerin kaldırılmasından sonra medyada ilk ortaya çıkan sorun yoğunlaşmadır. Neoliberalizm iktisadi olarak liberal kuramın özgürlükçü yanına vurgu yaparak yayıncılığın önündeki engeller kaldırıldığında her fikrin ve görüşün temsil edileceği bir iletişim ortamının oluşacağını savunmaktadır. Teorik olarak bu mümkün görünse de uygulamada öyle olmayacağı açıktır. Bu noktada “medya kimin çıkarına hizmet ediyor?” sorusunun karşılığını aramak liberal öğretinin savlarını boşa çıkarmaktadır. Medya mülkiyetini sahiplik ve kontrol üzerinden ele alan yaklaşım bu soruya iki perspektiften yaklaşarak cevap arar: kontrol ve sahiplik(117).

Golding ve Murdock, Marx’ın (aktaran Adaklı, 2006: 22-23)“Egemen sınıfın düşünceleri, bütün çağlarda egemen düşüncelerdir. Başka bir deyişle, toplumun egemen maddi gücü olan sınıf, aynı zamanda egemen zihinsel güçtür. Maddi üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf, zihinsel üretim araçlarını da elinde tutar. Bunlar o kadar iç içe geçmiş durumdadır ki kendilerine zihinsel üretim araçları verilmeyenlerin düşünceleri de aynı zamanda bu hâkim sınıfa bağımlıdır” önermesinden yola çıkarak üç önerme sunar:

1. “Düşüncenin üretimi ve dağıtımı üzerindeki kontrol, üretime hakim olan kapitalistlerin elinde yoğunlaşır.”
2. “Bu kontrolün sonucu olarak, onların dünya görüşleri bağımlı gurupların düşünceleri üzerinde tahakküm kurmaya başlar.”
3. “Ve bu ideolojik tahakküm, sınıfsal eşitsizliğin sürdürülmesinde anahtar rol oynar.”

Golding ve Murdock’un Kitle İletişimin Ekonomi Politikası İçin (For a Political Economy of Mass Communication) adlı makalesi kendinden sonra gelecek medyanın ekonomi politikası konusunda yapılan birçok çalışmaya referans kaynağı olmuştur. Bu çalışmada Golding ve Murdock (1973: 205) “kitle iletişimin ekonomi politikası için başlangıç noktası, kitle iletişim araçlarının her şeyden önce meta üreten ve dağıtımın yapan endüstriyel ve ticari şirketler olduğudur.” Bununla birlikte kitle iletişim araçları ekonomik ve politik yapılar hakkında da fikirler yayar, bu da sistemin işleyişini kolaylaştıran ortamı hazırlar. Bu

⁷ “<https://www.seffaflik.org>”.

çalışmada Golding ve Murdock, Althusser'in ideoloji (ideolojik aygıt olarak medya) çözümlemesine gönderme yaparak kavramsallaştırmanın doğru fakat eksik olduğunu ideolojinin pratikte nasıl üretildiğinin de gösterilmesi gerektiğinin altını çizerler (1973: 207).

Golding ve Murdock (1973: 213) kitle iletişim alanında birkaç büyük şirketin elinde olan kontrolün birbiri ile bağlantılı ancak analitik olarak birbirinden farklı üç sürecin sonucu olduğunun altını çizer. Bunlar: Yoğunlaşma, Çeşitlendirme ve Uluslararasılaşma. Medyada mülkiyet ve kontrol sorunları üç farklı sürecin sonucunda ortaya çıkmıştır. Yoğunlaşma kavramı özgür kitle iletişim pazarının ne şekilde büyük şirketlerin kontrolü altında olduğunu açıklamasının yanı sıra medya mülkiyeti ve siyaset arasındaki ilişkileri de ortaya koyma bakımından da önemlidir. Medyada mülkiyet ve kontrol arasında doğrusal bir ilişkinin olmayışı siyaset/hükümet, reklam verenler, izleyici beğenisi gibi bir dizi faktörden kaynaklanmaktadır.

Medya mülkiyetinin doğrudan yasal sahiplerinin kontrolünün dışına çıkmasındaki dışsal faktörlerden biri olan devlet ve hükümetler, kamusal düzenleme getirme yetkilerini medyayı kontrol etmenin bir aracı olarak kullanabilmektedir. Devlet ve hükümetler, radyo ve televizyon yayıncılığına düzenlemeler getirme, regülasyon ve deregülasyon politikalarıyla dizayn etme, sübvansiyon gibi yöntemlerle medyayı kontrol altında tutmaya çalışmaktadır. Devlet ve hükümetler ulusal güvenlik, çocukların ve hakların korunması, rekabetin tesisi, basın özgürlüğünün sınırları gibi birçok alanda yasal düzenleme yapma yetkisini kullandığı da bilinmektedir. Bunun yanı sıra rekabetin tesisi, lisans anlaşmaları yoluyla da medya sektörüne girişleri sınırlandırabilir veya kolaylaştırabilir (Özokçu, 2011: 35).

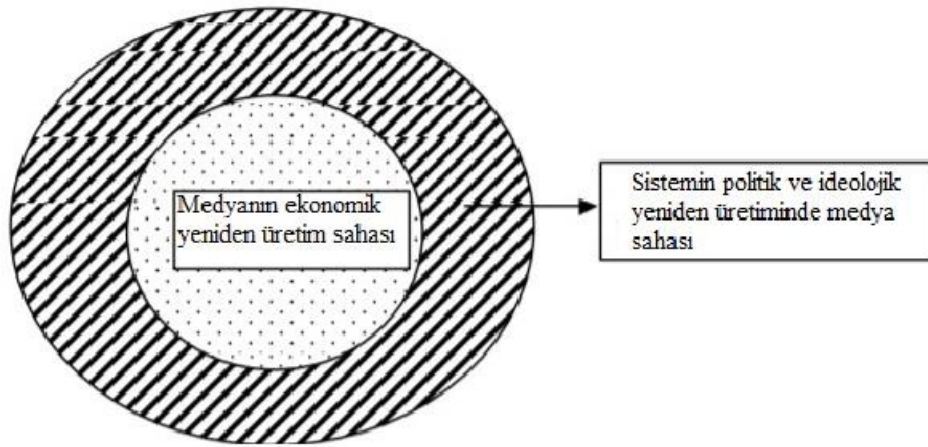
Türkiye'de 1990 yılında başlayan özel radyo ve televizyon yayıncılığı görece yeni bir sektör olmasına rağmen sermaye sahiplerinin ilgisini çekmiştir. Medyaya yatırım yapmaya başlayan şirketler genel olarak büyük çaplı sermayeye sahip ve holding şeklinde örgütlenmiş şirketlerdir. Böylece TRT'nin kontrolü üzerinden yapılan tartışma daha geniş bir alana yayılmış ve özel radyo ve televizyonlar bu tartışmaya dâhil olmuştur. Esasında Türkiye'de ilk özel televizyon yayıncılığı yasal engellerin kaldırılmasından önce Almanya'da uydu kiralayan Rumeli Holding tarafından kurulan Macig Box Star 1 ile başlamış ve çokça tartışmayı da beraberinde getirmiştir. Dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal, dış memleketlerden kanal kiralayan Magic Box Star 1 kanalının Türkiye'de yayın yapmasında beis görmediğini beyan etmiştir. İlerleyen zamanlarda Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal'ın Magic Box Star 1'in ortağı olduğu ortaya çıktığında tartışmalar siyasi bir boyut kazanmıştır. Star 1'in hem içerik olarak hem de yeni bir anlayış ile yaptığı yayınlar ile kısa sürede TRT'ni izlenme oranını geçmiştir. Yeni bir yayın anlayışının ortaya çıkması ile birlikte televizyon yayıncılığının potansiyeli fark

edilmiş ve Star 1 televizyonunun yaptığı gibi farklı ülkelerden uydu kiralama yöntemi ile Teleon, Kral TV, Show TV, Kanal 6, ATV, Kanal D vd. Türkiye’de yayın yapmaya başlamışlardır. Yasal engellerin kaldırıldığı 1994 yılına kadar Türkiye’de özel radyo ve televizyon yayıncılığı “*defacto*” olarak zaten başlamıştır. Toplumun özel radyo ve televizyon yayınlarına gösterdiği yoğun ilgi bu durumun geri dönülemez bir noktaya ulaştığını göstermekteydi. Bu nedenle TBMM’de bulunan siyasi partiler aralarında anlaşıp 19 Nisan 1994 tarihinde 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki Kanun’u kabul ederek yayıncılık alanında devlet tekeline son vermişlerdir. Yine aynı kanun maddesi ile RTÜK de kurulmuş ve kanunun uygulanması ile ilgili mevzuat işlemleri RTÜK’e devredilmiştir (Özçağlayan, 2014: 45-49). Bu bağlamda medyada özelleşme süreci fiili durum yasallaşması olarak görülebilir.

Neoliberal politikaların benimsenmesi ile devlet-medya-sermaye ilişkisi köklü bir değişim geçirerek yeni bir forma bürünmüştür. Enformasyon sektörü ile sermayenin birleşmesi bu yeni iktisadi örgütlenme modelinin taşlarını döşediği gibi kapitalizmin ideolojik-sembolik ve siyasi olarak yeniden yapılanmasını kolaylaştırmıştır. Ekonomide yeni bir modelin benimsenmesi ile toplumsal, kültürel ve siyasi anlamda dönüşümlerin de kaçınılmaz olduğu tarihin her diliminde görülmektedir. Neoliberalizm ve yeni sağ politikaların hegemonyasını kurmasında devlet-medya -sermaye bütünleşmesinin önemli payı vardır (Kaya, 2009: 18).

Sönmez (2010:86) medyanın bu yapısını iç içe geçmiş daireler şeklinde olduğunu ifade etmektedir. İç daire iktisadi örgütlenmenin biçimini ve üretimin ekonomik boyutunu temsil ederken, onu sarmalayan dış daire politik ideolojik dış daireyi temsil etmektedir. Bu bağlamda medya şirketlerinin örgütlenme biçiminin salt politik ve ideolojik veya tam tersine salt ekonomik kurumlar olarak oluşturulmadığını aksine birbirini kapsayan ve kuşatan bir biçimde olduğu söylenebilir.

Görsel 1.1 Medyanın Toplumsal Yeniden Üretimdeki Rolü (Sönmez, 2010)



Medya mülkiyetinin büyük sermaye kuruluşlarının kontrolüne geçmesi tekelleşme olgusunu da beraberinde getirmiştir. Her ne kadar Türkiye’de çok sayıda radyo istasyonu, televizyon kanalı ve gazete gibi kitle iletişim araçları olsa da dinleyici/izleyici/okur bakımından düşünüldüğünde sermayenin kontrolünde olan kitle iletişim araçlarının payı büyüktür. Bunun yanı sıra sektöre yatırım yapan büyük sermaye grupları zaman içerisinde küçük grupların pozisyonlarının yitirmelerine neden olmuştur.

Tekelleşme, belli bir piyasa türü içerisinde aynı şirketin yatırımlar yaparak büyük bir birikim sağlaması ve sektörün tüm dinamiklerine etki edecek bir biçimde örgütlenmesini ifade etmektedir. Serbest piyasa ekonomilerinde piyasa kontrolünün çoğunlukla tek bir şirketin tekelinde olmasından ziyade büyük birkaç şirketin kontrolünde olduğu görülmektedir. Bağdikan (2016: 6) Medya Tekeli adlı kitabında baskın medyanın oligopol bir yapıda olduğuna dikkat çeker. Oligopollerin tüm piyasalarda olduğuna vurgu yapan Bağdikan, bu durumu Petrol İhraç Eden Ülkeler (OPEC) örneği üzerinden daha anlaşılır kılmaktadır. OPEC üye ülkeleri arasında kıyasıya rekabet çok sert bir biçimde yaşanmasına rağmen kartellerin var oluş amacı olan petrolle ilgili meseleler söz konusu olduğunda tek bir ağızdan konuşurlar. Medyada tekelleşme ise her ne kadar piyasada çok sayıda kitle iletişim aracı var olsa da piyasanın hâkimi olan birkaç büyük şirketin kontrolü şeklinde tezahür etmektedir. Bir ülkenin, siyasi, ekonomik ve toplumsal hayatını etkileme alanının çok geniş olduğu medyada yoğunlaşma ise demokratik toplumlarda medyaya atfedilen görevin yerine getirilme noktasında zafiyetler yaşanmasına neden olmaktadır (Avşar, 2004: 89). Medyada yaşanan bu durum daha çok yoğunlaşma kavramı ile açıklanmaya çalışılmaktadır. Medyada yoğunlaşma yatay bütünleşme, dikey bütünleşme ve çapraz bütünleşme şeklinde kendini göstermektedir.

Bu bütünleşme türleri arasındaki *çapraz bütünleşme* son yıllarda büyük çaplı medya şirketlerinde görülmektedir. Bu bütünleşme türünde şirketler çok sayıda piyasa türünde faaliyet gösterebilmektedir. *Medya yoğunlaşmasına ilişkin politikalar, en çok sahiplerin veya*

şirketlerin elde edebileceği pazar gücüyle ve daha sonra bu gücü kullanarak alana nüfuz etme ve iletişim ortamını kendi çıkarları doğrultusunda kullanma ihtimaline yöneliktir (Yaylagül, 2019: 415). Medyayı kontrol eden büyük sermaye sahipleri birçok alanda faaliyet gösteren şirketleri olmasından dolayı birçok yönden devletle ilişki içerisinde. Bu durum bazen bağımlılık biçiminde de kendini göstermektedir. Kamu ihaleleri, yasal izinler, lisans gibi, denetime tabi olma gibi çeşitli nedenlerden dolayı büyük medya örgütleri devletle dolayısı ile hükümetle iyi geçinmek zorundadır. Bu durum da büyük sermaye sahiplerine ait medya kuruluşlarında siyasi elitleri rahatsız edecek içeriklere yer verilmesine engel teşkil eder. Bunun yanı sıra reklam verenleri rahatsız edecek türde içeriklerde aynı şekilde yayınlarda kolaylıkla kendine yer bulamaz. (Yaylagül, 2019: 416).

Medyada yatay, dikey ve yoğunlaşmanın temel nedenlerinin başında maliyetleri azaltma gelirken çapraz medya sahipliğinde medya-siyaset-ekonomik ilişkiler ön plana çıkmaktadır. Bu noktada vurgulanması gereken sadece medyanın siyasetle olan ilişkisi değil aynı zamanda siyasetin de medyayla olan ilişkisi ve ilgisidir.

Özel radyo ve televizyonların ortaya çıkmasından sonra medya siyaset ilişkisi görece daha karmaşık bir hal almıştır. Örneğin; medya sektörünün hemen her biriminde yatırım yapan Doğan Holding-Aydın Doğan sektörden çıktığı 2018 yılına kadar medya-siyaset ilişkisi eksenindeki tartışmaların odağında kalmıştır. Aydın Doğan'ın 1979 yılında Milliyet gazetesini alması ile başlayan süreç özel yayıncılığın önündeki engellerin kaldırılması ile birlikte medyanın hemen her alanında yatırımları ile devam etmiş ve 2018 yılında medya sektöründen tamamen çekildiği döneme kadar devam etmiştir. Doğan Medya'nın 28 Şubat sürecinde takındığı tavır, AK Parti'nin kurulduğu yıllarda karşıt bir tutum sergilemesi ve yine iktidarı döneminde de bu tutumu sürdürmesi karşılıklı bir mücadele sürecini başlatmış ve bu mücadele Doğan Medya'nın sektörden çekilmesi ile şimdilik sonlanmıştır. Sürecin detayları çalışmanın ikinci ve üçüncü bölümlerinde ele alınacaktır.

Günümüzde medya politikaları, basında tekelleşme gibi konuların araştırıldığı birçok çalışmada Doğan Medya Grubu geniş bir yer bulmaktadır. Bu noktada belirtilmesi gereken bir diğer husus özel yayıncılığın başlamasının toplumsal ve kültürel etkileridir. 1990'lı yıllardan sonra Türkiye'de yaşanan değişimin nedenlerinden birinin de bu olduğu söylenebilir.

1.4. Hegemonya ve Tarihsel Blok

“Hegemonya genel bir ifadeyle, farklı sınıf bağlantılı güçlerin (sınıf bilinci olmayan) belirli bir sınıfın politik, entelektüel ve ahlaki önderliğinde ya da daha keskin bir ifadeyle bu önderliğin politik entelektüel ve ahlaki sözcülüğünde çağrılması ve örgütlenmesini ifade eder” (Jessop, 2008: 281).

Hegemonya terimi ilk olarak Rus sosyalist devriminde gelecekteki işçi sınıfının önderliği ile ilgili olarak Plehenov ve Axelrod'un makalelerinde kullanılmıştır. Terim genel olarak devrimden sonra izlenmesi gereken yol haritasını ortaya koymayı amaçlamıştır. İtalyan düşünür Gramsci'nin terimi kullanması ise hegemonyaya yeni bir anlayış kazandırmış ve bu anlayış ile birlikte terim anlam değişikliğine (genişleme anlamında) uğramıştır. Gramsci, Avrupa kıtasının ileri kapitalist bölgelerinde sosyalist devrim gibi bir devrimin neden ortaya çıkmadığı sorusunun cevabını aramış ve bunun sonucunda Batı Avrupa'da burjuva yönetiminin Rusya'da olduğundan daha güçlü ve karmaşık olduğunu ortaya koymak için Machiavelli'nin siyaset teorisini irdelemiş ve bu teorideki hile ve zor kullanmanın çözümlenmelerini tersine çevirerek hegemonya kavramını formüle etmiştir. Gramsci, Marx ve Engels'in kapitalizm çözümlemesindeki "kapitalizmin çelişkili yapısının nihayetinde devrime yol açacağı ve devrimin de ileri kapitalist toplumlarda ortaya çıkacağı" çözümlemesinin neden gerçekleşmediğinin cevabını araştırmış ve bunu hegemonya kavramı ile açıklamaya çalışmıştır. Hegemonyacı iktidar sistemi, devletin zor gücünü mümkün olduğunca baskılayarak ya da görünmez kılarak daha çok rıza faktörünü öne çıkarmış ve halk kitlelerini bu şekilde kontrol altında tutmayı başarabilmiştir. Halk ile yönetici iktidar arasında uzlaşma zeminini oluşturan "rıza" bir takım denetim mekanizmaları ile sağlanmıştır. Bu mekanizmalar (okullar, dini kurumlar, partiler, dernekler ve gazeteler) başta olmak üzere geniş bir şebeke olarak örgütlenmiştir. Burjuva yönetimi, kendi siyasi önderliği ile kaynaşarak organize ve derli toplu bir blok haline gelmiş ve müttefik sınıfların da desteğiyle daha da güçlenmiştir. Batı ülkelerinde çeşitli sosyal tabakalara ayrılmış yapı ile burjuva yönetimi arasında uzlaşmaya dayalı hegemonya sosyalist hareketin karşısına Rusya'da olduğundan çok daha güçlü bir engel çıkarmıştır. Bu düzen Marksist felsefenin öne sürdüğü kapitalist devletlerde devrimlerin itici gücü olarak görülen ekonomik bunalımlara dayanabilir ve örgütlenme biçimi ile de böyle bunalımları atlatabilirdi. Bu düzen Rusya'da olduğu gibi toplu bir cephe savaşına izin vermiyordu. Kapitalizmin yol açtığı eşitsizliklere karşı mücadele edebilmek için zorunlu bir mevzi savaşı gerekiyordu. Gramsci, devrimin önündeki tarihsel çıkmazı hegemonya kavramı ile açıklamaya çalışmıştır (Anderson, 2011: 126).

Jessop'a göre (2008: 281), bir toplumda hegemonik projenin gerçekleşmesinin ardında üç anahtar unsur vardır. Yapısal belirlenimi, stratejik yönelimi ve birikimle ilişkisi.

"Hegemonyanın yapısal belirlenimi bir devlet biçimine (temsiliyet, müdahale ve dâhili eklemlenme biçimlerini de kapsayarak) bazı toplumsal güçler ve bunların çıkarları için diğer güçler ve çıkarlar pahasına kazanmış olan yapısal imtiyazları içerir. Bu özellik bazen devletin yapısal seçiciliği olarak adlandırılmaktadır. Jessop, bunun yerine stratejik seçicilik demeyi tercih eder ki bu tanım daha açıklayıcıdır".

Burada üzerinde durulması gereken nokta politik mücadelelerin biçimi ve bu biçimin farklı güçler arasındaki stratejik ilişkilere nasıl yansıdığıdır. Hegemonyanın mutlaklığı gibi bir durum söz konusu değildir. Hegemonya hegemonik güçler tarafından dahi her zaman bir mücadele alanıdır. Bazı zamanlarda zaman zaman hegemonya krizleri olabilir ve bu krizler bazen geniş halk kitlelerinin lehinde sonuçlar doğurabilir. Fakat son tahlilde devlet biçiminin yapısal seçiciliği hegemonya krizleri dönemlerinde ortaya çıkan değişikliklerin kısa vadeli olduğunu ve hegemonyanın birikimle kurduğu ilişkinin uzun vadede ayrıcalıklı sınıfın lehine döneceğini belirtmek gerekir.

Hegemonyanın ele geçirilmesi “politik, ahlaki ve entelektüel” liderlik olmak üzere üç alanı kapsar (Jessop (2008: 281). Bu alanlar üzerinde kontrol gücüne sahip bir otoritenin hegemonik güç olduğu bilinmelidir. Bu üç alan devlet, sivil toplum ve aydınlar olarak somutlaşır. Gramsci (2012: 249), hegemonyanın bir mücadele alanı olduğunu fakat hegemonik üstünlüğün daima bir tarafta olduğunu vurgularken bunun da en önemli nedeninin yöneticiler ile halk arasındaki birliğini sağlayan bağlantı noktalarına dikkat çeker. Bu bağlantı noktalarının tesadüfi bir biçimde oluşmadığını esasında her birinin hegemonik güç tarafından kontrol edilen mevzi olduğunu belirtmek gerekir. Bunun yanı sıra hegemonik gücü elinde bulunduran sınıf dar bir çevreyi temsil eden ekonomik çıkarları evrensel ve ulusal olarak dönüştürerek rızayı oluşturur ve örgütler (Fontana, 2002, 173).

Hegemonya devletin ve siyasi iktidarın olduğu her alanda vardır ve devlet bu yönüyle sivil toplumu kuşatır. Gramsci, devleti sadece politik toplum olarak tanımlamaz. Ona göre devlet politik toplum ile sivil toplum arasında bir denge sağlar ve her ikisinin birleşiminden meydana gelir. Bunun yanı sıra Gramsci, devleti bir tür organizmalar topluluğu olarak değerlendirir (Hawley, 1980: 589). Sivil toplum alanına nüfuz etmeyen bir politik toplumun hegemonik üstünlük sağlaması mümkün değildir ve ona hegemonik güç olma özelliğini veren de tam olarak budur. Yine Gramsci, hegemonya ve sivil toplum arasındaki ilişkiyi Doğu ve Batı toplumlarındaki sivil toplum yapılarını karşılaştırarak değerlendirir. Buna göre Batı toplumlarında sivil toplum gelişmiş buna bağlı olarak da sivil toplum ile politik toplum arasında daha sıkı organik ilişkiler kurulmuştur. Doğu toplumlarında devlet ve sivil toplum arasındaki bağ daha çok baskıya dayalı bir ilişki biçimidir. Sosyalist devrimin gelişmiş Batı toplumları yerine bir Doğu toplumu olan Rusya’da ortaya çıkması bu bakımdan tesadüfi değildir. Batı toplumlarında kapitalist sistemin doğurduğu krizlerde sivil toplumun dolaylı etkisi devrimin önüne geçmiştir. Buradan da anlaşılacağı üzere bir toplumda sivil alan ne kadar gelişmiş olursa hegemonyada o denli genişleyebilir ve hegemonya varsa devletin zor gücü gereksiz olarak görülebilir ya da gizlenebilir (Dural, 2012: 315). Devletin zor gücünü

kullanmaması ya da mümkün olduğunca gizlemesi zor gücünün azaldığı anlamına gelmemelidir. Bu durum daha çok zor gücünün gizlenmesi ve görünmez hale getirilmesi ile ilgilidir.

Hegemonyanın tek bir ideolojik söylem üzerinden organize edilemeyeceği aksine çeşitli ideolojik, kültürel, siyasi ve ekonomik biçimlere ayrılabilmesi söylenebilir. Hegemonya sadece kültürel, ekonomik ve siyasi yapılarda ve retorik düzeydeki konuşmalarda değil söylem dışı pratiklerle de inşa edilir. Egemen ideolojinin hayatın her aşamasına nüfuz ettiği, okullardan cenaze törenlerine kadar her alanı kuşattığı ve kültürle ayrılmaz bir biçimde bütünleştiği gündelik yaşamda egemen ideoloji ile mücadele etmek oldukça güç hale gelmektedir. Bu nedenlerden dolayı modern toplumlarda devlete karşı çıkma veya fabrikaları işgal etme yeterli değildir esas mücadelenin kültür alanında verilmesi gerekmektedir (Eagleton, 2011: 156).

Kültür alanında verilecek mücadelede de ideolojiler aktif biçimde kullanılır. Bu Gramsci'nin hapisane defterlerinde belirttiği gibi "ideolojiler pratik yapılardır, onlar siyasi liderliğin aygıtlarıdır" (Gramsci 2012: 173). Gramsci'nin düşüncesinde ideoloji ile hegemonya (ikna ederek nüfuz etme) kavramları birbiri ile yakın anlamlı kavramlardır. Hegemonya "rızanın örgütlenmesi" olarak düşünüldüğünde ideolojilerin rolü açığa çıkar. Gramsci'nin temel referans kaynaklarından biri olan Hapisane defterlerinde kavramları ele alış biçimi sansüre uğradığı için karmaşık olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle Gramsci ideolojiyi tanımlamaktan ziyade daha çok rıza üzerine yoğunlaşmıştır. Rızanın örgütlenmesi noktasında da "mevzi ve manevra savaşı" kavramlarını öne sürmüştür. Buna göre "mevzi savaşı: siyasal hegemonya kazanma, rıza alma muharebesidir. İnsanların sadece geçici itaatlerini ya da oy desteklerini değil kalplerini ve zihinlerini kazanma mücadelesidir." Siyasal hegemonya toplumu rızasını (kalplerini) ne kadar çok kazanabilirse o kadar fazla mevziyi ele geçirmiş olur. "Manevra savaşı ise bir sonraki evresi: devlet iktidarını ele geçirmedir, fakat bu hegemonyanın zaten sağlanmış olduğu bir ortam olmazsa gerçekleşemez" (Barret, 2013: 359).

Gramsci, bir sınıfın ideolojik yapısını koruduğu, savunduğu ve geliştirdiği somut organizasyonun basın olduğunu söyler.

Yayınevleri (örtülü ve açık programı olan ve belli bir akımı destekleyen), siyasi gazeteler, her türlü yayın, bilimsel, edebi, filolojik, popüler vs. dini yayınlar da dâhil olmak üzere dergiler. Ulusal çapta yapıldığı takdirde böyle bir çalışma devasa boyutlara ulaşacaktır.

...Basın ideolojik yapının en dinamik parçası olsa da tek dinamik parçası değildir. Kamuoyunu doğrudan ya da dolaylı yollarla etkileyen ya da etkileyebilecek her şey buna

dâhildir: kütüphaneler, okullar, farklı oluşumlar ve gurupla, caddelerin mimarisi, şekli ve isimleri (Gramsci, 2012: 66)⁸.

Devlet ile sivil toplum arasındaki ilişkide ideolojinin oynadığı şiddet dışı bir düzeyde rıza sağlama rolü, toplumsal bakımdan sivil toplum ve devlet arasında bir yapıştırıcı olma şeklinde bir çözümlenmeye götürür (Barret, 2013: 360).

Rızanın örgütlenmesi olan hegemonya kavramını daha iyi anlamak için Gramsci'nin devlet teorisine bakmak gerekir. Gramsci'ye göre devleti "dar anlamli ve geniş anlamli" olmak üzere iki anlamı vardır. Dar anlamda devlet görünürdeki egemenlik, yönetim, hükümet ile özdeşleştirilir. Geniş anlamda devlet ise –siyasal toplum ve sivil toplumun birleşiminden oluşur. Bu noktada Gramsci, siyasal ve sivil toplumun özdeş olduğunu veya bir birlik oluşturduğunu değil, diyalektik bir birlik oluşturduğunun anlaşılması gerektiğini varsaymıştır (Thomas, 2013:115). Gramsci'ye göre sivil toplum özgürlük alanı olarak değil hegemonya alanı olarak anlaşılmalıdır. Hegemonya rızaya dayalı bağlıdır fakat bu rıza seçim sonucunda kendiliğinden ortaya çıkan bir sonuç değildir. Rıza sonra derece karmaşık araçlar, çeşitli kurumlar ve sürekli olarak değişen süreçler vasıtasıyla üretilmektedir (Buttigieg, 1995: 7). Sivil toplum hegemonyanın inşa edildiği, yönetici sınıfın şiddet içermeyen yollarla gücünü pekiştirdiği alandır. Bu nedenle hapishane defterlerinde sivil toplum ve hegemonya kavramları birbiri ile iç içedir. (Buttigieg, 1995: 26). Hegemonyanın sivil toplum alanında kuruluyor olması bu durumu zorunlu kılmaktadır. Sivil toplum ile siyasi toplum arasındaki bu birleşmeden şartların her iki taraf için de aynı olduğu sonucu çıkarılmamalıdır. Sonuçta hegemonyanın bir güç ilişkisi biçimi olduğunu devletin zor gücünün her zaman hazır bulunduğunu unutmamak gerekir. Sivil toplum salt bir özgürlük alanı olmadığı gibi devlet de salt bir baskı alanı değildir.

Sivil toplum alanına nüfuz etmeyen bir siyasi oluşumun hegemonik güç haline gelmesi mümkün değildir. Sivil toplumla bütünleşebilme kabiliyeti ise Gramsci'de " *mevzi ve manevra*" savaşı kavramları ile açıklanır. Gramsci, hegemonik mücadelede mevzi ve manevra savaşını tıpkı gerçek savaştaki savaş alanını metaforlaştırarak anlatır. Mevzi savaşı cephede yürütülen bir savaş değildir, aksine cephenin gerisinde orduyu besleyen örgütsel ve endüstriyel sistemin desteğidir. Mevzi savaşında bir saf yarıldığı zaman kaybolan ya da eksilen malzemenin yenisini hızla sağlayabilecek ikmal olanaklarının genişliği önemlidir. Çünkü saldırı ne denli büyük olursa olsun karşı cephede savunma devam etmektedir. Ne kadar güçlü olursa olsun tek bir saldırı ile galip gelmek olanaklı değildir, siyasi alanda yürütülen mevzi savaşı tıpkı cephede olduğu gibi mutlak anlamda mevziyi ele geçirene kadar

⁸ Hapishane Defterleri, Üçüncü Defter.

yürütülmelidir. Manevra savaşını kazanmak için öncelikle mevzi savaşını kazanmış olmak gerekmektedir. Gramsci, manevra savaşını rızanın üretim süreci ile ilişkilendirir ve siyasal alanda verilen mücadelenin gerçek savaş alanında verilen mücadeleden çok daha karmaşık olduğunu ifade eder. Bunun yanı sıra siyasal mücadelede egemen sınıfların yöntemlerini taklit etmekten kaçınılmalıdır, aksi takdirde kolay tuzaklara düşülebilir (Gramsci, 1984: 109-121).

Gramsci sivil toplum ve politik toplum arasında keskin bir ayrım yapmaz. Her ikisi birbirinden farklı alanlar olmasına rağmen hegemonyanın mümkün olduğu durumlarda bir birliklilik hatta iç içe geçmişlik söz konusudur.

“Hegemonyanın sağlam bir biçimde yerleşmesi için, sivil toplumla politik toplumun da gelişmiş ve organik olarak bağlanmış olmaları gerekir.: egemen sınıf, egemenliğini sürdürmek için sivil toplum ve politik toplumdaki ayrı ayrı ve uyumlu bir biçimde yararlanabilecektir. Devlet ve sivil toplum arasında uygun bir ilişkinin bulunduğu ve sarsılan bir devlet içinde sarsılmaz bir sivil toplumun görüldüğü Batılı toplumların durumu budur. Bu ülkelerde burjuvazinin hegemonyası özünde toplumun entelektüel ve moral yönetimini, tüm toplumsal sistemin ideolojik belirlenmesini barındırır. Bundan dolayı tarihsel bloku her devirme girişimi, sivil toplumu dağıtma yönünde uzun soluklu bir savaşımdan geçer. Devlet yalnızca ileri bir mevzidir, ardında sarsılmaz bir kaleler ve siperler zinciri bulunur. ...Sosyo-ekonomik yapıyı geliştirmekle birlikte gerçek bir sivil toplum kurmak, ancak devlet aygıtının zor gücünü ele geçirdikten sonra söz konusu olacaktır.”

“...ilkel toplumlarda savaş devlet aygıtı yöresinde yoğunlaşır. Daha karmaşık toplumlarda ise savaşın özü sivil topluma karşı yöneltilir: Fransız burjuvazisi, egemenliğini siyasal olarak kurmadan önce ideolojik hegemonya için yüz yıllık bir savaş sürdürmek zorunda kalmıştır. Bu tarihte olduğu gibi yeni tarihsel blok için de böyle olacaktır (Portelli, 1982: 35-36).”

Siyasal alanda yürütülen mücadelenin başarıya ulaşması hegemonik güç olma ile ilişkilidir. Bu da siyasi alanda iktidar kavramına denk düşer. Modern toplumlarda sivil topluma nüfuz edebilen ve onunla bütünleşen siyasi örgüt hegemonik gücü ele geçirebilir. Sivil toplum ile politik toplumun bütünleşmesi ise “*tarihsel blok*” kavramı ile açıklanır.

Tarihsel blok kavramını anlamak için sivil toplum, hegemonya, ideoloji, yapı ve üst yapı kavramlarına Gramsci'nin perspektifinden bakmak gerekmektedir. Gramsci (1975: 87), ayrıca ideoloji kavramına yüklenen olumsuz anlamları eleştirir.

“Belirli bir yapı için gerekli olan ideolojilerle; keyfi, rasyonalist, kasıtlı ideolojiler arasında ayrım yapmak gerekir. Tarih bakımında zorunlu olmaları nedeniyle bunların geçerliliği vardır; bu da psikolojik bir geçerliliktir. Bu ideolojiler insan yığınlarını örgütler, insanların üzerinde harekete geçecekleri durumların bilincine erecekleri savaş, mücadele vb. zeminini hazırlar. Keyfi ideolojiler ise bireysel hareketlerden polemiklerden başka bir şey meydana getirmez (bunlar da büsbütün yararsız değildir, çünkü hakikate karşı çıkan ve onu güçlendiren bir hata rolü oynar.”

Görüldüğü üzere Gramsci'de ideoloji kavramı salt bir olumsuz anlam taşımaz. Bunun yanı sıra Gramsci'de ideoloji, sivil toplum, hegemonya, yapı ve üstyapı gibi kavramlar birbiri ile iç içedir. Biri olmadan diğerini anlamlandırmak güçtür. Bu güçlüğü yaratan etmenlerden

biri de Gramsci külliyyatının büyük bölümünü oluştura hapisane defterlerinin sansürden kaçınmak için oluşturulan dilidir. Bu bütünlük kavramlar tek tek incelendiğinde anlaşılmaktadır. Yönetici sınıfın ideolojisini sivil topluma yaymada kullandığı örgütleri ve sürecin nasıl ilerlediğini açıklarken bu bütünlük görülmektedir. Demir ve Göymen'e (2011: 99) göre Bu bütünlük tesadüfi veya şaşırtıcı bir sonuç olarak görülmemelidir, çünkü ortaya çıkan tablo organik bütünlük anlayışının bir sonucudur. Sistem içerisinde bir unsur diğer unsurlarla ile karşılıklı ilişkileri çerçevesinde anlam kazanmaktadır. Birbiri arasında uzlaşmaz çelişkiler barındıran unsurları bir arada tutmayı sağlayan hegemonya kavramı bu nedenle diğer kavramların anlaşılması ile açıklanabilmektedir. Böyle bir güç olduğunda hegemonya, karmaşık ve çetrefilli gibi görünse de anlamını ortaya serer.

Gramsci (1975: 21-22), ideoloji yaymakla görevli örgütler arasında eğitim kurumları ile basın ayı kurumlarının özsel rollerinin olduğunu söyler. Çünkü bu iki örgüt ideolojinin bütün alanlarını (bilimsel, yazınsal, siyasal vb. kitaplar, dergiler ve gazeteler) ve bu alanın derecelerini (seçkin, basitleştirilmiş vb.) kapsar. İdeolojik yayılma alanını oldukça geniş tutan Gramsci, kilise, eğitim öğretim kurumları, basın yayın alanı gibi asli unsurların yanı sıra mimari, cadde ve sokaklar gibi unsurları da ideolojinin yayıldığı bir alan olarak görür (Portelli, 1982: 23).

Tarihsel bloğun oluşması için yapı ve üstyapının organik bir bağla birbirine bağlanması gerekir. Bu da büyük oranda üstyapı unsurlarını çekip çevirmekle görevli toplumsal grupların işi olarak görülmektedir. gerçekte bu organik bağ son derece somut bir örgütlenme biçiminde denk düşer. Gramsci (Portelli, 1982: 49), her tarihsel blok çözümlemesinin iki temel ilke çerçevesinde gelişmesi gerektiğinin altını çizer:

1. "Bir toplum, kendine ortaya çıkma veya gelişme yolunda gerekli ve yeterli koşulları henüz var olmayan hiçbir görev saptamaz ilkesi;
2. Hiçbir toplum kendi ilişkileri içinde örtük olarak bulunan yaşam biçimlerini geliştirmedikçe dağılmaz ve yerini başka bir topluma bırakmaz."

"Bir toplumsal kuruluş içerisinde taşıyabileceği bütün üretim güçlerini geliştirmeden ya da yüksek yeni üretim ilişkileri bunların yerini almadan hiçbir zaman ortadan kalkmaz. Bu yeni ilişkiler eski toplumun bağrında doğup gelişmeden yani bunları meydana getiren maddi koşullar gerçekleşmeden yol olamaz (Gramsci, 1975: 162)."

Belirli bir dönemin tarihsel çözümlemesini yapmak için dönemin yapı-üstyapı ilişkisinin irdelenmesi önemli bir konudur, çünkü tarihsel bloğu sınırlandırılmasına olanak sağlar (Portelli, 1982:62). Bu iki ilkedен yola çıkarak Türkiye'de sağ muhafazakâr ideolojinin neden karşılık bulduğu incelenmeye değer bir konudur. Bu soruya popülist yorumlarla cevap vermek sorunun özünü görmeye engeldir. 1950'li yıllardan günümüze önce sağ daha sonra yeni sağ olarak Türkiye siyasi tarihinde ortaya çıkan her figür toplumda daha

fazla karşılık bulmuştur. Ayrıca bu durumu politik toplum ve sivil toplumun organik bağlanması olan tarihsel blok kavramı çerçevesinde ele alarak açıklamak bu çalışmanın temel amaçlarından biridir.

Gramsci, (Portelli, 1982: 98) tarihsel blok içerisinde aydınların rolüne belirgin bir önem atfeder. Yapı ve üstyapının birleşmesi aydınlar aracılığıyla sağlanır. *“Aydınların tarihsel blok içerisinde işlevinin incelenmesi üçlü bir görünüm gösterir.*

1. “Aydınla temsil ettiği grup arasındaki organik bağ ve aydının üstyapı içerisindeki işlevi,”
2. “Tarihsel bloğun aydınlarıyla eski hegemonik sistemin aydınları (geleneksel aydınlar) arasındaki ilişkiler,”
3. “Tarihsel blok içerisinde *“entelektüel blok”*un iç örgütlenmesi.”

Aydınlar egemen sınıfların elçileridir. Yerine getirdikleri görevler toplumsal hegemonya ve politik yönetimdir (Gramsci, 1983: 23). Tarihsel bloğun irdelenmesinde yapıyla üstyapının birleştiren bağın organik (belli bir yapı için zorunlu) niteliği bulunmaktadır. Üstyapının organik görünümü yapıyı örgütlenme bakımından zorunlu olarak bir geçerlilikleri vardır, insan yığınlarını üstyapılar örgütler (Portelli, 1982: 97-99).

“Bu bağlamda, tarihsel blokta doğrudan doğruya üretim güçlerine bağlı sosyo-ekonomik bir alt yapı ile politik ve sivil toplumdaki meydana gelen bir üst yapı görülür. Alt yapı ve üst yapı arasındaki organik bağlantıyı tarihsel bloğun üst yapısını yöneten aydınlar sınıfı sağlar. Bu nedenle tarihsel bloğun gerçekleşmesinde “organik aydınların” rolü çok önemlidir. Aydınlar birbirlerine organik olarak bağımlı bir toplumsal sınıftır. Ekonomik üretim içinde yer alan her bir toplumsal sınıf, yalnızca ekonomik alanda değil toplumsal ve siyasi alanlarda da etkin olan kendi aydınlar sınıfını oluşturur. Bu aydınlar sınıfı yalnızca fikir üretmez, aynı zamanda buldukları toplumsal sınıfın çıkarlarını gözetecek olan hegemonya projesini geliştirerek, toplumsal güçleri organize eder. Bu bağlamda bu sınıf, tarihsel bloğun ortak kimliğini oluşturan fikirlerin ve kurumların oluşmasında ve hegemonya için gerekli rızanın sağlanmasında önemli rol oynar. Tarihsel blok, hegemonik toplumsal sınıf olmadan var olamaz (Karacasulu, 2009:60)”.

Aydınlar temsilcisi olduğu toplumsal sınıf arasındaki bağın görünümü, “aydının temsil ettiği sınıfı hegemonik bir duruma getirmek için üstyapı içerisinde gösterdiği etkinlikte tezahür eder.” Bu doğrultuda aydınlar aynı zamanda egemen grubun hegemonya ve siyasi iktidarın ast işlevlerini yerine getirme memurlarıdır. Bu özelliğinden dolayı Gramsci, aydınlar üstyapı memurları olarak niteler.

“Aydınlar sivil toplumla politik toplumun canlı hücreleridir: egemen sınıfın ideolojisini hazırlayan ve bu ideolojiyi bütün toplumsal gövdenin içine işleyen *“dünya görüşü”* durumuna düşüren yine onlardır. İdeolojiyi yayma düzeyinde, sivil toplum örgütleri (kiliseler, eğitim-öğretim sistemi, sendikalar, partileri vb.) ve onların yayma gereçleri olan medya içerisinde egemen sınıfın ideolojik yapısını hareketlendirmek ve çekip çevirmekle görevli olanlar, aydınlardır. Sivil toplum memurları olan

aydınlar, aynı zamanda devlet aygıtı ve silahlı gücün çekip çevrilmesiyle yükümlü politik toplum görevlileridir de (politikacılar, memurlar, ordu vb.).

Bu hegemonik, zorlayıcı, ekonomik işlevlerin her biri, temel sınıfın birliğine ve onun tarihsel blok içerisindeki hegemonyasına katkıda bulunur. ...Gramsci, Bir sınıfın hegemonyasını ancak hegemonya ve zorlama uygulayan bir aydınlar katmanının oluşmasından sonra gerçekten kazandığını gösterir. (Portelli, 1982: 103)”.

Aydınlarla üretim arasındaki ilişki dolaylı bir ilişkidir ve bu dolayım iki toplumsal organizasyon aracılığıyla gerçekleşir: devlet ve sivil toplum. Aydınlar, egemen gruplar tarafından yönetilen hegemonya ve devlet ile cisimleşen toplum üzerindeki tahakkümün örgütlenmesinde önemli rol oynar (Gramsci, 2012: 222).

Gramsci'nin sivil toplum, yapı-üstyapı, aydınlar, hegemonya, tarihsel blok kavramları detaylı olarak irdelendiğinde bir siyasi partinin iktidar olabilmesinin şeması da ortaya çıkmaktadır. Siyasi partilerin medyada örgütlenmesi bu bağlamda değerlendirildiğinde tesadüfî değildir. Aydınların sivil toplum alanına nüfuzu büyük ölçüde medya dolayımından geçerek oluştuğu düşünüldüğünde medya sahipliği ve bu sahipliğin içeriklere etkisinin önemi bir kere daha anlaşılmalıdır. Egemen ideolojinin, dünya görüşü olarak toplumsal gövdenin içine yerleşmesi ve “*ortak duyu*” olarak algılanması kendiliğinden oluşmaz, aksine örgütlü bir çabanın ürünü olarak ortaya çıkar.

Bir toplumda müşterek bir fikir birliğini ifade eden “*ortak duyu*” dünyanın basit ama anlamlı bir biçimde sınıflandırmaya olanak sağlar. Toplumda kendiliğinden hazır bulunur, büyük ölçüde tanınabilir ve yaygın bir biçimde paylaşılır. “Bunun yanı sıra ortak duyunun bir içeriği ve bir tarihi vardır. Ortak duyu aracılığıyla şeylerin nasıl olduğunu öğrenemezsiniz. Yalnızca şeylere dair var olan şema içerisinde nereye uyduğunu keşfedebilirsiniz.” Ortak duyunun görünmez kıldığı bu ortam aynı zamanda onun sorgulanmaksızın kabul edilmesini de sağlar (Hall, 1994: 182).

Gramsci'ye göre ortakduyu (sağduyu) pratik, deneysel ve eleştirel olmanın yanı sıra dağınık, parçalı ve tutarsızdır. Bunun yanı sıra *ortakduyu* halkın bilgisi olduğu için (bu noktada kültürel bir yanının olduğunu söylemek gerekir) hegemonyanın sürdürülmesinde siyasi iktidarın kendi ideolojisini ortakduyu olarak gösterebilme kabiliyeti ile mümkün olmaktadır. Bu anlamda ortak duyunun manevra ve mevzi savaşlarında önemli bir paya sahip olduğunun altını çizmek gerekir. İletişim açısından bakıldığında ise ortakduyu, gündelik yaşam pratiklerinin kurumsallaşması olarak düşünüldüğünde hem bu pratiklerin içinde olması bakımından hem de bu pratiklerin aktarım kanallarını ve süreçlerini düzenlemesi bakımından iletişim ortakduyusallığın merkezinde bulunmaktadır. Kitle iletişim araçları ortakduyuyu hem kuran hem de pekiştiren bir işleve sahiptir (Mutlu, 2012: 220).

Böylesine ayrı ayrı birçok anlayışın kaotik birleşimi ve çelişkili bir deneyimler alanı olmasında egemen bloğun ortakduyu üzerinde kendi hegemonyasını mükemmelleştirmek için yüzyıllardır çalışıyor olmasının da bir etkisi vardır (Eagleton, 2011: 163). “Hegemonya oluşturmak demek, egemen sınıfın ya da egemen olma yolunda mücadele veren sınıfın kendi dünya görüşünü toplumun bünyesine baştan sona yayarak ve böylece kendi çıkarları ile toplumun çıkarlarını eşitleyerek ahlaki, siyasi ve entelektüel liderlik kurması anlamına gelmektedir.” Diğer bir deyişle yöneten ve yönetilen sınıf konsensüse dayalı bir yönetimin varlığı söz konusudur (Eagleton, 2011: 158). Bu konsensüsün oluşmasında dünya görüşünün karşılıklı paylaşılması da söz konusu olabilmektedir. Neticede sivil toplum alanına nüfuz edebilmek için bir ortak dil inşa edilmeli ve konsensüsün oluşması için ortaklıkların öne çıkarılması gerekmektedir. Bu ortak dilin toplumun geniş kesimlerine yayılması ise büyük oranda medya dolayımından geçmesi sonucunda sağlanmaktadır.

Medya iktidar ilişkilerinde gerek siyasetin gerekse kültürel üretimin bir aracı olarak medyanın karşılıklı bağımlılığını bütüncül bir perspektifte ele almak adına bu bölümde eleştirel ekonomi politik, neoliberalizm, hegemonya ve tarihsel blok kavramlarına yer verilmiştir. Bunun yanı sıra Türkiye siyasi tarihinde hegemonik bir örgütlenme biçimi olarak tezahür eden sağ politikalar kavramına değinilmiştir. Ak Parti iktidarı dönemi bu kavramlar doğrultusunda ele alınarak medyanın dönüşümünün altındaki nedenler açıklanmaya çalışılacaktır.

İKİNCİ BÖLÜM

AK PARTİ VE MEDYA POLİTİKALARI

2.1. Geçmişten Günümüze Ak Parti İktidarı

Ak Parti iktidarını ele alırken öncelikle onu iktidara getiren tarihsel sürecin anlaşılması gerekmektedir. Bu süreç, Cumhuriyet'in kurulduğu ilk yıllara hatta Türkiye modernleşmesinin başladığı Tanzimat'a kadar götürülebilir. Ak Parti, sağ partilerin Türkiye siyasi tarihindeki serüvenine ortak olduğundan bu çalışmada daha çok spesifik olarak Ak Parti'yi iktidara getiren nedenler ele alınacaktır. Bu nedenlerin başında 1980 yılında 24 Ocak Kararları ile tarihlenen neoliberal ekonomi politikaları ve bu yeni iktisadi örgütlenme biçimine Ak Parti'nin uyum göstermesi gelmektedir (Boratay, 2017:151). Bu durum, Ak Parti'nin 2002 parti bildirgesinde geçen maddelerden de anlaşılmaktadır. Söz konusu bildirmede piyasa ekonomisi ve özelleştirme kavramları ile ilgili maddeler incelendiğinde bu uyum görünür hale gelmektedir.

“Milletimizin teşebbüs gücü, ekonomik gelişmenin en önemli kaynağıdır. Devletin ekonomideki temel rolü, piyasalarda serbest rekabet koşullarını sağlamak ve teşebbüs gücünün önündeki engelleri kaldırmaktır. Küreselleşme ile birlikte artan rekabet ve oluşan yeni normlar, gelişmekte olan ülkeler için yeni tehditler olduğu kadar fırsatlar da oluşturmaktadır. Bu süreçte, evrensel standartlara uygun, açık ve net olarak tanımlanmış bir hukuk düzeni, güvenilir ve işleyen bir adalet mekanizması, garanti altına alınmış mülkiyet hakları ülkemize önemli üstünlükler sağlayacaktır...”

...Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT), faaliyette buldukları sektörlerde tekelleşen veya belirleyici konumdadır. Kamu mülkiyetinin avantajlarını kullanarak riski olmayan bir ortamda çalışmalarını piyasa mekanizmasının işleyişini bozmaktadır. Siyasi müdahaleler sonucu ekonomik rasyonelliğini yitirerek kamuya yük haline gelen KİT'lerin özelleştirilmesi kaçınılmaz hale gelmiştir. Özelleştirmenin temel amacı, ekonomide serbest piyasanın daha iyi işlemesi için gerekli koşulların oluşumunu sağlamak, etkinlik ve verimliliği artırmaktır. Piyasa ekonomisinde kamunun iktisadi rolü, piyasa mekanizmasının iyi çalışması için gerekli düzenleyici ve denetleyici mekanizmaları oluşturmaktır⁹.”

Kurulduktan yaklaşık olarak bir yıl sonra ciddi bir seçim başarısı yakalayan AK Parti'yi bu başarıya götüren etmenlerin bir diğeri ise Türkiye'nin içinde bulunduğu ekonomik koşullardır. 2001 ekonomik krizinin toplumsal hayata yansımaları ve negatif etkileri toplumu yeni bir arayışa yöneltmiş ve Ak Parti tam olarak bu arayışın içinde doğmuştur. Dönemin koşullarında kitlelerin ekonomik kriz ortamında iş becerebilecek bir lidere yüzünü döneceği ortadadır. Sadece ekonomik kriz değil ekonominin yönetilmesindeki sorunlar da bu dönem içinde önemli sorunlardan biri olarak görünmektedir. 07 Temmuz 1999'da Ekonomi Bakanı

⁹ “https://kurzman.unc.edu/files/2011/06/AKP_2002.pdf.”

Hikmet Ulubay'ın intihar teşebbüsünde bulunması¹⁰, 19 Şubat 2001'de yaşanan Anayasa kitapçığı krizi ve akabinde döviz fiyatlarının hızlı yükselişi, 5 Nisan 2001 tarihinde bir esnafın dönemin Başbakanı Bülent Ecevit'e "Sayın Başbakanım al, ben bir esnafım" diyerek yazar kaza fırlatması¹¹ gibi olaylar ekonominin kötüye gittiği algısını derinleştirmiştir. Kemal Derviş'in (13 Mart 2001) Türkiye'ye geliş sürecinde her ne kadar kendisi bir kurtarıcı olarak lanse edilse de krizin boyutunun toplumsal düzeyde hissedilmesine neden olmuş olabileceği göz ardı edilmemelidir. Ak Parti'nin ilk seçim bildirgesi incelendiğinde hemen her başlık altında bir ekonomik vurgunun bulunması ve seçim faaliyetlerinde ekonomik vaatleri ön planda tutması bu nedenle tesadüfi değildir.

Dönemin siyasi atmosferinde 28 Şubat postmodern darbenin etkileri de yadsınamaz. Türkiye'de çok partili hayata geçiş ile birlikte "İslami referanslı" partiler kurulmuştur. Her ne kadar çok partili hayatın ilk yıllarında etkili olmasalar da 1970'li yıllardan itibaren kalıcı hale gelmişlerdir (Bora, 2017: 469). Türkiye'de tam manası ile İslamcı olarak nitelendirilebilecek siyasi oluşumlar ilk olarak Necmettin Erbakan önderliğinde kurulan partilerdir. 28 Şubat sürecinde koalisyon hükümetinin bir parçası olan parti, Necmettin Erbakan'ın kurmuş olduğu ve başkanlığını yürüttüğü Refah Partisi'dir.

"28 Şubat'a giden süreçte Erbakan'ın Libya gezisi, İran Cumhurbaşkanı'nın Türkiye ziyareti, Başbakanlıkta tarikat liderlerine verilen iftar yemeği, D-8 girişimi, Kudüs gecesi ve tankların gövde gösterisi tansiyonu iyiden iyiye yükseltmiştir. Ayrıca Susurluk kazası ve ona yönelik başlatılan ancak daha sonra hükümet ve "irtica" karşıtı bir harekete dönüşen ışık kapama eylemleri de medyada oldukça ses getirmiştir. Şüphesiz ki Refah Partisi'nin önde gelen isimlerinin bazı açıklamaları – özellikle Erbakan'ın 'Türkiye'de faşist laik düzen var' söylemi gerginliği tırmandırmıştır. Ancak bütün bu olaylar bir çeşit tetikleyici etki işlevi görmüştür. 28 Şubat sürecinin temel dinamiklerini otantik Anadolu burjuvazisinin, modern burjuvaziye meydan okuyacak kadar güçlenmesinde ve Milli Görüşün Soğuk Savaş dönemi sonrası siyasete gerektiği kadar uyum sağlayamamasında aramak gerekmektedir" (Bölükbaşı, :176).

28 Şubat darbesinin "postmodern" olarak tanımlanmasının temel nedenlerinden biri sivil toplumun da psikolojik harp konseptiyle seferber edilmesidir. 28 Şubat'ın devamında koalisyon hükümeti yıkılmış ve RP Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılmıştır. Sonrasında RP geleneğini sürdürecektir partiler kurulmuş olmasına rağmen hareketin içinden çıkan ve "yenilikçiler" olarak adlandırılan grubun kurduğu Ak Parti, kapatılmalarla sürekli olarak yeniden kurulan "milli görüş" hareketini zayıflatmıştır (Bora, 2017: 477). 28 Şubat tecrübesi yenilikçi kanada nasıl bir yol haritası çizmesi gerektiğinin de sinyallerini vermiştir. Bu

¹⁰ "Ulubay'ın İntihar Girişimi", *Hürriyet Gazetesi*, 07. 07. 1999.

¹¹ "Ecevit'e Yazar Kasa Attılar", *Hürriyet Gazetesi*, 05. 04. 2001.

bağlamda yenilikçiler RP'den kopuşu keskin bir biçimde ifade etmişler ve milli görüşün söz dağarcığını mümkün olduğunca terk etmişlerdir. AK Parti “milli görüş” yerine “muhafazakâr demokrasi” kavramını tercih etmesi sadece bir söylem değişimini değil aynı zamanda bir paradigma değişimini de işaret etmektedir. Recep Tayyip Erdoğan'ın (2004) Uluslararası Muhafazakârlık ve Demokrasi Sempozyumu'nda söylediği şu sözler Ak Parti'nin muhafazakâr demokrasi anlayışını ana hatlarıyla ortaya koyar:

“Geleneği dışlamayan bir modernlik, yerelliği kabul eden bir evrensellik, manayı reddetmeyen bir rasyonellik, köktenci olmayan bir değişim. ...Muhafazakâr demokrasi anlayışımız, geleneği önemsemekle birlikte modern kazanımları reddeden bir gelenekçilik gütmemektedir. Yerelliği savunmak, evrenselliği ret anlamına gelmemeli, yerellik de kendisini çatışmacı bir mutlaklığa dönüştürmemelidir. Ak Parti, dini bir toplumsal değer olarak benimsemekle birlikte din üzerinden siyaset yapmayı, devleti ideolojik bir dönüşüme uğratmayı, dini sembollerle örgütlenmeyi doğru bulmamaktadır. Din üzerinden siyaset yapmak, dini araç haline getirmek, din adına dışlayıcı bir siyaset yürütmek hem toplumsal barışa hem siyasi çoğulculuğa, hem de dine zarar vermektedir...”¹²

Bu ifadelerden de anlaşılacağı üzere Ak Parti 28 Şubat sürecinde RP'nin başına gelenlerden bir ders çıkarmış ve kendisine yeni bir yol çizmiştir. Ak Parti bu söylemlerinden ve genel anlamıyla yol haritasından da anlaşılacağı üzere içinden çıktığı RP'nin değil daha çok DP, ANAP gibi merkez sağ olarak görülen partilerin devamı gibi görünmektedir ya da bu şekilde algılanmak istemektedir denilebilir. Bora'ya göre (2017: 479) AK Parti'yi milli görüş çizgisinden ayıran ve Türkiye'yi modernleştirici güç olarak sivrilmesini sağlayan etkenlerden biri de Avrupa Birliği'ne olan yaklaşımıdır. 2002'de iktidara geldiğinde ana hedeflerinden birinin AB'ye üyelik olduğunu belirten AK Parti modern liberal sınıfların gözünde de bu şekilde meşruiyetini güçlendirmiştir. 28 Şubat sürecinde oluşan İslamcı partilere yönelik olumsuz algı bu çerçevede kırılmış, Ak Parti 28 Şubat sürecinde ne yapılmamalı konusunda dersine iyi çalışmıştır. AK Parti kurmayları kendilerine karşı gelebilecek eleştirileri öngörmüş parti programını ve söylemleri buna göre dizayn etmişler, siyasi ajandalarını da buna göre oluşturmuşlardır.

Bir diğer konu da 28 Şubat sürecinin ordu-siyaset çekişmesi olarak görülmesi, toplum nezdinde burjuva-siyaset çekişmesi kısmını görünmez kılmıştır. Sivil toplumun bu sürece dâhil edilmesinde önemli bir rol oynayan medya o dönemde büyük ölçüde burjuva sınıfının batıcı kanadının kontrolündeydi. Medyanın sürece karşı takındığı tavır, kontrolünde olduğu sermaye sınıfının tavrının bir yansımasıdır. Bu da medya sahipliğinin içeriklere etkisinin doğrudan bir delili olarak görülebilir. 28 Şubat sürecinde sermaye sınıfının RP karşısındaki tutumu AK Parti'ye karşı aynı şekilde olmasa da çekimser bir tavır olarak nitelenebilir.

¹² “<http://www.akparti.org.tr/media/272223/uluslararasi-muhafazakarlik-ve-demokrasi-sempozyumu.pdf>”.

Sermaye sınıfı bu dönemde Türkiye'nin içinde bulunduğu koşulları ve AK Parti'nin ortaya koyduğu projeleri göz önüne alarak AK Parti'yi ehven-i şer olarak görmektedir (Halifeoğlu, 2019:131). Ak Parti ve TÜSİAD arasındaki ilişki AK Parti iktidarı boyunca bu ekseninde devam etmiştir. Türkiye'de cumhuriyetin ilk yıllarında devlet desteği ile kurulan eski sermaye sınıfı resmi ideoloji ile bütünleşmiştir. Cumhuriyetin kurucu değerlerine sadık kalmakla ekonomik ilişkilerin getirdiği çıkarlar arasındaki salınım bu çekimserliğin en önemli nedenleri olarak görülebilir. Ne var ki AK Parti'nin ortaya koyduğu projeler sermaye sınıfının uzun yıllardır üzerinde durduğu ve arzuladığı konuları içermektedir. Sermaye sınıfının koşulsuz desteğinden yoksun veya sermaye sınıfının TÜSİAD gibi örgütlenmeler aracılığıyla hükümet üzerinde baskı oluşturması zamanla AK Parti'nin yeni sermaye gruplarının ortaya çıkması için verdiği desteği açıklamaktadır. AK Parti'ye TÜSİAD'ın tamamen çekimser kaldığı da söylemek doğru olmayacaktır. O dönem TÜSİAD'ın içinde güçlü bazı iş insanları AK Parti'ye doğrudan destek vermiştir.

AK Parti'nin iktidara geliş sürecindeki elverişli koşulların bu kadar üst üste gelmesi tesadüfle açıklanmayacak kadar belirgindir. Siyasi, toplumsal, ekonomik, diğer partilerin AK Parti gibi somut reçeteler ortaya koyamaması vb. birçok neden sıralanabilir. Bunlardan biri de Recep Tayyip Erdoğan'ın siyasi kimliğidir. Koçal, dönemin siyasi kimlikleri üzerinden yaptığı tahlil Erdoğan'ın siyasi kimliğinin diğer siyasilerden nasıl ayrıştığını ortaya koymaktadır. Tayyip Erdoğan'ın Türkiye siyasi tarihinde bir figür olarak ortaya çıktığı dönemdeki siyasi liderler ile karşılaştırıldığında belli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Erdoğan gibi devlet yönetiminde etkin olmuş siyasetçiler ve devlet adamları seçkin bir görüntü çizmektedirler. Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren ortaya çıkan isimlere bakıldığında örneğin; Mustafa Kemal Atatürk, İsmet İnönü gibi kurucu isimler General, Menderes toprak sahibi, Özal yüksek bürokrat, Demirel mühendis, Ecevit entelektüel bir yazar, Türkeş ve Kenan Evren yüksek rütbeli subay, Erbakan Profesör öğretim üyesi, Sezer yüksek yargıç, Çiller Türkiye'nin en seçkin üniversitesinde Profesör. Erdoğan ise bu siyasi figürlerle karşılaştırıldığında halktan bir isim, İstanbul'un varoş bir semtinde dünyaya gelmiş orta sınıf bir ailenin çocuğudur. Gençliği de doğduğu semtte geçmiş, gençliğinde futbol oynamış, İETT'de işçi kadrosunda çalışmış bir işçi emeklisidir (2012:98). “Çoban Sülü” olarak lanse edilen Süleyman Demirel için de halktan imajı çizilse de Erdoğan onun gibi devletin önemli kurumlarında yüksek pozisyonlarda bulunmamıştır. Aynı durum Turgut Özal için de geçerlidir. “Savaş Akat'ın ifadesiyle; Ecevit, Demirel, Baykal, Derviş halkçı olabilirdi fakat Erdoğan halktı.” Erdoğan halk olduğunu ifade etmesine gerek bile yoktu tavırları, yaşam

biçimi, beden dili yukarıdan aşağıya bunu gösteriyordu. Diğer halktan olarak lanse edilen liderlere göre Erdoğan en fazla otantik biçimde halktan olan kişiydi (Koçal, 2012:99).

AK Parti'nin uzun süren iktidarı Erdoğan'ın kimliğinden bağımsız düşünülmemelidir. Türkiye'nin tarihsel, kültürel, geleneksel mirası gibi etkenlerden dolayı siyasette kişiler (özellikle liderler) her zaman önemli olmuşlardır. Bugün bile tarihin belli dönemlerini tamamen kişiler üzerinden değerlendirme azımsanamayacak kadar yaygındır. Türkiye tarihine bakıldığında bunun doğrulayan tarihi şahsiyetler elbette mevcuttur fakat bu Türkiye siyasetine lider kültürü¹³ de miras bırakmıştır. Kışlalı (1995: 191) oy vermede rol oynayan etkenlerde duygusal bağlılığın önemine dikkat çekmiş ve bunun bir lidere karşı olabileceğini, zamanla partinin çizgisi değişse bile duygusal bağlılığın etkisini sürdürebileceğini ifade etmiştir. Partinin veya liderin başarısı zamanla takım tutmaya benzer biçimde partinin veya liderin başarısından doyum elde etme biçimine dönüşür. Akdoğan'a (2018: 114) göre Erdoğan'ın üç tür bağlılık oluşturduğu ifade edilebilir:

- Liderin şahsına
- Liderin değer ve ideallerle şekillenen davasına/ideolojik hedeflerine
- Liderin ortaya koyduğu başarılarla, yani kişisel/grupsal faydaya

Bunların yanı sıra Recep Tayyip Erdoğan'ın RP üyesi olduğu dönemde Siirt ilinde okuduğu Ziya Gökalp tarafından yazılan "Asker duası" adlı şiirin bir kısmını okuması sonucunda DGM'de 312. Madde kapsamında yargılanmış ve bu yargılama sonucunda hapis cezası almıştır. Bu hapis cezası ile birlikte Erdoğan'ın İstanbul Belediye Başkanı sıfatından sıyrıldığı, ulusal düzeyde bir siyasetçi seviyesine ulaştığı söylenebilir. Dahası Erdoğan, hem dava hem de hapishaneye gidiş sürecinde göz önüne çıkmıştır. Bu dava aynı zamanda Erdoğan'ın siyaset yapabilmesinin de önünü kapatmış bu nedenle Kasım 2002 seçimlerinde aday olamamıştır. Seçimlerden sonra siyasi yasağın önündeki engellerin kaldırılması ve Siirt'te seçimlerin iptal edilmesiyle 9 Mart 2003 tarihinde yapılan seçimde buradan milletvekili adayı olmuş ve TBMM'ye girmiştir. Bu anlamda sürecin Recep Tayyip Erdoğan'ın siyasi kimliğini olumsuz etkilemediğini bilakis onun toplum tarafından daha fazla tanınmasına ve bilinmesine yol açtığı söylenebilir.

Ak Parti'yi iktidara getiren sürecin temel dinamikleri özetlenecek olursa, özellikle 1990'lı yılların siyasal açıdan çalkantılı olması ve bu çalkantıların siyasi istikrarı bozması sonucunda ekonominin temelden sarsılması ve nihayetinde bu sürecin ekonomik krizle son

¹³ Kült lider anlayışının tarihsel izleri eski çağlara kadar uzanır. Siyasi sistemin liderin kişiliği etrafında bütünleşmesini amaçlayan, bilinçli olarak oluşturulmuş ve yönetilen bir mekanizmadır (Rees, 2004: 4). Siyasi sistemin yapısal özellikleri ile yakından ilişkilidir (Gill, 1980: 167).

bulması ilk faktör olarak değerlendirilebilir. Siyasi ve ekonomik istikrarsızlık piyasaları da ciddi anlamda etkilemiş ve sermaye sınıfı ortaya koyduğu projelere bağlı kalmak koşuluyla AK Parti'ye karşı çekimser de olsa destek vermiştir. Yine bu istikrarsızlık sürecinde bağlı olarak siyasi partilerin bir araya gelerek kurdukları koalisyon hükümetlerinin birbiri ardına yıkılması siyasi liderlere olan güvensizliği artırmış ve toplum yeni bir siyasi lider arayışına girmiştir. Erdoğan, İBB başkanlığı yaptığı dönemdeki başarılı grafiği ve kişilik özellikleri bu arayışa bir cevap olmuştur. Bunların yanı sıra 28 Şubat sürecinde yaşananlar da AK Parti'yi iktidara taşıyan süreçte etkili olmuştur. Şüphesiz ki bu sürece etki eden birçok (tarihsel, kültürel, siyasi vb.) faktör vardır fakat burada sadece kısa vadeli etkilere değinilmiş, uzun vadeli etkilere çalışmanın birinci bölümünde kavramsal olarak yer verilmiştir.

AK Parti'nin iktidara gelişinde birçok parametre bulunmasına rağmen en çok 1990'lı yılların bıraktığı mirasın önemli ölçüde etkili olduğu düşünülmektedir. Bu yıllarda TBMM'ye girebilen hemen her parti iktidarın bir parçası olmuş ve koalisyonların başarısızlığı partilerin de başarısızlığı olarak görülmüştür. Bu dönem içerisinde yaşanan siyasi karmaşalar neticesinde siyasal partilere karşı güven kaybı yaşanmıştır.

AK Parti'nin iktidara geldiği 3 Kasım 2002 seçimlerine katılım oranları toplumun siyasi kurumlara güvensizliğinin arttığı anlaşılmaktadır. Bu durum Habermas'ın tanımıyla "meşruiyet krizi" olarak değerlendirilebilir. Siyasi sistem olabildiğince kitlesel sadakat talep eder. Ekonomik krizlerin neden olduğu sorunların çözümünde ve kriz ortamının koşullarında rasyonel kararlar alamayan devlet bir rasyonalite krizine girer. Bu kriz sonucunda devlet aygıtı dağınıklaşır ve meşruiyet problemi ortaya çıkar. Ekonomik ve siyasi kriz bir sonraki aşamada yaşam dünyasına yansiyarak halkın demokratik sistemden desteğini çekmesine neden olur (Habermas, 1980). Türkiye'de 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz, 90'lı yıllarda yaşanan siyasi krizlerle birlikte politik sistemin sorgulandığı bir süreci ortaya çıkarmış ve bu durum ekonomik krizin yanı sıra siyasal kriz dolayısıyla bir meşrutiyet krizi olarak yaşanmıştır. Kasım 2002 genel seçimlerinin sonuçlarına bakıldığında bu durum yadsınamaz bir biçimde kendini göstermektedir (Balaban, 2004:17). 1980'li yıllardan beri yapılan tüm genel seçimlerde en düşük katılım oranı 2002 genel seçimlerinde yaşanmıştır. Tablo 1' de karşılaştırılması yapılan 11 seçim sonucu arasında en düşük katılım oranı 2002 seçimlerinde olması durumu doğrulamaktadır.

Tablo 2.1 Türkiye'de Genel Seçimlere Katılım Oranları (yıllara göre)

Seçim Yılı	Katılım Oranı %
1983	92,36
1987	93,38

1991	83,91
1995	85,20
1999	87,19
2002	79,14
2007	84,25
2011	83,16
2015 Haziran	83,92
2015 Kasım	85,23
2018	86,24

AK Parti 2002 yılında iktidara geldikten sonra içinden çıktığı milli görüş geleneğinin mirasını terk etme çabası içerisinde olmuştur. 2007 yılına kadar süren ilk dönem boyunca AK Parti tarafından bu mirasın söz dağarcığını kullanılmamaya özen gösterilmiş ve 2002 parti programına sadık kalınmıştır. Bu dönemde RP'nin devamı olarak Fazilet Partisi'nin siyasete devam etmesi milli görüş kanadının temsilini bu partiye bırakmış ve bu durum AK Parti'nin gömleğimizi değiştirdik anlayışına katkı sağlamıştır. Kapatılan RP'nin ardından milli görüşün gelenekçi kanadı siyaset arenasından çekilmiş olsaydı AK Parti RP'nin devamı gibi görülebilirdi. Bu anlamda FP, hem varlığı hem de AK Parti karşıtı söylemleriyle Ak Parti'nin değişim söylemine ve siyasi konumlanışına katkı sağladığı düşünülmektedir.

AK Parti, iktidara gelişi sürecinde büyük sermaye gruplarının (TÜSİAD'ın çekimser olmakla birlikte) özellikle 1980 sonrası güçlenen Anadolu sermayesinin desteğini doğrudan almıştır. Erdoğan'ın gerek taşra gerekse şehirli yoksul ve orta sınıflardan oy aldığı bilinmektedir. Bu durum orta sınıf sermaye için de geçerlidir. AK Parti ve Erdoğan "Anadolu Kaplanları" olarak bilinen orta sınıf girişimcilerin temsilcisidir. İlk olarak MSP ile başlayan bu ilişki 2002 yılındaki seçimlerde belirgin bir biçimde ortaya çıkmıştır (Bora, 2002)

Anadolu sermayesinin AK Parti'ye desteği süregelen bir destek olarak değerlendirilebilir. İktidar aygıtını elinde bulunduran siyasi otorite, her ne kadar demokratik kurumlar işler olsa da son tahlilde devletin gücünü bünyesinde barındırır. Devletin düzenleyici aygıtlarını kontrol altına alan iktidar pekâlâ piyasa koşullarındaki rekabete etki edecek düzenlemeleri hayata geçirebilir. "Devlet müdahalesi, daima piyasa güçlerinin işleyişini ve üretimin özel sektör odaklı örgütlenmesini etkileyen finansal ve hukuki koşullar yoluyla dolayımaktadır" (Jessop, 2008: 58). Bu durum devletin (piyasa koşullarında her ne kadar serbest rekabet olduğu vurgusu olsa da) piyasada güç dengelerini değiştirebilecek müdahaleler yapabilmesine de olanak sağlamaktadır. Türkiye'de 1980 sonrası giderek yerleşik hale gelen İslami referanslı hareketler sadece siyasette değil piyasada da kendini göstermektedir. Örneğin: 1995 yılında MÜSİAD'a üye 1770 şirketin %75'i 1980 yılından

sonra kurulmuştur (Yankaya, 2018). Anadolu sermayesinin güç kazanması ve giderek serbest piyasa koşullarında yerini sağlamlaştırması olağan bir durumdur. Serbest piyasa ekonomisi içerisinde piyasaya girecek kişiler (gerçek veya tüzel) dini referanslara veya başka bir koşula göre belirleme gibi bir durum söz konusu değildir. Kritik olan durum bu büyümede siyasi otoritenin düzenleyici gücünü nasıl ve ne amaçla kullandığıdır. Örneğin: 2003-2013 yılları arasında kamu ihale yasası 29 kez, yasanın kapsamında yer alan çeşitli maddelerde 100'den fazla ve istisnaları içeren maddelerin içeriği de birçok kez değiştirilmiştir (Buğra ve Savaşkan, 2015: 126). Bu kamu ihalelerini kimlerin üstlendiğinin izi sürüldüğünde nasıl ve ne amaçla sorularının cevaplarının büyük oranda ortaya çıkacağı düşünülmektedir.

3 Kasım 2002 seçimlerinde iktidara gelen AK Parti'nin başarısını İslamcılığın başarısı olarak görmek doğru bir tespit olmayacaktır. Çünkü sürecin art alanına bakıldığında çıkarları birbirinden farklı birçok sosyolojik taban üzerine oturan bir siyasi hareket olduğu görülmektedir. Farklı sosyoekonomik sınıflar, farklı etnik özelliklere sahip bireyler, farklı çıkar gruplar geniş bir yelpazede AK Parti'yi desteklemiştir (Akdoğan, 2010:64) Bu yönüyle bir çerçeveye oturtulmak istenirse "kitle partisi" olarak değerlendirilebilir.

AK Parti iktidara gelmesine müteakip ilk beş yılda (2002-2007) iktidarının mutlak olmadığını ve devletin tüm gücünü elinde bulundurmadığı yıllar olarak değerlendirilir. Çünkü devletin en üst makamı olan Cumhurbaşkanlığı makamında AK Partili kadrolardan veya aynı siyasal kökenden gelen bir şahıs değil Anayasa Mahkemesi 14. Başkanı Ahmet Necdet Sezer oturmaktaydı. AK Parti'nin ilk dönemi olarak nitelendirilen bu dönemin politikalarına bakıldığında 2002 parti programına uygun politikalar izlendiği görülmektedir. Demokratik sistemde gücün paylaşımı ve tek kişinin tekelinde bulunmaması karar alma süreçlerini yavaşlatabilir fakat alınan kararların sonuçlarının olumlu olmasına neden olur. 2007 yılına kadarki süreçte Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer birçok defa veto yetkisini kullanarak meclis çoğunluğunun bir çeşit keyfiliğe dönüşmesini de engellemiştir. Bu da iktidar partisinin daha ihtiyatlı davranmasına yol açmıştır. Bu dönem ayrıca AK Parti için kendini ispat etme dönemi olduğu için politik başarılar öncelik verilmiş agresif politikalardan uzak durulmuştur. 2002 yılından günümüze süregelen AK Parti iktidarları arasında en başarılı dönem de yine bu dönemdir. Bu durum biraz da dünya konjonktürünün pozitif bir seyir izlemesi ile ilişkilidir. Hatta bu dönem Türkiye, kendisine benzer Sosyo-ekonomik yapıya sahip ülkelerle karşılaştırıldığında zayıf kaldığı bile söylenebilir (Savran, 2014: 99). Bu dönemde AB üyeliği konusunda ciddi adımlar atılması ve bu doğrultuda reformların yapılması da AK Parti için olumlu sonuçlar doğurmuştur. 2007 yılına gelindiğinde seçmen

nezdindeki olumlu algının bunun gibi nedenlere bağılı olarak arttığı seçim sonuçları üzerinden anlaşılmaktadır.

2002-2007 yılları arasında AK Parti bir yandan muhafazakâr demokrasi söylemini sürdürmüş ve bu söyleme dayanarak diğer yandan da AB ile müzakere sürecini kullanarak siyasal sistemi dönüştürmüş ve 2007 yılındaki Cumhurbaşkanlığı krizine kadar uzlaşmacı bir tavır sergilemiştir (Duran, (2018: 51). 2007 yılına kadar gelinen süreçte AK Parti'nin Cumhurbaşkanı ile uyumlu bir çalışma içerisinde olduğu söylenemez. Bu durum zaman zaman siyasette tıkanmalara yol açsa da aşılmış ancak 2007 yılında Cumhurbaşkanı'nın görev süresinin dolmasıyla süreç krizle sonuçlanmıştır. AK Parti bu süreçte yapılanları kendi açısından avantaja çevirebilmeyi başardığı sonuçlardan anlaşılabilir. Partinin iktidara tutunmasının belirgin nedenlerinden biri de bu tür krizleri lehine çevirecek şekilde konsolide etme başarısından gelmekte olduğu düşünülmektedir. On sekiz yıllık iktidarı boyunca askeri darbe de dâhil olmak üzere birçok krizle yüz yüze kalmasına rağmen AK Parti'nin bunları aşabilmiş olması bu durumun en net göstergesidir.

2002 seçiminde AK Parti'yi iktidara taşıyan etkenlerden biri olan statükoya karşı tepkisellik, 2007 Cumhurbaşkanlığı krizinin de AK Parti'nin lehine sonuçlanacak şekilde evrilmesine yol açmıştır. 2007 seçimlerine giderken Türkiye'de terör olaylarının artması, Danıştay'da düzenlenen saldırıda bir Danıştay üyesinin hayatını kaybetmesi, yollara döşenen mayınların patlaması sonucu askerlerin yanı sıra sivillerin de hayatlarını kaybetmesi, Erdoğan'ın ara ara agresif çıkışlar yapması toplumsal gerginliğin artmasına neden olmuştur. "Başbakan Erdoğan'ın 'Cumhurbaşkanı adayını AK Parti olarak belirleyeceğiz' sözlerine CHP'nin yanı sıra TÜSİAD'dan da sert tepkiler geldi. TÜSİAD Başkanı Ömer Sabancı, Cumhurbaşkanlığı seçimi gibi önemli konularda uzlaşma kültürünün yerleştirilmesi gerektiğini söyleyip Erdoğan'ın tavrını eleştirdi." Akabinde AK Parti'de ikinci adam olarak görülen Abdullah Gül'ün Cumhurbaşkanı adayı olmasının ardından cumhuriyet mitingleri düzenlendi. Genelkurmay Başkanlığı'nın internet sitesinden yayınlanan basın açıklaması dönemin siyasi ortamında muhtıra olarak değerlendirildi. Siyasal anlamda karmaşanın olduğu bu ortamda başka bir çıkış yolu olmadığı için erken seçim kararı alındı ve böylece 22 Temmuz 2007 seçimleri yapıldı ve AK Parti seçimlerde %47 oranında oy aldı (Balcı ve Bal, 2007: 10-12).

2007 seçimlerinin ardından Cumhurbaşkanlığı krizi de çözüldü, MHP'nin meclis oturumuna katılmasıyla 367 krizi aşılmış oldu ve Abdullah Gül Cumhurbaşkanı seçildi. Oldukça karmaşık sürecin sonunda hem Cumhurbaşkanlığı hem de Başbakanlık makamının AK Partili isimler tarafından işgal edilmesi ile yeni bir süreç başladı. Her ne kadar

seçimlerden yüksek oy alınmışsa da seçim sürecinde yaşananlar AK Parti'nin iktidar olduğunu ama hegemonik bir güç olmadığını göstermiştir. Abdullah Gül'ün adaylığını açıklamasının ardından TSK'nın tutumu, 367 krizinde Anayasa Mahkemesi'nin tutumu bunun en somut göstergesi olarak değerlendirilmektedir. AK Parti, halk tarafından destekleniyor fakat bürokratik yapı tarafından çemberin dışında tutulmaya çalışılıyordu. Milli görüş çizgisinden gelen AK Parti, devlet içinde yetişmiş kadroları bulunan Gülen Cemaati ile zaten var olan ilişkilerini bu dönemde pekiştirmiş ve böylece yeni bir sürece girilmiştir. Türkiye'nin uzun yıllar gündemini meşgul eden Ergenekon davaları ile bürokratik yapıda tasfiyeler başlatılmıştır. AK Parti, bürokratik yapı içerisindeki statükoyu kırmak için yetişmiş kadroları bulunan Gülen cemaati ile temasını arttırmış hatta birçok konuda birliktelik oluşturmuşlardır.

2007-2011 yılları arasında AK Parti iktidarı önceki döneme nazaran daha agresif politikalar benimsemiştir. Bu agresifleşmenin en temel nedeni de Ergenekon davaları kapsamında bürokratik yapıdaki değişimdir. Bu noktada süreç içerisinde bu davalar sonucunda görevden alınanlara odaklanılmış fakat bunların yerlerine kimlerin geçtiği konusuna fazla dikkat edilmemiştir. Bunun yanı sıra Cumhurbaşkanlığı'nın AK Parti'ye geçişi ile birlikte Cumhurbaşkanlığı'na bağlı atama yetkisi ile bürokraside atamalar yoluyla kendisine karşı olan dirençler kırılmaya başlanmıştır.

28 Şubat sürecinde hem milli görüş hem de Gülen cemaati zarar görmüş ve hesaplaşma gücün elde toplanacağı yarınlara bırakılmıştır. Uzun yıllardır Türkiye'de İslami oluşumları fakat özellikle Gülen cemaatini takip eden gazeteci Ruşen Çakır, Ak Parti ve Gülen cemaati arasındaki birlikteliği "...epey başarılı oldu. Ortak düşmanın saf dışı bırakılmasının ardından baş başa kalan taraflar kendi aralarında daha fazla iktidar için mücadele etmeye başladılar¹⁴." şekline ifade eder. Bu tespit AK Parti ve Gülen cemaati arasında 2007 yılına kadar bir bağ olmadığı anlamına gelmemelidir. Bu durum daha çok 2007 yılından sonra aralarındaki ilişkinin bir ittifaka dönüştüğü şeklinde ifade edildiğinde anlaşılır olmaktadır. 2007 yılında başlayan bu ittifak 2011 genel seçimlerinde çatırdamış ve nihayet 17-25 Aralık süreci ile birlikte bitmiştir. AK Parti iktidar olup muktedir olamamanın önündeki engel olarak gördüğü statükoyu devlet içinde uzun yıllardır kadrolaşmış Gülen Cemaati ile çözmeye çalışmıştır. 2007-2011 yılı arasındaki sürecin Türkiye açısından en belirgin yanı bu ittifak ve ittifakın yol açtığı meseleler olmuştur.

¹⁴ Çakır, "Cemaat-hükümet savaşı üzerine sıkça sorulan sorular", Vatan Gazetesi, 11. 01. 2014.

2011 genel seçimlerinde de AK Parti'nin oy oranı %49.8'e yükselmiştir¹⁵. Bu dönem müteakiben AK Parti açısından sıkıntılı olabilecek bir takım gelişmeler yaşanmıştır. Her ne kadar oy oranı yüksek olsa da toplumun bazı kesimlerinden toplumsal muhalefet başlamış ve bu muhalefetin bir sonucu olarak Gezi Parkı eylemleri patlak vermiştir. AK Parti'nin pragmatik tavrı bu eylemleri konsolide etmede yetersiz olmuş ve nihayetinde devlet şiddetine başvurmak durumunda kalınmıştır. Bunun yanı sıra yeni medya ve sosyal medyanın güçlendiği bir döneme denk geldiği için medya aracılığıyla eylemleri marjinal göstermede de bu başarısızlık sürmüştür. Gezi parkı ile başlayan toplumsal muhalefetin AK Parti iktidarını bu tarihten itibaren siyasi muhalefetten daha fazla sarstığı söylenebilir. Gerek 2002 gerekse 2007 yılında toplumun her kesimini kucaklayan söylemlerin yerine daha çok kendi mahallesini konsolide etmeye yönelik bir siyasi söylem böylece devreye sokulmuştur (Aslan, 2018: 29). Gezi Parkı eylemleri ile oluşan siyasi atmosfer AK Parti karşıtlığını güçlendirmiş ve AK Parti'nin benimsediği yeni siyasi söylemle birlikte toplumsal anlamda kutuplaşma daha belirgin bir hale gelmiştir. Gülen cemaatine karşı mücadele de bu dönemde karmaşık bir hal almış ve 15 Temmuz 2016 yılındaki darbe girişimi ile katı bir biçime dönüşmüştür. Cemaat ile mücadelenin 17-25 Aralık sürecinden itibaren karmaşıklaşmasının en önemli nedeni ucu AK Parti kadrolarına ulaşan soruşturmaların tıkanması ya da tıkandırılması olarak görülebilir. Gülen cemaati ile 2007-2011 yılları arasındaki birliktelik bu zaman içerisinde iki yapıda geçirgenliğe yol açmıştır. Günümüzde de cemaat ile mücadele konusunda toplumun ikna olmayışının en önemli nedeninin bu olduğu düşünülmektedir.

AK Parti ve Gülen cemaati arasında kurulan birliktelik bir çıkar birlikteliği olup zaman içerisinde Çakır'ın da belirttiği gibi ortak düşman ortadan kaldırıldığında çıkar çatışmasına dönüşmüştür. AK Parti hükümet olmanın verdiği güçle cemaatin üstüne giderken cemaat de devletin içerisine sızan kadroları aracılığıyla AK Parti'nin üzerine gitmiştir. Bu karşılıklı mücadele 15 Temmuz 2016 yılında yaşanan askeri darbe girişimi ile neticelenmiştir. Darbe girişimine bakıldığında ordu hiyerarşisi içerisindeki devlet ideolojisine bağlı bir grup tarafından yapılmadığı görülmektedir. Darbe sürecinde aktif rol alan FETÖ üyelerinin olması "tankların içinden çıkan (FETÖ) mensubiyetleri nedeni ile Emniyet Müdürlüğü ile ilişkileri kesilen polis amirleri, FETÖ ile iltisaklı sivil isimlerin darbenin yönetildiği Akıncılar üssündeki görüntüleri vs." bu durumu doğrulamaktadır (Alkan, 2016: 258).

Daha önce de belirtildiği gibi AK Parti iktidarı boyunca ekonomik, siyasi, hukuki vb. birçok sorunla karşı karşıya kalmış ve bu krizleri kendi çıkarları doğrultusunda konsolide etmeyi başarmıştır. AK Parti 15 Temmuz darbe girişimi sonrasında da benzer bir biçimde kendi

¹⁵ <https://ysk.gov.tr/doc/dosyalar/1923-2011-MVSecimleri-Tuik.pdf>

lehine konsolide etmiştir. 15 Temmuz sonrası oluşan siyasi atmosfer Tayyip Erdoğan'ın en büyük arzularından biri olmasına rağmen uygun bir tarihsel zemin bulunamayan Başkanlık sisteminin yeniden tartışmaya açılacağı ortamı da hazırlamıştır. 16 Nisan 2017 tarihinde yapılan Anayasa Değişikliği Halkoylaması sonucunda Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi %51.18 evet oyu olarak kabul edilmiş¹⁶. 24 Haziran 2018 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Recep Tayyip Erdoğan % 52,59 oy alarak Cumhurbaşkanı seçilmiştir.

Sonuç olarak geçmişten günümüze iktidarı incelendiğinde, RP'nin mirası ve İslami eğilimli bir parti olmasından dolayı AK Parti'nin cumhuriyetin kazanımlarını deforme edeceği endişesi ile toplumun büyük sayılabilecek bir kesimi tarafından kabul görmemiştir. Bunun yanı sıra Türkiye'nin kurumsallaşmış resmi ideolojisi ile bütünleşmiş yapılar (ordu, bürokratik yapı vs.) AK Parti iktidarı boyunca zorlayıcı olmuştur. Halk dilinde “iktidar olup muktedir olamamak” olarak nitelendirilen durum tam olarak bunu ifade etmektedir. Menderes'in “...biz hiçbir zaman devlete hâkim olamadık” şeklindeki ifadesi de bu durumun bir sonucudur (Küçükömer, 2009: 149). Bunun siyasi literatürde karşılığı “hegemonya”, “tarihsel blok” kavramları ile açıklanmaktadır. Elbette AK Parti kadroları bu durumun farkına varmışlar ve parti ideolojisini, ilk dönemlerde resmi ideoloji ile çelişmeyecek fakat kendine de bir meşruiyet kazandıracak ve nihayetinde resmi ideoloji haline gelecek politikaları hayata geçirmeye başlamışlardır.

2.1.1. Ak Parti İktidarını Hegemonya ve Tarihsel Blok Ekseninde Değerlendirilmesi

Çalışmanın birinci bölümünde hegemonya ve tarihsel blok kavramları kuramsal bir düzlemde ele alınmıştır. Bu başlık altında AK Parti'nin hegemonya inşa etme ve tarihsel blok olma yolunda ne gibi yöntem ve usullere başvurduğu değerlendirilmektedir.

AK Parti girdiği ilk seçimlerde önemli bir oy oranına ulaşmış ve seçim sisteminden kaynaklanan nedenlerden dolayı mecliste ciddi bir sandalye sayısına ulaşmıştır. Ne var ki halk desteği her ne kadar önem taşısa da hem iktidar hem muktedir olabilmek için tek başına yeterli değildir. Bunun için sivil toplumla bütünleşmek, rızayı daha geniş bir tabana yayabilmek, devlet aygıtlarını kontrol edebilmek gereklidir. AK Parti kurulduğu yıllardan itibaren kendine özgü bir ideolojik perspektif (muhafazakâr demokrasi) benimsemiştir. Bu ideolojik perspektif özü itibari ile resmi ideoloji ile büyük ölçekli çelişkiler barındırmasa da farklı bir sistematiğe sahip olduğu görülmektedir. AK Parti'nin devletleşmesi dahası devletin resminin giderek muhafazakâr demokrasinin çizdiği tabloya benzemesi hegemonya ve tarihsel

¹⁶ “İllere Göre Anayasa Değişikliği Halkoylaması Sonucu, <https://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/2017Referandum/2017HO-Ornek134.pdf>”.

blok kavramı ile açıklanabilir bir durumdur. Bu resmin giderek belirginleşmesi birkaç basamakta gerçekleşmiştir. İlk olarak ekonomi basamağına değinmek yerinde olacaktır.

2.1.1.1. Ekonomi

AK Parti iktidara geldiği 2002 yılı Türkiye 2000-2001 krizinin sonrasına denk gelmektedir. Ekonomik krizin birçok nedeni olmakla birlikte bunun en temel kaynaklarından birinin 90'lı yıllar boyunca süren siyasi istikrarsızlık olduğu düşünülmektedir. 2001 krizinden sonra Türkiye Ekonomi Bakanı olarak davet edilen Kemal Derviş'in "güçlü ekonomiye geçiş programı" büyük ölçüde sürdürülmüştür. Bu program özü itibari ile de AK Parti'nin ekonomi politikaları ile çelişmeyen neoliberal ekonomi politikalarıdır. Bunun yanı sıra Türkiye ekonomisinde derin çatlaklara neden olan bankacılık alanındaki sorunlar reformlar yapılarak giderilmeye çalışılmıştır (Bağış, 2018: 240-243). Ancak 2002'den günümüze ekonomi alanında birçok reform yapılmasına rağmen Türkiye ekonomisi hala kırılganlığını sürdürmektedir. Bu anlamda yapılan reformlar ekonomiyi kural olarak düzenlemiş fakat kırılganlığını giderebilme adına yetersiz kalmıştır. Acemoğlu ve Robinson'un işleyen bir demokrasinin tesisi için farklı ülkeleri örnek göstererek yaptıkları analizin Türkiye ile ilgili kısmı demokrasinin neden tam anlamıyla ideal düzeye erişememesinin yanı sıra ekonomideki kırılganlığı da açıklamaktadır. Buna göre Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş yıllarında CHP ekonomi ve toplumu modernize etti fakat müttefikleri içinde denetlenemeyen bir iktidar ve ekonomik zenginlik getirdi. İlerleyen yıllarda CHP iktidarı kaybetmiş olsa da inşa edilen bürokrasi modeli orantısız bir biçimde elde olan güç varlığını korumaya devam etti. Demokratik bir toplumun olmazla olmazlarından olan sivil toplumun Türkiye'de ortaya çıkamamasının nedenlerinden biri de bu güç olmuştur. En küçük toplumsal hareketlenmelerde (ki bunlar sivil toplumun kendilik bilinci için önemlidir) ordu devreye girerek müdahale etti. AK Parti'nin iktidara gelişi ile birlikte AB'ye uyum süreci Türkiye için bir fırsat yaratsa da 2007 sonrasında durum tersine döndü. İlerleyen yıllarda basın özgürlüğüne vurulan darbeler, Gezi Parkı eylemlerindeki devletin tutumu, çözüm sürecinin tamamen ters yüz edilmesi, 15 Temmuz 2016'daki askeri darbenin ardından OHAL ilanı ve OHAL sürecinde devletin daha da sertleşmesi ile koridora girme fırsatını elinden kaçırmış oldu (Acemoğlu ve Robinson, 2019: 488-490). AK Parti'nin ekonomi alanında reformlar yapmış olmasına rağmen kırılganlığı aşamaması ve Türkiye ekonomisinin temel problemlerinin çözülememesinin nedenlerinin başında (her ne kadar sistem bir yasal çerçeveye oturmuş olsa da istikrarlı hale gelebilmesi için) demokrasinin işlerlik kazanamaması yatmaktadır. Çağımız demokrasilerinin asgari şartları; birey ve devlet arasındaki ilişkilerin dikkate alınması, temel hak ve özgürlüklerin kapsamının genişletilmesi ve bunların kısıtlanmasının mümkün olmadığı bir

sistem inşasını talep etmektedir. Demokrasiyi bir sayısal üstünlük biçimi olarak seçimlerden alınan yüksek oylarla sandığa indirgemek yaşanan yüzyılın demokrasi anlayışı ile örtüşmemektedir. Bu şartlar sağlanmadığı müddetçe ekonomide var olan problemlerin çözümüne yönelik reformlar yetersiz kalacaktır. AK Parti döneminde ekonomide birçok reform yapılmasına rağmen Türkiye ekonomisinin kırılganlığının bir problem olarak devam etmesinin nedeni bu reformları yapısal olarak destekleyecek ve ekonomide kırılganlığa neden olan en önemli etkenlerden biri olan güven sorununu ortadan kaldıracak yapısal reformların gerçekleştirilmemiş olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Bunun yanı sıra Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemi ile birlikte bağımsız kurumların yıpranması ekonomide var olan güvensizlik sorunlarını artırmıştır. AK Parti iktidarı boyunca Türkiye ekonomisinin büyüdüğü bilinmekle birlikte son yıllarda yaşanan gerilemenin nedenlerinden birinin de sistem sorunu olduğu düşünülmektedir.

Siyasi iktidarın geçmişten günümüze kendi sermaye sınıfını yaratma çabalarının altında yatan nedenlerin başında gücünü pekiştirme anlayışı gelmektedir. Cumhuriyet tarihinde tek parti iktidarı dönemi ve sonrası bunun somut örneğini teşkil etmektedir. AK Parti iktidarı döneminde büyüyen ve güçlenen yeni şirketlerin ortaya çıkması bu durumla yakından ilgilidir.

Liberal ekonomi modelinin benimsendiği bir toplumda burjuva sınıfının çıkarları ile çelişen bir siyasi partinin iktidarını sürdürmesi pek mümkün değildir. Bu bağlamda AK Parti, TÜSİAD nezdinde temsil edilen büyük sermaye grupları tarafından eleştirilmiş bu eleştiriler zaman zaman siyasal alanı kapsamıştır. Büyük sermaye gruplarının koşulsuz desteğinden yoksun olmanın yanı sıra bu sermaye gruplarının baskısı altında hegemonyanın tesis edilebilmesi zorlaşmaktadır. Bu nedenle AK Parti büyük sermaye grupları ile doğrudan bir savaşa girmemiş fakat devletin imkânları yeri geldiğinde kullanılmıştır. Ayrıca devletin sağladığı imkânlarla 1980'li yıllarda başlatılan ekonomik anlayışın sonucunda ortaya çıkan Anadolu sermayesi desteklenmiş ve günümüzde büyük sermaye grupları arasında yerini almıştır. 1990'lı yılların başında ortaya çıkan MÜSİAD 28 Şubat sürecinde RP ile olan ilişkilerinden dolayı İslamcı siyasetle ilişkilendirilmiş ve bunun sonucunda yaşanan sıkıntılardan dolayı siyasetle arasında mesafe koymuştur. Ayrıca, zaman zaman eleştirilse de TÜSİAD, genel olarak AK Parti politikalarından hoşnuttur (Öniş, 2010: 273). Daha anlaşılır bir ifadeyle TÜSİAD'ın AK Parti'ye olan tutumu hiçbir zaman RP'ye olan tutumu gibi olmamıştır.

AK Parti iktidarı döneminde KOBİ'lere yönelik ekonomi politikaları da yeni sermaye gruplarının ortaya çıkmasında önemli bir rol oynamıştır. KOBİ'lere yönelik destek

toplumsal dönüşümlere de etki etmiştir. Kendilerine büyüme fırsatı bulamayan ve merkez tarafından dışlanan kesimler AK Parti'nin ortaya koyduğu politik söylem ve eylemlerle yeni fırsat kanalları bulmuşlardır. Anadolu burjuvazisi AK Parti döneminde elde ettiği ekonomik güçle medyayı finanse etmiş ve böylece hem kendilerine bir meşruiyet alanı yaratabilmiş hem de siyasi söyleme destek verebilmişlerdir. (Bakan ve Çimen, 2019: 51).

Türkiye'de sermaye sınıfının ortaya çıkış dinamikleri ile Anadolu sermayesinin ortaya çıkışı esasında bir geleneğin devamı olarak düşünülebilir. Türkiye'de ekonomi politikalarında devletçi gelenek ekonomik bir anlayış olarak sürmese de devletin sermaye sınıfının üzerindeki etkisi bu geleneğin mirası olarak devam ettiği söylenebilir. Bu durum Türkiye'nin tarihsel ve toplumsal yapısının devlete yüklediği anlamın da bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Ekonomi alanında hegemonyanın tesis edilebilmesi için yeni sermaye gruplarının ortaya çıkarılmasının nedenlerinden biri de olası bir büyük sermaye guruplarının tepkilerini dengeleyecek olmasıdır. AK Parti'nin sermaye sınıfında güç dengelerini değiştirmek için kamu alımları, yatırım teşvikleri, enerji lisansları, kamu bankaları kredileri gibi çeşitli enstürmanları kullanmaktadır. Bunların yanı sıra iktidar olmanın verdiği güç ile vergi cezaları, mali denetimler gibi unsurları da bir dengeleme aracı olarak kullanmaktadır (Turan, 2015: 208):

Hegemonyanın tesisinde ikinci önemli basamak ise bürokratik yapının dönüşümünde görülmektedir.

2.1.1.2. Bürokrasi

Türkiye'de siyaset ve bürokrasi ilişkisi geçmişten günümüze sorunlu bir yol izlemiştir. Tek parti döneminde birçok alanda oluşturulan devletle bütünleşik yapılar bürokrasi alanında o dönemin hükümeti için işlerin yürütülmesinde kolaylık sağlasa da gelecek yıllarda siyasi iktidar karşısında bir güç olarak var olmuştur. Daha önce de belirtildiği gibi Michels'in "her kim örgütten bahsediyorsa oligarşiden de söz ediyor demektir" sözü bu çerçevede değerlendirilebilir (133). Söğütü'ye (2010: 50) göre, Türkiye'de bürokratik vesayet tarihsel manada kökleri daha eskiye dayansa da tek parti dönemi uygulamaları sonucunda oluşmuştur. Bu dönemde yapılan anayasal düzenlemeler ilerleyen yıllarda darbe Anayasaları ile iktidar, siyasi seçkinler ve bürokratik seçkinler arasında paylaştırıldı. Siyasi iktidarın doğası gereği değişebilir olması bunun karşısında bürokratik vesayetin kalıcı oluşu zamanla bürokratik vesayeti belirgin bir güç haline getirmiştir.

"Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan 2000'li yıllara kadar oluşturulan bürokratik vesayet kurumları ve genel olarak darbeler sonrası hazırlanan Anayasaların iktidar haritası içinde doğrudan vesayet organı olarak tasarlanmış kurum veya makamları şu şekilde sıralamak mümkündür. TBMM için, AYM; yürütme ve idare için, MGK ve Danıştay; üniversiteler için YÖK; dini hayat için, Diyanet İşleri

Başkanlığı; belediyeler için, merkezi idare; yargı için HSYK ve kısmen Yargıtay; siyasî partiler için AYM, birer vesayet organı konumundadır. Cumhurbaşkanı ise, genel olarak devlet sistemi için, özelde yürütme ve idare için, bir vesayet makamı olarak ön görülmüştür (Mercimek, 2018: 141)”.

Bu bağlamda değerlendirildiğinde cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren ülkeyi hızlı bir şekilde kalkındırma adına atılacak her adımın sistematik hale gelebilmesi için oluşturulan yapılar ilerleyen yıllarda siyasi iktidarların üzerinde mutlak baskı aygıtına dönüşmüştür. Bu durum aynı zamanda Türkiye’de demokratik ideal bir düzlemde sivil toplumun ortaya çıkmasına da engel olmuştur. Demokrasiyi sandığa indirgeyen anlayış da Türkiye’de sivil toplumun gelişmediğinin bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Bu şekilde bir bürokratik örgütlenme biçimini tarihin koşulları da zorunlu kıldığını da belirtmek gerekir. Cumhuriyete sahip çıkacak ve onu ilelebet yaşatacak nesiller yetiştirilirken ilkesel olarak demokratik değerler arka planda bırakılmak durumunda kalmıştır. Michels’in “nerede bir örgüt varsa orada oligarşiden söz etmek mümkündür” sözü örgütlü bürokrasi içinde geçerli olmuştur.

AK Parti’nin 2002 yılı seçim beyannamesi incelendiğinde bürokrasiye yönelik yapısal eleştiriler görülmektedir. Seçim vaatlerinde bürokratik yapıda öngörülen sorunların çözümü noktasında öneriler bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekildedir ¹⁷:

- “Koalisyon hükümetinin uyguladığı, halkı canından bezdiren ekonomik istikrar programları ve acı reçeteler, enflasyonu kontrol altına almaya yetmemiştir. Ağır vergi yükü ve yoğun bürokrasi, ekonominin üretim gücünü zayıflatmış, istihdamı azaltmış ve kaynakların üretim yerine rant gelirlerine yönelmesine yol açmıştır.
- AK PARTİ, demokratik rejimin işleyişine, sistem dışı her türlü müdahaleye karşıdır. PARTİMİZ, siyasi alanın daralmasına, temel hak ve özgürlüklerin kısıtlanmasına, bürokrasinin siyasetin yerine ikame edilmesine, kamuda göreve alınmada eşitsizliklere, eğitim hakkının sınırlandırılmasına neden olan düzenlemeler ve uygulamaları değiştirecektir.
- Dış politikada karar verme ve uygulama sürecinin, sadece bürokrasinin katılımıyla yürütülmesinin yetersiz kaldığı görüşündedir. Bu tür kararlara Parlamentonun ve toplumun çeşitli kesimlerinin katılımının sağlanmasıyla Türkiye’nin dış politikadaki etkisinin ve gücünün artacağına inanmaktadır.”

Seçim beyannamesinde yer alan bu başlıklar değerlendirildiğinde AK Parti ilk yıllarda bürokrasiyle açık bir çatışma içine girmek istemediği, iktidarının ilerleyen yıllarında bürokratik oligarşi, vesayetçi anlayış olarak tanımlayacağı yapıyı ilk başlarda karşısına almak istemediği sonucuna ulaştırmaktadır (Yılmaz ve Güler, 2016: 301).

“Türkiye’de bir bürokratik oligarşi var ve bu bürokratik oligarşi siyaseti bile parmağının ucunda döndürüp duruyor. Eğer buna bir de Türkiye’de demokratik sürece katkıda bulunacağımı söyleyip de bu

¹⁷ “AK Parti 2002 Seçim Beyannamesi, <https://www.akparti.org.tr/media/318780/3-kasim-2002-genel-secimleri-secim-beyannamesi-sayfalar.pdf>” (erişim tarihi: 25. 01. 2021).

katkıyı vermediğiniz zaman siyasetin önünü de tıkarırsınız... Siyaseti kötölemek, karalamak hep kolaydır. 4-5 yılda yapılacak seçimle sandığa gömersin ya da devam ettirirsin ama bürokrati indiremiyorsun. Geldiği zaman 30-35 yıl orada. Siyasetin böyle bir dezavantajı var.¹⁸”

“...Kastettiğim şey, devletimize kapaklanan ya da devletten nemalanan bazı insanların veya anlayışın, kendilerinde (ben devletim) deme hakkını bulmuş olması... Açık söylüyorum; onlar kendilerinde büyük ayrıcalık görüyorlar. Özellikle devlette çöreklenmiş her türlü değişime direnen, her fırsatta Türkiye'nin büyümesinin önüne takoz koyan anlayışı kastediyorum. Bu anlayış yeniliğe, değişime, büyümeye kapalıdır. Bu anlayış heyecansızdır. Türkiye'yi krize sokan da bu anlayıştır¹⁹.

“Tabii her zaman söylüyorum, zaman zaman da 'acaba fazla mı bu işi kaçırdım' diye de düşünüyorum. Hep, 'bürokrasi, bürokrasi, bürokratik oligarşi filan falan' deyip duruyorum. Belki bürokrat arkadaşlarım da bundan rahatsız oluyorlar. Ama bu yanlış yapımayanlar hiç rahatsız olmasınlar. 'Ben görevimi yapıyorum' desin²⁰.”

Bu haberlerden de anlaşılacağı üzere iktidarın ilk yıllarında bürokratik yapı girişimcinin önünde bir engel olduğu yönünde eleştirilmiştir. Bu söylemlerin bürokrasinin içerisinde gelen Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'e de hükümetin icraatlarını engellediği veya yavaşlattığı yönünde gönderme olarak da değerlendirilebilir.

Türkiye'nin devlet geleneğine bakıldığında özellikle bürokrasinin askeri kanadının özgül bir güce sahip olduğu görülebilir. Osmanlı'dan günümüze askeri sınıf, devlet yönetiminde çoğu zaman söz sahibi olmuş zaman zaman da istemediği yönetimleri değiştirmek için gücünü kullanmıştır. Bundan dolayı Türkiye siyasi tarihinde asker, hükümetler üstü bir rol üstlenmiş ve bu rolle de hükümetlerin üzerinde bir baskı unsuru olmuştur. TSK'nın 28 Şubat sürecindeki etkinliği bunun somut göstergelerinden yalnızca biridir. Jenkins'e göre (2010: 244) AK Parti'nin AB'ye üyelik konusundaki tutumu TSK'nın AK Parti'ye yönelik tavrını etkilediği düşünülmektedir. AB üyeliği yolunda Kopenhag siyasi kriterlerine aykırı görüneceği düşüncesi ile siyasi süreçleri etkiliyormuş gibi görünmekten sakınmıştır. 2002-2007 yılları arasında AK Parti'nin AB ile olan ilişkileri ve üyelik sürecine olan yaklaşımı ordu ile ilişkileri bu düzlemde tutmuştur. Ne var ki 2007 yılında krize doğru giden Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde ordunun koyduğu tavır iki tarafı birbirine zıt iki kutba itmiştir. Bürokraside örgütlü olmayan AK Parti, özellikle 1980 sonrasında sistemli bir biçimde bürokrasinin eğitim, hukuk, güvenlik güçleri gibi alanlarda örgütlenen Gülen cemaati ile yaklaşarak ordunun siyaset üzerinde baskı unsuru rolünü çözmeyi amaçlamışlardır (Çakır, :18). Türkiye'de bürokrasinin en etkin ayağı olan TSK; Ergenekon, Balyoz gibi davalarla yıpratıldı ve askeri vesayet bir anlamda getirildi. Ne var ki bu davalar zamanla cemaatin

¹⁸ “Erdoğan: Bürokratik oligarşi bizi parmağında oynatıyor”, *Hürriyet Gazetesi*, 08. 06. 2003,

¹⁹ “Erdoğan: Değerli TL kriz çıkarmaz”, *Hürriyet Gazetesi*, 11. 06. 2003,

²⁰ “Erdoğan: Bürokrasi gücünü acımasızca kullanıyor”, *Hürriyet Gazetesi*, 06. 04. 2006,

orduya yerleşmesinin de önünü açacak bir yöne doğru evirildi. 2010 referandumu da cemaatin yargıda benzer bir şekilde yükselişine olanak sağlayan koşulları hazırlamış oldu. Bürokratik vesayetin AK Parti ve Gülen cemaatine geçtiği düşünülse de boşalan kadroları cemaatin doldurduğu özellikle 17-25 Aralık süreciyle anlaşılmıştır (Çakır, 2014: 32). 2007-2011 yılları arasındaki AK Parti iktidarında Gülen cemaatinin önemli bir etkisi olduğu ve agresif bir politika yürütüldüğü görülmektedir.

AK Parti iktidarının ilk yıllarında çokça yakınılan bürokratik vesayet 18 yılın ardından eskisi kadar dile getirilmemektedir. Bunun en temel nedeni bürokrasideki vesayetin kırılmış olmasıdır. Türkiye'nin demokratikleşme yolunda mesafe kat etmesi için bürokrasinin kurumsallaşması, gücünü herhangi bir erkten değil hukuktan alması gerekmektedir. AK Parti'nin bürokratik vesayete karşı tutumu ve söylemlerine bakıldığında haklı bir eleştiri olarak görülebilir çünkü doğru olan bürokrasiyi bir kesimi temsil eden oligarşik yapısından çıkarıp kurumsallaştırmaktır. Fakat kendi bürokratik oligarşisini oluşturmak bürokratik vesayeti kırmak anlamına gelmemekte ve sorunun çözümüne en ufak bir katkı sağlamamaktadır.

AK Parti hegemonyasını inşa edebilme adına hegemonyanın (ekonomi, bürokrasi, eğitim, din vs.) her basamağında etkili olacak uygulamaları hayata geçirmiştir. Din kuşkusuz ki bunlar arasında en etkili unsurlardan biridir. AK Parti dini kurumlar içinde bürokratik örgütlenmeyi daha kolay sağlayabilmiştir denilebilir. İktidarının ilk yıllarından itibaren bürokratik manada dini kurumlarla bir problem yaşanmamıştır. “Seküler ya da bürokratik oligarşi karşısında madun/mazlum halkı temsil etme iddiasında olan popülizm, kendi iktidarını konsolide ettiğinde, yeni oligarşiyi kendisi oluşturduğunda bizatihi sosyal grupları kutuplaştırmaktadır.” (Ateş, 2017: 119). AK Parti'nin bürokratik yapıda örgütlenememesinin başında yetişmiş kadroların olmayışı dini bürokrasi için geçerli değildir. İslamcı bir geleneğin içinden çıkmış bir parti olarak bu alanda yeterli kadroları olmasa bile bu kadrolara nüfuz edebilme kabiliyetine sahiptir. Bu nedenle dini bürokraside göze çarpan bir problem yaşanmamıştır. Hatta çoğu zaman AK Parti'ni lehine bir tavır gösterildiği söylenebilir. Dini eğitim veren kurumların niceliksel olarak artışı da bu bağlamda değerlendirilmelidir.

2.1.1.3. Eğitim

Eğitim devletin en önemli ideolojik aygıtları arasında yer alır. Eğitim devletin ideolojisini, ilkelerini topluma benimsetebilmede kullandığı en önemli araçtır. Eğitimin toplumun inşasında ne kadar önemli olduğu Osmanlı Devleti'nde olduğu gibi Cumhuriyetin kurulduğu yıllardan itibaren uygulanan eğitim politikalarında da görülmektedir. Siyasal rejimlerdeki değişim ve dönüşümler iktidarın gücüne bağlı olarak eğitim sistemine de

yansımaktadır. Alkan (2009: 377-431), resmi ideolojilerle eğitim arasındaki bağı Osmanlı Devleti'nde Tanzimat'tan itibaren incelediği makalesinde tarihsel örneklerle göstermektedir. Tanzimat ile başlayan modernleşme çabaları bu süreçte eğitimde yapılan düzenlemeler iktidarın biçimine ve gücüne göre eğitim sistemine yansımış ve dolaylı olarak da dönemin düşünce sistemlerini de etkilemiştir. Aynı şekilde siyasal sistemdeki her değişimin dönemin eğitim sistemine yansıdığı Cumhuriyet Türkiye'sinde de görülmektedir. Resmi ideoloji ile eğitim sistemi arasındaki bağ eğitimin böylesine değişim geçirmesine neden olan en temel faktör olarak değerlendirilebilir.

AK Parti iktidarı döneminde de eğitim alanında yapılan uygulamalar bunu gösterir niteliktedir. İktidarının ilk yıllarında diğer alanlarda olduğu gibi AK Parti eğitim alanında da ihtiyatlı olmuştur. Örneğin türban, meslek liselerinin katsayı problemleri AK Parti için çözülmesi gereken temel sorunlardan biri olmasına rağmen bu konuda ilk yıllarda dile getirilmek dışında herhangi bir somut icraat olmamıştır. 2002 seçim beyannamesinde yer alan “AK PARTİ, demokratik rejimin işleyişine, sistem dışı her türlü müdahaleye karşıdır. PARTİMİZ, siyasi alanın daralmasına, temel hak ve özgürlüklerin kısıtlanmasına, bürokrasinin siyasetin yerine ikame edilmesine, kamuda göreve alınmada eşitsizliklere, eğitim hakkının sınırlandırılmasına neden olan düzenlemeler ve uygulamaları değiştirecektir.”²¹ ifadelerden anlaşılacağı üzere mevcut uygulamaların doğru olmadığı vurgulanmaktadır.

AK Parti'nin eğitim alanında yaptığı düzenlemeler neoliberal iktisadi örgütlenme biçiminin ilkeleri ile tamamen örtüşmektedir. İlk yıllarda eğitimin özelleşmesi üzerine durulsa da bu durum toplumun büyük bir kesimin oluşturan orta sınıfın gelir düzeyinin yeterli olmamasından dolayı tam anlamıyla gerçekleştirilememiştir. AK Parti, eğitimde yapılacak düzenlemeleri reform olarak nitelendirmiş böylece yapılacak düzenlemeleri iyileştirme olarak sunabilmeyi amaçlamıştır. Eğitimde yapılan reformun en belirgin yanlarından biri paradigma dönüşümü olmuştur. Türkiye'de uzun yıllardır uygulanmakta olan pozitivist yaklaşımın yerini postmodern felsefenin ilkelerine bırakmıştır. Bunun altında yatan temel düşünce eğitim sisteminin küresel neoliberal sisteme uyumlu hale getirilmesidir (İnal, 2013: 700). MEB'in 2004 müfredatında yer alan ifadeler bu durumu ortaya koymaktadır.

“Tüm dünyada bireysel, toplumsal ve ekonomik alanda yaşanmakta olan değişimi ve gelişimi; ülkemizde de demografik yapıda, ailenin niteliğinde, yaşam biçimlerinde, üretim ve tüketim kalıplarında, bilimsellik anlayışında, toplumsal cinsiyet alanında, bilgi teknolojisinde, iş ilişkiler ve iş gücünün niteliğinde, yerelleşme ve küreselleşme süreçlerinde görmek mümkündür. Tüm bu değişim ve gelişmeleri eğitim sistemimize ve programlarımıza yansıtma bir zorunluluk haline gelmiştir.

²¹ <https://www.akparti.org.tr/media/318780/3-kasim-2002-genel-secimleri-secim-beyannamesi-sayfalar.pdf> (erişim tarihi: 25. 01. 2021.)

Hazırlanmış olan program, dünyada yaşanan tüm bu gelişim ve gelişmelerle birlikte Avrupa Birliği normlarını ve eğitim anlayışını, mevcut programların değerlendirilmelerine ilişkin sonuçları ve ihtiyaç analizlerini ortaya koymaktadır.”

Eğitimde paradigma dönüşümü ile birlikte sistemin köklü bir değişim geçireceği bu ifadelerden de anlaşılmaktadır. MEB’de ilk olarak yapılan müfredat değişimi gerekçeleri birlikte açıklanmış ve AB vurgusu ile de makul hale getirilmiştir. Bu durum eğitimde bir şeylerin değiştirilebilmesi adına açılan ilk kapı olarak değerlendirilebilir. AK Parti, ilkesel olarak eğitimde meslek liselerinin katsayı problemleri ve üniversitelerde türban serbestiyesi konularında değişiklikler yapmayı arzuluyordu. Özellikle kendi seçmenleri özelinde de toplumun partiden bu yönde beklentileri olduğu biliniyordu.

AK Parti tarafından ilk dönemlerde çok sık olarak dillendirilmese de meslek liselerinin katsayı problemi ve türban yasağı çözülmeyi bekleyen temel sorunlardan biri olarak görülmektedir. Her iki meselede 28 Şubat kararlarının bir sonucudur ve bu yönüyle sorunun çözülmesi aynı zamanda 28 Şubat ile bir hesaplaşma anlamını da taşımaktadır. Meslek liselerinin katsayı problemleri ile ilgili çeşitli düzenlemeler yapılsa da katsayı problemi 2009 yılına kadar devam etmiştir. Bu durumun devam etmesinde dönemin Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer’in, YÖK’ün, Danıştay’ın etkisi olmuştur. 2009 yılında Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün, YÖK Başkanlığına Yusuf Ziya Özcan’ı ataması ile YÖK uygulamayı kaldırmak için girişimlere başlamıştır. İlk olarak katsayılar arasındaki fark iyice azaltılmış 2012 yılında 4+4+4 eğitim sistemi ile birlikte katsayı farkı tamamen ortadan kaldırılmıştır. Bu düzenleme aynı zamanda imam hatip liselerinin 28 Şubat sürecinde kapatılan orta kısımlarının açılmasının önündeki engeli de ortadan kaldırmıştır. Bu engellerin kaldırılması ile birlikte imam hatiplerin sayısında ciddi bir niceliksel artış gözlemlenmektedir (Aşlamacı, 2017: 191-192). Tabi bu niceliksel artış sadece katsayı probleminin ortadan kaldırılması ile sınırlı değildir. Recep Tayyip Erdoğan gibi AK Partide önde gelen siyasetçilerin imam hatip lisesi çıkışlı olması bunun yanı sıra son yıllarda imam hatip lisesi çıkışlı kişilerin siyasetin yanı sıra bürokraside de önemli yerlere gelmesi bu niceliksel artışın göstergeleri arasındadır (Junaedi, 2016: 136.).

“2017 tarihi itibarıyla toplam; 1408 adet İmam hatip lisesi ve bu okullarda okuyan 634.406 öğrenci bulunmaktadır. İmam hatip ortaokulu sayısı ise 2017 yılında 2.777 gibi bir sayıya ulaşmıştır. Devlet tarafından, İHL öğrencilerine kişi başına ortalama 3.165 TL harcanırken, bu rakam düz lise öğrencilerinde kişi başı 1.283 TL’dir. Ayrıca, İHL’lerin teknik imkânları, bina yeterlilikleri ve öğretmen sayıları diğer devlet okullarına oranla çok daha iyi duruma getirilmiştir. Aradaki oluşan bu farklılıklar, laik-seküler kesim tarafından adaletsizlik olarak nitelendirilmektedir (Toker ve Özcan, 2017: 46).”

Ak Parti iktidarı döneminde imam hatip liselerine yönelik uygulamaların sadece katsayı sorunu sonucunda ortaya çıkan adaletsizliğin giderilmesi amacı taşımadığı gelinen

nokta itibari ile ortadadır. Partinin eğitim politikalarında dikkat çeken diğer bir husus da din eğitimi ile ilgilidir. AK Parti birçok konuda AB standartlarını (yasa, norm, değer) referans aldığını ve din eğitiminin AB ülkelerinde zorunlu eğitim kapsamında olduğuna vurgu yapmaktadır. Fakat burada din dersini zorunlu tutan AB ülkelerinin mezhepsel tercihin yansıtılmayacağı başka bir ifadeyle mezhepler üstü bir din eğitimi anlayışın ön planda tutulması gerektiği yönündeki öneriyi yok saymaktadır (İnal, 2013: 704). Ayrıca AB, din eğitimi konusunu üye ülkelerin tasarrufuna bırakmıştır. Bu nedenle AB üyesi ülkelerde din eğitimi konusunda farklı yaklaşımlar uygulanmaktadır. Fransa hariç AB üyesi ülkelerin tamamında din eğitimi zorunlu, seçmeli ya da isteğe bağlı olarak okutulmaktadır. Bununla birlikte bazı Avrupa ülkelerinde (Almanya, İngiltere, Romanya, İsveç, İrlanda ve Yunanistan) din dersi (Okçu, 2009: 222) zorunlu bazılarında da mezhepseldir.

Türkiye’de din eğitimi ise hem zorunlu hem de mezhepseldir. Mezhepsel odaklı din eğitimi Ak Parti’nin din eğitimi konusundaki hassasiyetin çerçevesini göstermektedir. Din eğitiminin yaygınlaşması ve mezhepsel odaklı olması çokça tartışılan konulardan biri olmasına rağmen AB üyesi ülkelerle çok büyük farklılıklar arz etmemektedir. En temel fark Türkiye’de dini eğitimin bir hak olarak nitelendirilmesi ve tamamen devlet kontrolünde olmasıdır. AB üye ülkelerin birçoğunda dini eğitim kiliselerin desteği ile verilmekte hatta bazılarında ibadet de derslere dâhil edilmektedir.

AK Parti döneminde din eğitiminin tartışmalara yol açmasının temel nedenlerinden biri de iktidar ile toplumun ideolojik temellerinin ortak bir zemine oturtulması kaygısı olduğu düşünülmektedir. Bu durum Gramsci’nin “*ortak duyu*” ve “*hegemonya*” kavramsallaştırmaları ile birlikte düşünüldüğünde anlaşılır olmaktadır.

Eğitim hususunda AK Parti’nin üzerinde durduğu ve iktidara geldiği yıldan itibaren çözüme kavuşturulması gereken bir mesele olarak görülen türban sorunudur. 2002 seçim beyannamesinde yer alan “kamuda göreve alınmada eşitsizliklere, eğitim hakkının sınırlandırılmasına neden olan düzenlemeler ve uygulamalar” tanımında da AK Parti’nin türban konusundaki tutumu anlaşılabilir. Türban konusunda Türkiye’deki uygulamaların tarihi her ne kadar çok eski dönemlere kadar uzanıyor olsa da yasağın sert bir biçimde uygulanması 28 Şubat kararlarının bir sonucudur. Bu konuda yapılacak düzenleme meslek liselerinin katsayı sorunlarının çözümünde olduğu gibi yine 28 Şubat ile hesaplaşma anlamına da gelmektedir. İktidar ilk yıllarda bu konuda somut bir adım atmamış olması sorunu görmezden geldiği anlamı taşımamaktadır. İktidarın ilk döneminde tabandan bu yönde baskı görse de türban konusunu pek gündeme getirilmemiştir. Kamuda türban yasağının kaldırılmasının önündeki engellerin öncelikler kaldırılması gerektiği düşüncesi bu gecikmenin temel nedenlerindedir.

Bunun için yapılacak her yasal düzenleme bürokrasideki engellere takılacak ve tartışma konusu olmaktan öteye geçmeyecekti. Bu nedenle öncelikle türban sorununun çözümünün önündeki engellerin ortadan kalkması beklenmiştir. Abdullah Gül'ün cumhurbaşkanı seçilmesi ile birlikte bürokraside atama yetkisi elde edilmiş YÖK Başkanlığı'na yapılan atama türban sorununun çözümüne atılan ilk adım olmuştur (Savut, 2018: 963). Bu sorunun çözümünde ilk olarak çeşitli üniversite hocaları tarafından "türbana özgürlük bildirisi" imzaya açılmıştır²². Böylece iktidara geldiği ilk yıllardan itibaren masanın üzerinde tutulan türban sorununun çözümüne yönelik ilk adım atılmış ve bu adımı gerekli yasal düzenlemeler izlemiştir.

Türbanın bir sorun haline gelmesi siyasal çekişme konusuna dönüşmüş ve maalesef bu çekişme en temel insan haklarından biri olan eğitim hakkının engellenmesine neden olmuştur. Yasağın devam ettiği süreçte hak kaybı olduğunu inkâr etmek durumu açıkça görmezden gelmek anlamına gelir. Türban yasağının neden çıkarıldığı veya neden böyle bir yasak olması gerektiğini meşru kılacak şartların varlığını öne sürmekle bunun sonucunda ortaya çıkan hak kaybı aynı şeyler değildir. Bu nedenle uygulamanın her ne nedenle olursa olsun ciddi hak kayıplarına yol açtığı ortadadır (Ünlü, 2018: 78).

Tüm bunların yanı sıra türban meselesi AK Parti politikalarında sadece eğitimin ile ilgili bir mesele olmadığı açıktır. Yapılan düzenlemelerle bir hak ihlalinin önüne geçilmiş olsa da AK Parti'nin türban konusunu ideolojik bir alana taşınması bu özgürlüğe uzun vadede zarar verebilir. Türbana özgürlük anayasal güvence altına alınmış olsa da netice itibari ile Anayasa değişikliği ile tekrar kaldırılabilir. Bu konuyu bir temel insan hakkı perspektifinden değerlendirmek daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Özgürlüklerin güvencesi bir partinin tekelinde olması o özgürlüğün her ne kadar anayasal dayanakları olsa da sağlam bir temeli olmadığını da göstermektedir. Türban konusunda bir hak ihlali ortadan kaldırılmış lakin sağlam bir zemine oturtulması noktasında aynı çaba gösterilmemiş ve gösterilememektedir. Bugün Türkiye'de türban sorunu çözülmüş gibi görünse de Anayasal güvenceden ziyade bir partinin güvencesi altında olduğu algısı hâkimdir. Türban sorununun çözümü sürecinde farklı siyasal fraksiyonların tavrı da bu anlamda AK Parti'nin bu yöndeki oluşturduğu algıyı güçlendirmektedir.

AK Parti iktidarında eğitim alanında yaşanan önemli dönüşümlerden biri de yükseköğretimde ciddi bir artış olmasıdır. 2002 yılında 76²³ olan üniversite sayısı 2020 itibariyle 203'e ulaşmıştır²⁴. Özellikle gençlerin yükseköğretime erişiminde önemli bir

²²"Öğretim üyeleri türban için imza topluyor", *CNN Türk*, 01. 02. 2008,

²³ "10 yılda 92 üniversite açıldı." *Dünya gazetesi*, 17. 10. 2012

²⁴ <https://istatistik.yok.gov.tr/>

problem çözülmüş olsa da niceliksel artışın niteliğe yansımamış olması yükseköğretim sisteminin en önemli problemlerinden biridir. “Bir ülkenin akademik performansı kayda değer şekilde yükselmiyorken ve üniversite mezunlarına yüksek ücretli ve iş güvencesine sahip yeni istihdam olanakları yaratılmıyorken, üniversite mezunlarının iş piyasasındaki göreceli ağırlığının sürekli olarak yükseliyor olması” akademik enflasyon kavramı ile açıklanmaktadır (Yalçıntaş ve Akkaya, 2019: 74). Son yıllarda işsizlik oranları incelendiğinde diplomalı işsizliğin istatistiklerde diğer işsizlik parametrelerine göre yüksek oluşunun nedenlerinden birinin de bu olduğu düşünülmektedir. Türkiye’de üniversite eğitimi almış bireylere olan talebin üniversite sayılarındaki artışa paralel bir artış göstermemiş olması diplomalı işsizliğin nedenleri arasındadır (Yalçıntaş ve Akkaya: 2019: 795). Sonuç olarak üniversite sayılarındaki artış yükseköğretim talebini karşılama noktasında olumlu sonuçlar verirken farklı problemlerin ortaya çıkmasına neden olduğu görülmektedir. Eğitimde niceliksel artışın niteliğe yansımaya adına “*akademik teşvik ödeneği*” uygulaması 2015 yılında yasalaşmış ve 2016 yılından itibaren uygulanmaktadır. Görece yeni bir uygulama olmasından dolayı konu üzerine birçok çalışma yapılmasına rağmen niteliği artırma noktasında bekleneni verip vermediği tartışmalı bir konudur (Karabacak vd., 2020: 234).

AK Parti iktidarları döneminde birçok alanda yapılan reformlar arasında en kolay adımların ekonomi alanında atıldığı bürokrasi ve eğitimde daha yavaş hareket edildiği görülmektedir. AK Parti’nin ekonomi politikaları incelendiğinde sermaye sınıfının talepleri ve hedefleri ile örtüşmesi bunda en önemli faktör olduğu gözlenmektedir. Sermaye sınıfı dönem dönem yüksek sesli eleştiriler yapmış olsa da 28 Şubat sürecinde RP’ye karşı takınılan tutumundan çok daha esnek olduğu anlaşılmaktadır. Toplumsal alanı etkileyen reformların yapılmasında ise aynı durum söz konusu değildir. Sivil toplumun dönüşümünü içeren konularda daha ihtiyatlı ve adım adım hareket edilmiştir. Bu durum Gramsci’nin manevra ve mevzi savaşı kavramı ile ilişkilidir. AK Parti manevra yapabilmek için öncelikle mevzilerin hâkimiyetini ele geçirmiştir. Hegemonya mücadelesinde mevzileri ele geçirilmeden girişilecek savaşların kaybedilme olasılığı yüksektir. Barret’in “Manevra savaşı devlet iktidarını ele geçirmedir, fakat bu hegemonyanın zaten sağlanmış olduğu bir ortam olmazsa gerçekleşemez.” ifadesi tam olarak bu durumu açıklamaktadır. Manevra savaşını kazanabilmek için mevzi savaşının kazanılmış olması gerekmektedir. AK Parti’nin sivil toplumu ilgilendiren reformları yapabilmesinin önündeki engeller birer mevzi olarak düşünüldüğünde 2007 öncesi süreçte manevra kabiliyetinin neden kısıtlı olduğu anlaşılmaktadır. Toplumsal hayatı ilgilendiren ve AK Parti adına hep bir çekince olarak görülen reformlar İslamcılık yaftası ile engellenebileceği kaygısı ile bu alanlarda mevzi savaşı

bitene kadar ertelenmiştir. Günümüzde geldiğimiz nokta itibari ile muhalefete nazaran mevzi savaşında AK Parti'nin büyük oranda bu alanı kuşattığı söylenebilir.

AK Parti'yi iktidara getiren dinamikler 90'lı yılların karmaşık atmosferinde oluşmuş ve birbiri ardına yaşanan birçok gelişmenin sonucu olarak tezahür etmiştir. 90'lı yılların giderek silikleşen mirasına rağmen AK Parti'nin iktidarını sürdürmesi hegemonya ve tarihsel blok kavramları ile yakından ilgilidir. AK Parti bir kitle partisi olarak toplumun geniş bir kesiminde kabul görmekte ve bu kabul politik toplumla sivil toplumun organik bağlanması olarak ifade edilen tarihsel bloğun oluşmasını da kolaylaştırmaktadır.

2.1.2. Ak Parti İktidarı ve Sermaye İlişkileri

Türkiye'de sermaye sınıfının ortaya çıkışı tarihsel süreç içerisinde izlendiğinde devlet destekli olduğu çalışmada daha önce de belirtilmiştir. Sermaye sınıfının ortaya çıkışında etkili olan bu dinamik zaman içerisinde sistematik hale gelmiş ve Batılı anlamda bir sermaye (burjuva) sınıfı tam manası ile teşekkül etmemiştir. Batılılaşma yolunda model alınan coğrafyada ise durum Türkiye'ye nazaran oldukça farklıdır. Türkiye'nin batılı toplumlara göre modernleşme macerası daha yolun başında farklı bir seyre girmek durumunda kalmıştır. Osmanlı'nın güçlü devlet geleneği yüzyıllar boyunca coğrafyayı çevrelemiş ve burjuva sınıfının ortaya çıkmasını engellemiştir. Batı ülkelerindeki devrimlerde etkili olan burjuva etkisi oldukça önemliyken Türk devriminde tamamen bürokrasinin etkisi hüküm sürmüştür. Kâğıt üzerinde Batılı tipi hukuk sistemi vardır fakat Türkiye'de burjuva maddi anlamda devletin etkinlik alanı içerisinde var olabilmıştır. Batılı ülkelerde ortaya çıkan ve Batı toplumlarını şekillendiren burjuva sınıfının yarattığı toplumsal dinamik Türkiye'de yoktur (Dinler, 2009: 33-34).

Cumhuriyet Türkiye'sinin Osmanlı'dan aldığı en kadim miraslardan biri olan güçlü devlet modeli burjuva sınıfını edilgenleştirmiş ve bunun sonucunda iş insanlarında olması gereken girişimcilik vasfını budamıştır.

“Batılılaşma hareketinin toplumsal itici gücü olamayan, iktidar kendisine ihtiyaç duyduğu vakit bile bu fırsatı kendi gücünü arttırmak için kullanmaktan aciz, bir çıkar grubu olarak kendini kabul ettirmek yerine kişisel ilişkiler üzerinden bürokrasiyle arasını iyi tutmaya çalışan bir girişimci sınıfın öyküsüdür. Bu acıklı öykünün kahramanları girişimci ruha sahip olamadıklarından Batı'daki gibi büyük atılımlar gerçekleştiremezler; o ruhu yakaladıkları ender zamanlardaysa devlet baba yaramazlık yapan çocuklarına haddini bildirir. Toplum da burjuvaziye bastıran bir devlet geleneğini, girişimcilere prim vermeyerek destekler (Dinler, 2009: 36).

Buğra (2018: 44) güçlü devlet modelinin görüldüğü Doğu Asya ülkelerinde devletin müdahaleci rolünün Türkiye'ye nazaran çok da farklı olmadığını vurgularken meselenin devlet müdahalesinin boyutuyla değil aldığı biçimle ilgili olduğunun altını çizer. Doğu Asya

ülkelerinde devlet müdahaleleri piyasayı geliştirme rolünü üstlenirken (görece Batı toplumlarında da böyledir) Türkiye’de devlet müdahalelerinin birincil amacı bu olmamıştır.

Cumhuriyetin kurulduğu ilk yıllarda eskiye dönüşü arzulayan tüm girişimlerin önünü kesebilmek adına devlet tüm alanları kuşatmıştır. Bir yandan milli iktisat savunulurken yerli burjuva yaratılmaya çalışılmış ve kuşatıcı anlayış burada da kendini göstermiştir. “İktisat politikaları ile ülkenin ihtiyacı olan sermaye birikimini sağlamaya çalışırken, bu birikimin kimin elinde olması gerektiğine de baştan karar verilmiştir (Mahçupyan, 2015: 177).” Böylece sermayenin büyümesi hedeflenmiş fakat özerk bir hâl olarak devletin kontrol sahasını etkileyecek biçim almasının önüne geçilmiştir.

Türkiye’de sermaye sınıfı ve devlet arasındaki ilişkinin niteliği Osmanlı’nın Batılılaşma süreci ile oluşmaya başlamış, Cumhuriyet ile bir takım farklılıklar getirilse de bu ilişkinin niteliğinde bir değişim yaşanmamıştır. Fakat bu noktada altı çizilmesi gereken husus, Cumhuriyet’in kurulduğu yıllarda kurucu kadroların hedefi devleti kuşatmaktan ziyade ülkeyi mümkün olan en kısa vadede gelişmiş ülkeler seviyesine ulaştırma ideali çerçevesinde şekillenmiştir. Devletin maiyeti değişmiş ve her değişimde olduğu gibi eskiye dönme arzusu taşıyanlara karşı bir mücadele de yürütülmesi zorunluluğu devleti kuşatıcılığında bir faktör olarak değerlendirilmelidir. Bora’ya göre; Türk modernleşmesi özü itibari ile muhafazakârdır. Her ne kadar muhafazakârlıkla taban tabana zıt olarak varsayılmış olsa da bunun nedeni muhafazakârlığın dinsel olana indirgenmiş olmasından kaynaklanmaktadır. “Siyasal rejimin kurumlaşp kendini bir statüko olarak var etme sürecinde geliştirdiği otoriter devletçi karakter de bu tanıma uymaktadır.” Türk Cumhuriyetçiliği “vazifelere borçlu” bir vatandaş tipini varsaymış ve bu çerçevede yetiştirme anlayışı gütmüştür. “Bu yönüyle Osmanlı’nın patrimoniyel ve ceberrut devlet geleneğini muhafaza ederek modernleştirmiş”, iktisadi alanı kuşatarak burjuva üzerinde denetim kurmuş ve inşa edilen devlet mitosunu ile devleti siyasetin kalbi olarak konumlandırmıştır (2017:72). Cumhuriyet Türkiye’si kendisine her ne kadar modern sıfatı ile tanımlamış olsa da muhafazakâr anlayışı politika gereği terk edememiştir.

Muhafazakârlığın devletin içeriğinden çıkarılamayışı onun güçlü bir biçimde geri dönüşünü kolaylaştıran etkenlerden biri olarak görülebilir. AK Parti, ideolojisini “muhafazakâr demokrasi” olarak tanımlarken bu coğrafyanın aşına olduğu terimleri yeniden yorumlamıştır demek yanlış olmayacaktır. AK Parti iktidarının felsefesi olarak tanımlanan muhafazakâr demokrasinin ne olduğu, neyi muhafaza edeceği sorusunun cevabını Akdoğan, Tony Blair, Bill Clinton, Gerhard Schröder önem atfettikleri “üçüncü yol” anlayışına benzeterek açıklar. Buna göre üçüncü yol:

“...Üçüncü yol devletçi bir sosyal demokrasiyle neoliberalizmin serbest piyasa anlayışına bir alternatif geliştirmeye çalışmaktadır. ...Devletin kürek çekmek yerine dümene geçmesi gerektiği düşüncesiyle

merkeziyetçi bürokratik devletin sınırlandırılması da bir diğer benzerliktir. Küreselleşmenin bir olgu olarak görülerek salt tepkisellik yerine doğru konumu alma çabası da ortak bir arayıştır.

AK Parti'nin muhafazakâr demokrasi anlayışının katı ve değişmez bir politika olmadığına da altı çizilmesi gerekmektedir. Kurulduğu ilk yıllarda çokça dile getirilmesine rağmen günümüzde daha az kullanılan bir kavram olması muhafazakâr demokrasinin terk edilmesi anlamına gelmese de bir paradigma dönüşümü olduğunu da gösterir. AK Parti'nin sürekli olarak değişim ve dönüşüm ruhuna sahip olduğu vurgusu siyasi tarihi boyunca görülürken devletin niteliği ve kapsayıcılığı söz konusu olduğunda geleneğe sıkı sıkıya bağlı olduğu görülmektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nde sermaye sınıfının ortaya çıkış dinamikleri ile AK Parti döneminde sivrilen sermaye sınıfının sivrileme dinamiği benzerlikler arz etmektedir. Bu durum aynı zamanda devletin sermaye ile olan partiler üstü ilişkisinin geleneksel dışavurumudur.

28 Şubat sürecinde sermaye sınıfının RP'ye karşı tutumu ve büyük ölçüde bu sermaye sınıfının elinde bulunan medya gücünün ne kadar etkili kullanıldığı (etik ilkelerden bağımsız) ortadadır. 28 Şubat sürecinde olumsuz etkilenen bir diğer kesim de merkezinde MÜSİAD'ın olduğu Anadolu sermayesini temsil eden KOBİ'lerdir. AK Parti hükümetinin ekonomi politikaları incelendiğinde devlet desteğiyle gelişen büyük sermaye işletmelerini gözetken eski merkezci anlayıştan ciddi bir sapma olduğu görülmektedir (Buğra ve Savaşkan, 2015: 115). Bu sapma özü itibari ile esasında bir geleneğin devamı olarak nitelendirilebilir. AK Parti'nin 2002 seçim beyannamesinde KOBİ'lerle ilgili maddeler incelendiğinde bu yönde atılacak adımların KOBİ'leri dönüştürme amacı taşıdığı görülmektedir. Buna göre:

- “KOBİ'lerin finansal sektöre olan borçları yeniden yapılandırılacaktır.
- KOBİ'lere uygun maliyetli yatırım ve işletme kredileri kullanılacak, kredilere aracılık eden bankaların sayısı artırılarak, tüm özel bankalar ve özel finans kurumları sisteme dâhil edilecektir.
- KOBİ yatırımlarında risk sermayesi uygulamaları geliştirilecektir.
- KOBİ borsaları oluşturulacak, KOBİ'lerin hisse senetlerinin bu borsalarda işlem görmesi sağlanacaktır.
- İstihdam yaratmadaki etkinlikleri ve esneklikleri, konjonktürel dalgalanmalara uyum kabiliyetleri, bölgeler arası gelişmişlik ve gelir farklılıklarının giderilmesindeki önemleri dikkate alınarak, KOBİ'lerin gelişmesi desteklenecektir.²⁵”

2007 yılına gelindiğinde KOBİ'lere yönelik desteklerin ciddi bir şekilde arttığı görülmektedir.

²⁵ “AK Parti 2002 Seçim Beyannamesi, <https://www.akparti.org.tr/media/318780/3-kasim-2002-genel-secimleri-secim-beyannamesi-sayfalar.pdf>” (erişim tarihi: 28. 01. 2021.)

“Halk Bankası esnaf ve sanatkâr kredileri 2002 yılında 154 milyon YTL iken, yaklaşık 17 kat artarak Mayıs 2007 itibariyle 2,6 milyar YTL’ye yükselmiştir. KOBİ kredileri ise 2002 yılında 347 milyon YTL iken 2007 yılında 5 milyar YTL’ye yükselmiştir. 2002 yılında sadece 63 bin işletme bu imkânlardan yararlanmışken, 2007 yılında yaklaşık 500 bin işletme yararlanır hale gelmiştir. Bankanın toplam kredileri içinde bu tür kredilerin payı 2002’de % 12 iken, 2007 yılında % 56’ya yükselmiştir. Ziraat Bankası KOBİ kredileri 2002 yılında 22 milyon YTL iken rekor seviyede bir artışla, 76 kat artarak, Mayıs 2007 itibariyle 1,7 milyar YTL seviyesine ulaşmıştır²⁶”.

Bu verilerden Türkiye’de sermayenin daha geniş bir tabana yayıldığı ve yayılacağı anlaşılmaktadır. 1970’li yıllarda ekonomik gelişimi ilk kez gündeme alınan KOBİ’ler 2002 sonrasında ciddi manada devlet desteğini almışlardır. Anadolu sermayesinin örgütlü biçimini ise MÜSİAD temsil etmektedir. MÜSİAD ve AK Parti arasında ortak bir güzergâh oluşmuş ve bu güzergâhın iki kurumun içinde kişisel bağlantılarla da sağlamlaşmıştır. İki kurumun arasında geçişlerin varlığı bunun en somut delili olarak değerlendirilmelidir. İki kurumun arasındaki yakınlığı dünyayı algılama biçimindeki ortaklığın yanı sıra bir çıkar ortaklığı olarak değerlendirmek mümkündür. Her iki kurum da ekonomik gelişmeden, küreselleşmeden, demokratikleşmeden pay almayı arzulayan yapılardır. Her iki kurum da iktisadi düzeni yıkıp yerine yenisini inşa ederek değil, kurulu düzeni kendi leyhlerine olacak şekilde dönüştürerek sistemi kendi çıkarlarına uygun hale getirmeyi planlar (Yankaya, 2018:147).

AK Parti hükümetinin yeni bir sermaye sınıfının ortaya çıkmasını istemesinin nedenlerinden biri de TÜSİAD’ın iş dünyasındaki etkisini dengeleyici yeni bir güç ortaya çıkarmaktır. “Çıkar grupları, kendi çıkarlarını kamuoyunun yararına olan genel çıkarlanmış gibi aksettirmeye ve onları bu yönde ikna etmeye çalışmaktadır. TÜSİAD da, iş dünyasını temsil eden bir çıkar grubu olarak, sermayenin çıkarlarına uyacak politikalara destek vermekte ve bunları toplumun tümü için gerekli politikalar olarak kanalize etmeye çalışmaktadır.” (Yılmaz, 2013: 60). Bunların yanı sıra AK Parti iktidarı döneminde Anadolu sermayesinin güçlendirilmesi ve TÜSİAD’ın devre dışı bırakılması demek değildir. TÜSİAD içerisinde de AK Parti’ye yakın sermaye grupları bulunmaktadır. Hatta zaman zaman gerilimler yaşansa da AK Parti ve TÜSİAD’ın iktisadi örgütlenmeye yönelik bakış açılarının birbirine yakın olması bu gerilimlerin çatışmacı bir şekle dönüşmesini engellemiştir.

Hükümetin sermaye gruplarını kontrol altına almanın çeşitli enstrümanları bulunmaktadır. Bunların arasında en önemliler; kamu ihaleleri, TOKİ projeleri ve belediye ihaleleridir. Hükümetin bunlar üzerindeki tasarruf yetkisi sermaye alanına müdahale edebilmesine olanak sağlamaktadır (Turan, 2015: 308). Bir diğer konu ise devletin yaptırım

²⁶ A.g.e

gücüdür. Bunun en somut örneği AK Parti ve Doğan Holding arasında yaşanan gerilimlerin ciddi vergi cezalarını gündeme getirmesi ve holding üzerinde baskı kurulmasıdır. Doğan Holding, kesilen vergi cezalarına karşı medya gücünü ve uluslararası ortaklıklarını devreye alarak yanıtlamaya çalışmıştır. Bu cezalar daha sonra Maliye Bakanlığı ile yapılan görüşmeler sonrasında bir kısmının silinmiş bir kısmı da takvime bağlanmıştır (Angın ve Bedirhanoglu, 2013: 87).

AK Parti hükümeti döneminde sermayeyi dizayn etmenin bir diğer aracı ise TMSF²⁷ olmuştur. Özellikle medyanın mülkiyet yapısının dizaynında TMSF en etkili kurum olarak değerlendirilmektedir. Bu konu çalışmanın medya politikaları ile ilgili kısımda derinlemesine ele alınacaktır.

Sonuç olarak AK Parti ve sermaye arasındaki ilişki incelendiğinde hükümetin neoliberal iktisadi politikaları büyük sermaye guruplarının da politikaları ile örtüşmektedir. Sermaye sınıfı ne kadar hükümetle yakın olursa olsun son tahlilde önceliği ticari kaygılardır ve buna göre hareket eder. Gerek büyük sermaye gurupları gerekse küçük sermaye gurupları olsun hükümet politikaları kendi sermaye birikiminin ihtiyacına cevap verebildiği ölçüde makbuldür. AK Parti ile sermaye arasında kurulan ilişki de yakınlığın boyutundan bağımsız ve sermaye ile hükümetler arasındaki ilişkinin doğası gereği bu pragmatik bir ilişkidir. AK Parti kendine yakın sermayedarını yaratma girişimlerine rağmen TÜSİAD nezdinde temsil edilen sermayenin birinci liginde büyük çaplı bir değişim olmamıştır. Tarihsel sürece bakıldığında da AK Parti TÜSİAD'a rağmen iktidar olmamış bilakis özellikle ilk dönemlerde TÜSİAD'ın rüzgârını da göreceli olarak arkasına almıştır. Anadolu sermayesi ne kadar güçlenirse güçlensin büyük sermaye gurupları ile ekonomik ilişkiler gereği bağlantıları bulunmaktadır. Sermaye guruplarının farklı örgütlerle temsil edilmesi aralarında bir polarizasyon olduğu anlamına gelmemektedir (Sönmez, 2013: 182-183).

²⁷ “22.07.1983 tarihinde Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) bünyesinde tasarruf mevduatını sigorta etmek üzere kurulmuştur. 1994 yılında yaşanan ekonomik kriz sebebiyle TMSF'nin yetkileri genişletilmiş, tasarruf mevduatını sigorta etmenin yanı sıra bankaların mali bünyelerini güçlendirme ve gereğinde yeniden yapılandırma görevi TMSF'ye verilmiştir...

...2005 yılının Kasım ayında yürürlüğe giren 5411 sayılı Bankacılık Kanunu, Türk mevduat sigortacılığı sistemi ve TMSF için önemli değişiklikler getirmiştir. Bu Kanun ile TMSF'nin yetkileri genişletilmiş, önceki düzenlemelere göre BDDK tarafından belirlenen sigortaya tabi mevduatın kapsamı ve tutarını belirleme yetkisi TMSF'ye verilmiştir. Bunun yanı sıra risk esaslı sigorta priminin tarifesini, tahsil zamanını ve şeklini belirleme yetkileri de yine TMSF'ye verilmiştir. 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun getirdiği bir diğer yenilik ise katılım bankaları nezdinde açılan gerçek kişilere ait katılım fonlarının da TMSF'nin güvencesi altına alınmasıdır.”
[“https://www.tmsf.org.tr/tr/Tmsf/Info/tarihce.tr”](https://www.tmsf.org.tr/tr/Tmsf/Info/tarihce.tr)

Büyük sermaye gruplarının 2002 yılında AK Parti'ye olan dolaylı destekleri daha sonraki yıllarda 2002 yılındakine nedenlerle benzer şekilde devam etmektedir. Neoliberal ekonomi politikalarının sürdürülmesindeki ısrar bu desteğin en önemli nedenleri arasındadır. AK Parti hükümetleri belli sermaye gruplarını destekleyerek piyasada güçlenmelerine olanak sağlamış ve bu güç özellikle medyanın kontrolü için AK Parti lehine olacak şekilde kanalize edilmiştir. Türkiye'nin ekonomik tablosuna bakıldığında bu fotoğraf net bir biçimde görünmektedir. Fakat bu durum büyük sermaye guruplarının etki alanının daraldığı anlamını taşımamaktadır. Sonuç olarak AK Parti ve sermaye arasındaki ilişkilerin çıkar odaklı olduğu, ekonomiye müdahale enstrümanlarının hükümetin tasarrufunda olduğu ve bu tasarrufu kendine yakın sermaye gruplarının çıkarlarına göre zaman zaman kullandığı anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra kendine yakın sermaye grupları vasıtasıyla özellikle medyada bir yapılanmaya gittiği de görülmektedir. Medyada yapılanmanın yegâne enstrümanı mülkiyet kontrolü değildir. Mülkiyet kontrolü ile birlikte medya politikaları da yapılanmanın ya da medyayı kendi sesi olacak şekilde dizayn etmenin yollarından biridir.

2.2. Türkiye'de Medya Politikaları

İletişim ve medya modern toplumlarda bu alanda çalışan profesyonellerin inisiyatifine bırakılmayacak derecede önemli bir role sahiptir. Kitle iletişim aracı olarak medya ortaya çıktığı zamandan itibaren iktidarı elinde bulunduran ya da iktidar olmak amacı güden her yapı bu araçları kontrolü altında tutma amacı gütmektedir (Mora, 2018: 3). Demokratik toplumlarda medyaya halkın gözü kulağı olma, doğruyu ve haklı temsil etme, iktidar aygıtlarını teftiş etme, gözetleme gibi nitelikler atfedilir (Erdoğan, 1999: 34). Ancak medyanın kendisine atfedilen bu rolleri yerine getirebilmesi için siyasal sistemin ona bu olanağı sağlaması gerekmektedir. Bu nedenle herhangi bir ülkenin siyasal sistemi ile medyanın yapısı arasında ilişki o ülkenin demokratikleşme derecesinin temel göstergelerinden biridir. Bir başka ifadeyle ülkenin siyasal yapısının liberal, otoriter ya da totaliter kategorileri içerisinde hangisine dâhil olduğunu gösterir (Eyüboğlu, 1999: 47). Bir ülkenin siyasal sistemi ile medya sistemi arasında bağlantı olduğu kabul edilen bir gerçektir. Bu konu “medya demokrasisi”, “medya politikaları” ve “siyasal iletişim” kavramlarının tartışma alanlarında kolaylıkla görülebilir. Devletin yapısını, siyasal sistemini, sosyal yapısını, sivil toplumun gelişmişlik düzeyini anlamadan medyanın yapısını anlamak mümkün değildir. Bu da karşılıklı bağımlılığın ne kadar etkili olduğunun en önemli göstergelerinden biridir (Engesser ve Franzetti, 2011: 275-277). Siyasal sistemlere göre medyanın nasıl işlediği “normatif medya kuramları” perspektifinde değerlendirilmektedir. Basının dört kuramı olarak da bilinen

“otoriter medya kuramı, liberal medya kuramı, totaliter medya kuramı ve sosyal sorumluluk medya kuramı” basın ve siyaset arasındaki bağlantıyı açıklar.

Türkiye’de medya politikaları incelendiğinde Osmanlı’dan günümüze sansür uygulamalarının yaygın bir biçimde uygulandığı görülmektedir. Bu konudaki ilk kısıtlama 1858 Ceza Kanunu ile başlar. Buna göre:

“Devleti Âliyye’nin emir ve ruhsatıyla açılmış olan matbaalarda Saltanatı Seniyye (yüce saltanat), erbabı hükümet ve tebaa-ı Saltanatı Seniyyeden olan bir millet aleyhinde gazete veya kitap ve evrak-ı muzirre (zararlı belgeler) tab ve neşrine mütecasir olan (yeltenen) kimselerin, iptida bastırılmış olduğu şeylerin zaptıyla derece –i cürmüne göre matbaası muvakkatten veya bütün bütün (kesinlikle) kapatıldıktan sonra on mecdiye altınından elli mecdiye altına kadar cezayı nakdi (para cezası) ahzolunur (alınır).

Kanunun 139’uncu Maddesinde genel adaba aykırı mizah yazıları ile müstehcen resim basılması yasak edilmiştir.

Kanunun 123’üncü maddesi de basma kağıt asmak ve afiş ve yayın yoluyla başkasına asılsız suç yüklemeyi yasaklamıştır” (Topuz, 2015: 44).

Sansür uygulamalarının ilk ve daha kapsamlı örneklerinden biri 1864 yılında çıkarılan Matbuat Nizamnamesi’dir. O yıllarda Osmanlı’da dört gazete basılmakta ve bunların baki sayıları oldukça düşük olmakla birlikte Osmanlı Avrupa’da hükümetleri sarsan tehlikenin ileride Osmanlı’yı da etkileyeceğini düşünerek önünü almak istemişlerdir. Bu nizamnamenin birinci maddesine göre: gazete çıkarabilmek için devletin izni gerekmektedir. Yabancı ülkelerde basılan gazetelere de devlete karşı husumet havası taşıması durumunda ülkeye sokulması yasaklanmıştır (Topuz, 2015: 45). Nizamname incelendiğinde yasakların özel olarak tanımlanmadığı, bazı ifadelerin muğlak bir biçimde kullanılarak sınırlama alanının genişletildiği ve böylece keyfi uygulanmasına da yol açtığı anlaşılır. Türk basın tarihinde ilk sayılabilecek bu düzenlemenin ilerleyen yıllarda devamlılık kazandığı görülmektedir. Cumhuriyetin ilanından sonra da yasaklar benzer bir biçimde sürdürülmüştür (Doğaner, 2012: 113).

Türk basın tarihinin sansür konusunda en sert uygulamaların görüldüğü dönem II. Abdülhamit dönemidir. Saltanatı süresince (33 yıl) basın üzerinde sansür uygulaması artarak devam etmiş hatta dönemin ruhuna (zeitgeist²⁸) da yansımıştır. Bu dönemde basına uygulanan sansür öylesine ileri safhalara gitmiştir ki, siyasi anlam taşımayan kelimelere dahi anlamlar

²⁸ “Hegel’e göre çağlara hükmeden bir mutlak ruh -‘geist’- vardır. ‘Zeitgeist’ kavramıyla da yaşanan dönemin egemen ruhunu ifade eder. Egemen ruh, Hegel’in kurduğu tin-tarih ilişkisinde ve diyalektik sistemindeki bütünsellik düşüncesiyle birlikte her yerde görülebilir. Belli bir dönemin hakim dünya görüşü bireyi, toplumu, devleti de şekillendirir ve kendini onlarda yansıtır. Bu ruh her tarihsel dönüşüm noktasında, bir kişide cismanileşir.” (Bozoğlu, 2017: 70).

yüklenerek kullanılmaları yasaklanmıştır. 1876 yılında çıkarılan örnek alındığı ülkelerin anayasalarında basın özgürlüğüne serbestiye getirilmiş olsa da ilk Anayasa Kanun-i Esasi’de muğlak ifadelerle geçiştirilmiştir. Bu dönemde yaşanan bir diğer gelişme de bazı gazetelerin devletten çıkar sağlama amacıyla padişahın istekleri doğrultusunda yayın yapmaları olmuştur. Bu da Türk basın tarihinde basının propaganda aracı olarak devlet tarafından kullanılmasına ilk örneği teşkil eder. II. Meşruiyeti’in (1908) ilanından sonra (II. Meşruiyet özellikle II. Abdülhamit’in istibdat dönemine sağlam bir eleştiri ile yola çıkmış, dolayısıyla en çok eleştirilen hususlardan biri de basına özgürlüğüne getirilen kısıtlamalar olmuştur) 1909 yılında Matbuat Kanunu çıkarılmıştır. Buna göre gazete çıkarmak için ruhsat alma şartı ortadan kaldırılmış ve gazete sayılarında ciddi bir artış olmuştur. Ancak bu özgürlük dönemi de uzun sürememiş istibdat dönemin uygulamalarına benzer bir şekil almıştır (Özkorkut, 2002): 77-79). Bu durum yasaların güvencesinin onu uygulayanların keyfiliğine dönüşmesine uygun bir örnek olarak değerlendirilebilir.

Cumhuriyetin ilanından yaklaşık altı ay sonra çıkarılan 1924 Anayasası’nın 77’inci maddesi “Matbuat kanun dairesinde serbesttir ve neşir edilmeden evvel teftiş ve muayeneye tâbi değildir” ile basın özgürlüğü anayasal güvence altına alınmıştır. Bu dönemi müteakiben iktidar yanlısı basın organlarının yanı sıra muhalif basın organları da yayın yapma imkânı bulmuşlardır. Fakat Şeyh Sait Ayaklanmasının ardından çıkarılan Takrir-i Sükûn Kanunu ile basına uygulanan sansür geri dönmüştür. “Hükûmete Cumhurbaşkanının onayıyla memleketin sosyal düzenini, huzur ve barışını, güvenlik ve asayişini bozmaya yönelen her türlü teşkilâtı, girişimleri ve yayınları yasaklama ve sanıkları İstiklâl Mahkemelerine verme yetkisi tanıyan bu Kanunun 7. maddesi, basın özgürlüğünü tek başına ortadan kaldırmaya yetmiştir.” Bu kanunla hükümet rahatsız olduğu muhalif basını susturmanın olanağını bulmuştur. “Kararnameyle sıkıyönetim bölgelerindeki basın ve haberleşme denetim altına alınmıştır. Ayrıca kapatılan gazetelerin yöneticilerinin İstiklâl Mahkemeleri tarafından tutuklanması ve yargılanması, basın üzerinde yeteri derecede korku havası yaratmış ve muhalif gazete ve dergileri tamamen susturmuştur”. Bu dönemde muhalif basının susturulmasında İstiklal Mahkemeleri’de etkili olmuş ve zaman zaman bir tehdit unsuru olarak basın özgürlüğünün karşısında durmuştur (146-148). Bu dönem boyunca basın cumhuriyet vatandaşının inşasında bir araç olarak kullanılma arzusu çok sıkı denetim altında tutulmuştur. Tek partili dönemde basın özgürlüğü dönemin koşulları göz önüne alınarak değerlendirilmelidir.

Çok partili hayata geçişle birlikte basın özgürlüğü konusunda adımlar atılmıştır. Demokrat Parti basın özgürlüğünü gündemine almış ve bu konuda ortaya koyduğu vaatler neticesinde seçim öncesinde basının desteğini de arkasına almıştır (Topuz, 2015: 192).

DP iktidarının ilk dönemlerin basınla arasında gayet uyumlu bir ilişki olmuş ne var ki bu uyum uzun sürmemiştir. DP iktidarının ikinci döneminde basından eleştiriler artmaya başlayınca iktidar, basını kısıtlayacak bir dizi uygulamayı gündemine almış ve yasal zemine taşımıştır. Bu amaçla ilk olarak 09.03.1954 tarihinde, 6334 sayılı “Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanun” kabul edilmiş ve yürürlüğe konulmuştur.

Çıkarılan kanunlar, kanunlar haklar perspektifinden değerlendirildiğinde bir sorun yokmuş gibi görünse de uygulamada keyfiliğe yol açacak unsurları barındırması bakımından basın özgürlüğüne olumsuz etkileme riskine barındırmaktadır. Nitekim kanunun uygulanması sürecinde de bu tarz durumlar yaşanmış ve yasa yoluyla basın özgürlüğü kısıtlanmaya çalışılmıştır. Bunların yanı sıra çıkarılan bazı kararnamelerle basın ekonomik olarak baskı altına alınmaya çalışılmıştır. Gazetelerin temel hammaddesi kağıdın ithalatına getirilen düzenlemeler; gazetelerin temel gelirleri olan reklam/ilan tarifelerini ve satış fiyatlarını düzenleme gibi girişimler basını ekonomik olarak baskı altında tutmanın göstergesidir. Ekonomik alanda yapılan bu baskıların neticesinde “besleme basın” denilen basının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Daha önceki dönemlerde de basına yönelik kısıtlamalar olmuş fakat DP döneminde kısıtlamaların yanı sıra basına ilan/reklam yoluyla verilen destekler günümüzde yandaş basın olarak adlandırılan basın kuruluşlarının ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır (Bulunmaz, 2012: 210).

Demokrat Parti iktidarı, 27 Mayıs 1960 tarihinde Milli Birlik Komitesi’nin adı verilen cunta grubunun devletin yönetimine el koyması ile sonlanmıştır. DP döneminde baskı altında tutulan basın, Milli Birlikçilere destek vermiş ve komite de basın ile ilgili sorunları kısa sürede gündemine almıştır. Bu bağlamda ilk olarak “Neşir Yoluyla veya Radyo’yla İşlenecek Suçlar Hakkındaki 6334 ve 6732 sayılı kanunlar” iptal edilmiştir. Milli birlik hükümetlerinin basına getirdiği en önemli konulardan biri de ispat hakkıdır. DP döneminde çokça tartışılan konulardan biri olan ispat hakkının olmayışı kanunların keyfi uygulanmasına neden olmaktadır. Bu hakkın tanınması ile gazeteciye iddiasını ispatlaması hakkı tanınmış böylece önemli bir kısıtlamanın da önüne geçilmiş oldu. Milli Birlik Hükümetleri döneminde gazeteci hakları da genişletildi ve 2 Ocak 1961 tarihinde “Basın İlan Kurumu” kurularak resmî ilan dağıtımının düzene sokulması ve resmi ilan yoluyla besleme basın yaratılmasının önüne geçilmesi amaçlanmıştır (Topuz, 2015: 230-231).

09.07.1961 tarihinde kabul edilen Anayasa ile basın hakları ve özgürlükleri ayrıntılı bir biçimde tanımlanmıştır. Buna göre:

“Basın hürdür ve sansür edilemez. (madde 22)

Yayın yasağı konamaz (madde 22)

Gazete ve dergiler toplatılmaz (madde 22)

Gazete ve dergiler kapatılmaz (madde 22)

Gazete ve dergi çıkarmak için önceden izin alınmaz, mali teminat gerekmez (madde 23)

Haber, düşünce ve kanıların yayınlanması engellemez (madde 23)

Basımevlerine ve basın araçlarına el konulamaz (madde 25)

Düzeltilme ve cevap hakkı kötüye kullanılmaz (madde 27)

Devlet, haberleşme hakkının kullanılması için olanaklar sağlar (madde 22 ve 23)” (Topuz, 2015: 233-234)

1961 Anayasası daha önceki anayasalar ile karşılaştırılınca basın özgürlüğü bakımından elverişli bir ortam hazırlayacak yasal düzenlemeler getirmiştir ancak yasalar ve kanunlar bir noktada onları uygulayan kurumlar kadar güçlüdür. Bağımsız kurumların tesis edilmediği hiçbir devlette yasaların geniş bir çerçeveye oturtulması bir anlam ifade etmeyebilir. Nitekim 1961 Anayasası da ileriki tarihlerde getirilen yeni ekler ve düzenlemelerle ilk halinden uzaklaşmış ve sağladığı özgürlüğün kısıtlanması söz konusu olmuştur. 12 Mart 1971 muhtırası ve akabinde çıkarılan Sıkıyönetim Kanunu 1961 Anayasası'nın basına tanıdığı özgürlüğün kısıtlanmasına yönelik en ciddi düzenlemeleri getirmiştir.

1971 yılında 1961 Anayasası'nın 22. maddesinde yer alan “Devlet, basın ve haber alma hürriyetini sağlayacak tedbirleri alır” ifadesi eklenmiş. Böylelikle devleti basın özgürlüğü konusunda aktif bir pozisyona taşımıştır. Bu maddeyi salt basın özgürlüğüne bir müdahale olarak okumak doğru değildir çünkü ilerleyen yıllarda ciddi bir sorun haline gelen tekelleşme olgusunun önüne geçme de hedeflenmiştir. (Yıldız, 2014: 447). Türkiye tarihinde darbeler birçok açıdan olduğu gibi basın özgürlüğü konusunda da ciddi etkiler bırakmıştır. Yıldız (2014 :447), bunu deniz dalgası metaforu ile ifade eder. Darbelerin deniz dalgası gibi basının üzerini örttüğünü, bunun iyi mi kötü mü olduğunun anlaşılmadığını ancak dalgalar çekildiğinde ise farklı bir konjonktürün ortaya çıktığını söyler. 1961 Anayasası'nın da benzer bir durumu ortaya çıkardığı açıktır. Yasal zemin ne kadar yeterli şekilde inşa edilse de tarihin koşulları, siyasi çekişmeler, hegemonya savaşları yasaların uygulanma biçimlerine etki etmektedir. Bağımsız kurumlar inşa edilmediği ve bu bağımsız kurumların bağımsızlıkları güvence altında olmadığı müddetçe yasaların tanıdığı özgürlükler uygulanma noktasında büyük problemlerle karşılaşılacağı açıktır.

Anayasaların döneme ve iktidarın pozisyonuna göre değişebilir oluşu onun bir kutsal metin gibi gösterilmemesi gerektiğinin en önemli göstergesidir. Bunun göstergelerinden biri de 1982 Anayasası'dır. 12 Eylül 1980 ihtilalinin ardından çıkarılan bu Anayasa ile basın özgürlüğü tekrar gündeme alınmıştır. 1982 Anayasa'sında en önemli madde 25 ve 26 maddelerdir. 25. Maddeye göre “kimse düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce ve kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz”. Bu maddeye göre mahiyeti ne

olursa olsun düşünce özgürlüğü anayasal güvence altındadır fakat kimsenin ne düşüneceğini ifade etmediği müddetçe bilinemeyeceğinden de anayasal güvenceye ihtiyaç yoktur. 26. Madde de bu noktada 1982 Anayasası'nın konuya nasıl baktığını özetler. İfade özgürlüğünün kapsamını anlatan bu madde incelendiğinde en temel insan haklarından biri olan düşünce ve ifade özgürlüğünün ruhuna aykırı olduğu anlaşılmaktadır. Bu madde düşünce özgürlüğünü suç saymamakla birlikte ifade özgürlüğüne sınırlar koymaktadır. Anayasa'da düşünce ve ifade özgürlüğü çerçevesinde basın özgürlüğüne kısıtlamalar getirilmiştir²⁹.

1982 Anayasası hala geçerli olan Anayasa'dır. İlk hali üzerinde bir takım düzenlemeler getirilse de hala basın özgürlüğünü yasal güvence altına alacak nitelikten yoksun olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra ilk dönemlerde gerçekleştirilen gazeteci cinayetleri, tutuklamalar, yayımlanmış bazı eserlerin toplatılması ile zaten karnesi zayıf olan Türkiye'yi basın özgürlüğü konusunda geriye itmiştir (Yıldız, 2014: 455).

1990 sonrası medya holdinglerinin ortaya çıkması ile medya politikaları çok daha karmaşık bir hâl almıştır. 1990'lı yıllara kadar gazetecilik basın özgürlüğü perspektifinden değerlendirilirken medyanın ortaya çıkışı ile birlikte daha genel bir çerçeve sunan düşünce ve ifade özgürlüğü kavramları ekseninde değerlendirilmektedir. 1990'lı yıllardan sonra medya

²⁹ Madde 28 – “Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz. (Mülga ikinci fıkra: 3/10/2001-4709/10 md.)

Devlet, basın ve haber alma hürriyetlerini sağlayacak tedbirleri alır.

Basın hürriyetinin sınırlanmasında, Anayasanın 26 ve 27'nci maddeleri hükümleri uygulanır. Devletin iç ve dış güvenliğini, ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü tehdit eden veya suç işlemeye ya da ayaklanma veya isyana teşvik eder nitelikte olan veya Devlete ait gizli bilgilere ilişkin bulunan her türlü haber veya yazıyı, yazanlar veya bastıranlar veya aynı amaçla, basanlar, başkasına verenler, bu suçlara ait kanun hükümleri uyarınca sorumlu olurlar. Tedbir yolu ile dağıtım hakim kararıyla; gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunun açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle önlenebilir. Dağıtımı önleyen yetkili merci, bu kararını en geç yirmi dört saat içinde yetkili hakime bildirir. Yetkili hakim bu kararı en geç kırk sekiz saat içinde onaylamazsa, dağıtımı önleme kararı hükümsüz sayılır...”

“Sürelili veya süresiz yayınlar, kanunun gösterdiği suçların soruşturma veya kovuşturmasına geçilmiş olması hallerinde hakim kararıyla; Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünün, milli güvenliğinin, kamu düzeninin, genel ahlâkin korunması ve suçların önlenmesi bakımından gecikmesinde sakınca bulunan hallerde de kanunun açıkça yetkili kıldığı merciin emriyle toplatılabilir...”

“Sürelili veya süresiz yayınların suç soruşturma veya kovuşturması sebebiyle zapt ve müsaderesinde genel hükümler uygulanır.”

“Türkiye'de yayımlanan sürelili yayınlar, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, Cumhuriyetin temel ilkelerine, milli güvenliğe ve genel ahlaka aykırı yayımlardan mahkum olma halinde, mahkeme kararıyla geçici olarak kapatılabilir. Kapatılan sürelili yayının açıkça devamı niteliğini taşıyan her türlü yayın yasaktır; bunlar hakim kararıyla toplatılır. (<https://www.mevzuat.gov.tr>)”

politikalarında belirleyici unsurlardan biri neoliberal iktisadi örgütlenme biçiminin getirdiği şartlar altında şekillendiğini söylemek mümkündür.

Bu bağlamda liberal çoğulcu yaklaşımın öne sürdüğü medyanın toplumda faydalı bir araç olarak görevini ifa etmesi ve dördüncü kuvvet olarak kamu çıkarlarını koruması için ekonomik anlamda bağımsız olması ilkesi 1990'lı yılların sonrası için büyük ölçüde geçerliliği olmayan bir durumdur (Yaylagül, 2019: 16). Bu nedenle liberal çoğulcu yaklaşım perspektifinden yapılacak her analiz teorik olarak çökmek durumundadır. 1990 sonrasında özellikle büyük ölçekli medya kuruluşlarının holdinglerin bir parçası olması ekonomik bağımsızlığın ortadan kalkmasına yol açmıştır. Siyasetle olan karşılıklı bağımlılık ilişkisi her iki taraf için de bir baskı unsuru olarak kullanılmaktadır.

1990 sonrasındaki önemli gelişmelerden biri de ticari her alanda olduğu gibi medyada da yaşanan tekelleşme olgusudur. Serbest piyasa herkesin özgürce piyasaya gireceği vaadi tekelleşme ile antagonizma içindedir. Serbest piyasada her işletme ne sattığından bağımsız sattığı üründe tekel olma arzusu taşır. Ne var ki pazar payı her koşulda %100'dür. Piyasada rekabet edecek her kuruluş o payın bir kısmını almak durumundadır. Neoliberal ekonomik düzenin devleti sırtımızdan alın isteği özünde "bırakın ya tekel olalım ya da aynı sektördeki az sayıda şirketler olarak iş birliği yapalım" anlamına gelmektedir (Bagdikan, 2004: 63). Tekelleşmenin şirketlere olumsuz bir etiket takmasının önünde de bu şekilde geçilmeye çalışılmıştır. Biz şirket olarak tekel değiliz, piyasada bizim yaptığımız işi yapan başka şirketler de mevcut savı ile bu olumsuzluk aşılmaya çalışılmaktadır. Medyada da durum bundan farklı değildir.

Türkiye'de medya politikalarının 1990 yıllar öncesinde daha çok kısıtlamalar, sansür belirlerken (besleme basının varlığını da göz önüne almakta fayda var), 1990 sonrasında değişen ekonomi politik eksene göre farklı bir hâl aldığını söylemek mümkündür.

2.2.1. 2000 Sonrası Medyada Yaşanan Değişimler

Medya ve siyaset arasındaki karşılıklı bağımlık teknolojik gelişmelerle birlikte daha karmaşık bir hal almıştır. Gelişen teknoloji medyanın kullanım amaçlarını, şekillerini, boyutlarını genişletmiş ve bu genişleme ile medya büyük bir kültür endüstrisine dönüşmüştür. 1980'li yıllarda benimsenen neoliberal ekonomi politikaları ile birlikte medya, kamu tekelleri olmaktan çıkmış ve deregülasyon politikaları ile birlikte büyük medya yapıları ortaya çıkmıştır (Çelik, 2015: 736). Deregülasyon politikaları AK Parti öncesine denk düşse de sağ politikaların uygulamalarının bir sonucu olarak okunabilir. Bu bağlamda düşünüldüğünde medyada yaşanan dönüşümün neoliberal iktisat politikalarının kaçınılmaz bir sonucu

olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Özel televizyon kanallarının holdingler bünyesinde ortaya çıkmasının nedenlerinden biri de kuruluşu için ciddi bir sermaye gerektirmesinden kaynaklanmıştır. Kuyucu (2012: 121) bir televizyon kanalı kurup bir işletmeye dönüştürme maliyetinin minimum 3-5 milyon dolarlık bir sermaye gerektirdiğini belirtmektedir. Bunun yanı sıra ana akım televizyon kanallarının aylık 7-10 milyon dolarlık harcamalar yaptığı göz önüne alındığında bu alanda yatırım yapmanın ciddi bir maliyeti olduğu görülmektedir.

Türkiye’de holdinglerin medyaya yatırımları ve özel medya kuruluşlarının ortaya çıkış süreçleri çalışmanın birinci bölümünde aktarılmıştır. Özellikle özel televizyon kanallarının ortaya çıkışı iktisadi politikalar ile yakından ilgilidir.

Bu noktada regülasyon/deregülasyon politikalarının uygulanma amaçlarına bakıldığında neoliberal politikalar ile ne kadar yakından ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Neoliberal politikalar, hükümetlerin şirketlerin çıkarlarını koruma ve bu çıkarlara daha iyi hizmet verme adına yapılan düzenlemeleri içerir. Konunun medya ile ilgili boyutu da iletişim pazarında kuralların kaldırılması olarak değerlendirilir. Ticari medya pazarında kuralların kaldırılması ise kuralsızlığı değil şirketlerin çıkarlarına uygun olacak şekilde kuralların yeniden konulmasını ifade eder (Adaklı, 2006:49). Turgut Özal döneminde kendi yönetimi ile uyumlu medya yaratma arzusu siyasetçilerin medyaya olan ilgilerini de artırmıştır. Bunun en somut örneklerinden biri Cem Uzan’ın sahibi olduğu medya gurubunun 2002 seçimlerinde Genç Parti’nin propaganda aracına dönüştürülmesidir. Daha önce hiçbir siyasi tecrübesi olmayan Cem Uzan’ın her ne kadar meclise girebilecek oy oranını yakalamamış olsa da ciddi bir oy almasının altında yatan unsurlardan birisinin seçim sürecinde kendine ait medya kuruluşlarını propaganda aracına dönüştürmesi olduğu söylenebilir.

AK Parti iktidara geldiği 2002 yılından önce (1994 yılında) medyada özelleşmenin yasal zemini oluşturulmuştur. 90’lı yılların mirası holdinglerin bünyesine olan medya camiasını da etkilemiştir. Örneğin 28 Şubat sürecinde RP’ye karşı cephede yer alan Doğan Medya Grubu, AK Parti’ye destek vermemiş olsa da RP’ye karşı takındığı tavrın oldukça uzağında olduğu söylenebilir. AK Parti iktidara gelirken geniş tabanlı bir medya desteğinin arkasında olduğunu söylemek pek mümkün değildir. Bununla birlikte AK Parti, medya desteğine oldukça önem vermiş ve üst üste elde ettiği seçim başarıları sonucunda pekiştirdiği iktidarın verdiği güç ile medya organlarının desteğini arkasına alacak politikaları hayata geçirmiştir (Kahraman, 2019: 279).

AK Parti döneminde medyanın dönüşümünde ya da medyanın AK Parti’ye yaklaşmasında birkaç faktör etkili olmuştur. Bunların ilki medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümdür. Bu dönüşüm türünün özellikle medyanın AK Partileşmesinde en önemli faktör

olduğunun altını çizmek gerekir. Erkal'a göre (2019: 11) AK Parti iktidarının ilk döneminde medya mülkiyetindeki el değiştirmelere fazla müdahil olmamıştır. Bunun en somut göstergelerinden biri Star Grubu ve Dinç Bilgin'in sahibi olduğu medya grubunun satış süreçleridir. Her iki medya grubu da iktidara yakın olmayan gruplara satılmıştır. Ak Parti'nin medyaya yönelik mülkiyet tasarrufları 2007 sonrasında ortaya çıkmıştır. Medya mülkiyetinde yaşanan değişimlerin birinci nedeni hegemonik mücadelede bir mevzi olarak medyayı kazanma ve böylece manevra kabiliyetini artırmadır.

AK Parti döneminde medya politikaları ilk yıllarda yasal düzenlemeleri içeren politikalarla sınırlıdır. İlk dönemde diğer alanlarda olduğu gibi Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinin etkileri görülmektedir. 10-11 Aralık 1999 tarihlerinde Helsinki'de gerçekleştirilen AB Devlet ve Hükümet Başkanları Zirvesi'nde Türkiye'ye aday ülke statüsünün verilmesi ile başlayan sürecin toplumda yarattığı heyecana AK Parti ortak olmuştur. Avrupa Birliği'ne üyelik süreci ise AK Parti'nin "*milli görüş gömleğimizi çıkardık*" söyleminin bir delili olarak faydalandığı temel dayanak noktasını oluşturmuştur. Bu bağlamda 1999 sonrasında başlayan yasal düzenlemeler sürdürülmüş ve medya politikaları AB ile uyumlu hale getirilmeye çalışılmıştır. 28 Şubat 2001 tarihinde AB tarafından hazırlanan Katılım Ortaklığı Belgesi (KOB) ile Türkiye'ye AB'ye üyelik sürecinde bir yol haritası çizilmiştir. Kısa ve orta vadede gerçekleştirilmesi gereken hedefler arasında medya alanında yapılması beklenenler sıralanmıştır.

"Bu bağlamda 17 Nisan 2003 tarihinde çıkarılan Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik AB mevzuatına uyum sağlamada kaydedilen gelişmelerden biridir. Bu yönetmelik; küçüklerin korunması, yayıncılık ile tanımlar, reklam, tele alışveriş yeniden iletim ve kamunun önemli olaylara erişimi konularında yeni düzenlemeler getiren yönetmelik, belirli yaş grupları için tanımlanmış simgelerle görsel ve işitsel olarak yapılacak bilgilendirmelerle özellikle çocukların korunması amaçlanmaktadır."

Bu dönemde yaşanan bir diğer gelişme de AB tarafından RTÜK'ün özerkliği ilgili düzenlemeler talep edilmesidir. 2005 yılında değiştirilen kanuna göre RTÜK'ün dokuz yönetici üyesi siyasal partilerin parlamentodaki temsil oranına göre seçilecektir (Çabuk, 2013: 42-43). Mecliste üye sayısı çok olan parti Türkiye'nin siyasi sitemine göre iktidar partisi olması muhtemeldir ki AK Parti'nin mecliste bariz bir sayısal üstünlüğü bulunmaktadır. AB tarafından gündeme alınan RTÜK'ün özerkliği sorununa yönelik bir yapılan bu düzenleme

beklenen sonuçları verip vermediği tartışma konusudur. Nitekim AB 2006 yılı ilerleme raporunda bu durumun endişe kaynağı olduğunu belirtmiştir³⁰.

AB uyum sürecinin medya politikalarına yansımalarından biri de farklı dil ve lehçelerde yayın yasağı ile ilgilidir. Bu kapsamda 3 Ağustos 2002 tarihinde kabul edilen 4771 sayılı kanunda Aralık 2002 tarihinde yapılan değişiklikle “*Radyo ve Televizyon Yayınlarının Dili Hakkındaki Yönetmelik*” yürürlüğe girmiştir. Kanun farklı dil ve lehçelerde yayınların sadece TRT tarafından yapılabileceğini belirtmektedir. Bu Kanun Haziran 2003 tarihindeki altıncı uyum paketinde tekrar ele alınmış ve yapılan değişikliklerde TRT’nin yanı sıra “özel radyo ve televizyon kuruluşlarına da vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde radyo ve televizyon yayını yapabilme olanağı tanınmıştır”. Bu kanunun neticesinde 2006 yılında TRT 6 ve Diyarbakır’da yayına başlayan Gün TV, Söz TV ile yayına başlamışlardır (Çakır ve Gülnar, 2007: 2018).

AK Parti’nin ilk dönemi olarak değerlendirilen 2002-2007 döneminde medya politikalarında Avrupa Birliği’ne üyelik sürecinde yapılan düzenlemeler öne çıkarken, 2007 sonrası dönemde diğer politikalarda olduğu gibi bir farklılaşma söz konusudur. Politikadaki değişimde en büyük faktörün devletin kritik mekanizmalarında kurulan hegemonya olduğu düşünülmektedir. 2007 yılında başlayan bu süreç ilerleyen yıllarda artarak devam etmiş kurumlar üzerinde hâkimiyetini artırmak adına çeşitli girişimlerde bulunulmuştur. Yalnız 2007 sonrası dönemi 2007-2013 aralığı ve 2013 sonrası olarak değerlendirmek hegemonya mücadelesini ortaya koyma bakımından daha anlaşılır olacaktır. 2007 yılı Cumhurbaşkanlığı seçimi ile Gramsci’nin çerçevesinden bir mevzi olarak devletin en üst noktasının AK Partili kadrolarca işgal edilmesi bu paradigma değişiminin en önemli nedenidir. Bu noktada, Cumhurbaşkanı’nın atama yetkileri³¹ mevzilerin ele geçirilmesinde en etkili yasal dayanak

³⁰ “Yakın dönemde Hükümet tarafından Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) üyelerinin atanma süreciyle ilgili olarak alınan kararlar, medya düzenleyicisi kuruluşun bağımsızlığını zayıflatması bakımından endişe kaynağı oluşturmaktadır” (<https://ab.gov.tr/304.html>).

³¹ 2007 yılındaki geçerli Anayasa’ya göre “Cumhurbaşkanının yürütmeye ilişkin görev ve yetkileri: a. Başbakanı atamak ve istifasını kabul etmek. b. Başbakanın teklifi üzerine bakanları atamak ve görevlerine son vermek. c. Gerekli gördüğü hallerde bakanlar kuruluna başkanlık etmek ya da başkanlığı altında toplantıya çağırarak. ç. Yabancı devletlere Türk Devleti’nin temsilcilerini göndermek, gönderilen yabancı devlet temsilcilerini kabul etmek. d. Uluslararası antlaşmaları onaylamak ve yayımlamak. e. TBMM adına Türk Silahlı Kuvvetleri’nin başkomutanlığını temsil etmek. f. TSK’nin kullanılmasına karar vermek. g. Genelkurmay Başkanı’nı atamak. ğ. Milli Güvenlik Kurulu (MGK)’nu toplantıya çağırarak ve bu kurula başkanlık etmek. h. Başkanlığında toplanan bakanlar kurulu kararıyla sıkıyönetim ya da olağanüstü hal ilan etmek ve yasa gücünde kararname (YGK ya da alışımlı şekliyle, KHK-kanun hükmünde kararname-) çıkarmak. ı. Kararnameleri imzalamak. i. Sürekli hastalık, sakatlık ve kocama nedeniyle belirli kişilerin cezalarını hafifletmek ya da kaldırmak. j. Devlet Denetleme

olduğunu belirtmek gerekir. Üst kademe devlet memurlarının atama yetkisi ile AK Parti çokça yakındığı bürokratik oligarşiyi dönüştürmeye girişmiştir. 2007 yılı birçok anlamda bir dönüm noktasıdır. 2007 sonrasında ittifaka dönüşen AK Parti-Cemaat yakınlığı 2013 yılına kadar sürmüş ve bürokraside örgütlenmede cemaate yakın kadrolar bürokraside kritik noktalara getirilmiştir. Hatta bu örgütlenmeyi daha etkili bir biçimde sürdürmek adına 2010 yılında Anayasa değişikliği referandumu yapılmış ve cemaatin yargıda güçlenmesine yol açan bir takım düzenlemeler hayata geçirilmiştir. Bu değişikliklerle yargıdaki vesayetin AK Parti ve Gülen cemaatine geçtiği düşünülse de fiiliyatta vesayet büyük ölçüde cemaate geçtiği özellikle 17-25 Aralık sürecinde anlaşılmıştır (Çakır, 2014: 32). AK Parti-Cemaat arasındaki ortaklık sürecinde Gülen cemaati de oldukça güçlenmiş ve medyadaki etkisini artırmıştır. Zaman gazetesi ve Samanyolu TV'nin gibi etkili kuruluşlarda söz sahibi olan cemaat, kendine yakın iş adamları aracılığıyla; Kanaltürk, Bugün TV, Bugün gazetesi gibi medya kuruluşlarını bünyesine katmıştır. Bunların yanı sıra Taraf gibi dönemin etkili gazetesi ve yine 2007 sonrasında (17 Kasım 2007) kurulmuştur. Cemaatin medyadaki etki alanını genişletmesi AK Parti hükümetlerinin medyadaki mülkiyet değişiminde nasıl bir rol oynadığına da örnek teşkil etmektedir. Kanaltürk ve Bugün TV, TMSF tarafından ihale yoluyla cemaate yakınlığı ile bilinen Koza İpek Basın ve Basım Sanayi Ticaret A.Ş.'ye satılmıştır³². Bu dönemde cemaatin de medyaya yönelik ilgisinin arttığı görülmektedir.

AK Parti'nin medya politikaları 2007 öncesinde daha çok yasal düzenlemeleri içerirken 2007 sonrasında medyayı kontrol altına alacak düzenlemeleri içermektedir. Bu anlamdaki ilk örneği de cemaatin medyadaki etki alanının genişletilmesine gösterilen tolerans oluşturmaktadır. Bu dönem içerisinde TMSF aracılığıyla satılan medya kuruluşlarına cemaatin ilgisi dönemin koşulları ile ilgili olmakla birlikte hegemonya mücadelesinde mevzi kazanma olarak da okunabilir. Belirtilmesi gereken bir diğer husus da cemaatin ergenekon ve balyoz davalarında kontrol ettiği medyayı aktif bir biçimde kullandığı gerçeğidir. Ayrıca ilerleyen yıllarda Gülen cemaatinin etki alanının genişlemesi ile AK Parti hükümetine karşı uyguladığı baskılarda bu mevzilerin önemi bir kez daha anlaşılmıştır. Özellikle 17-25 Aralık sürecinde yargı yoluyla hükümeti ciddi anlamda zora düşüren adımlar atılmıştır.

Kurulu'nun üyelerini ve başkanını atamak ve bu kurula, inceleme, araştırma ve denetleme yaptırmak (madde 108)18. k. Yükseköğretim Kurulu (YÖK)üyelerini seçmek ve atamak (madde 131/2). 1. Üniversite rektörlerini seçmek (madde 130/6). Cumhurbaşkanının yargıya ilişkin görev ve yetkileri: Anayasa Mahkemesi üyelerini (madde 146/2), Danıştay üyelerinin dörtte birini (madde 155/3), Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı ve Başsavcı vekilini (madde 154/4)/ Askeri Yargıtay üyelerini (madde 156/2)/ Askeri Yüksek İdare Mahkemesi Üyelerini (madde 157/2)/ Hakimler ve Savcılar Yüksek Mahkemesi üyelerini (madde 159/2) seçmek” (Sevinç, 2002: 122).

³² “TMSF İki Kanalı Satışa Çıkardı, *Hürriyet Gazetesi*, 14. 09. 2017

2002-2007 döneminde medya mülkiyetinde yaşanan en önemli değişim Uzan Grubu'nun tasfiye sürecidir. Adaklı (560), Uzan Grubu'ndaki mülkiyet değişimini “*tasfiye*” olarak değerlendirilse de Uzan Grubu'nun özellikle bankacılık sektöründeki usulsüz uygulamaları gruba karşı yaptırımların getirilmesinde en önemli etkidir. Bunun en somut delili Uzan Grubu'nun medya şirketlerinin AK Parti'ye çok da yakın olmayan Doğan Medya Grubu'na satılmasıdır. Belirtilmesi gereken bir diğer husus Uzan Grubu'nu tasfiye sürecine götüren nedenlerin görmezden gelinemeyecek ya da tolere edilemeyecek boyutta olmasıdır. Çalışmanın üçüncü bölümünde bu konulara ayrıntılı bir biçimde yer verilecektir.

2002-2020 yılları arasında medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümlerin hegemonya ve tarihsel blok ekseninde değerlendirilmesi sahiplik yapılarında yaşanan değişimlerin sonrasında yayın politikalarında yaşanan dönüşümlerden anlaşılmaktadır. Bunun yanı sıra durumun sadece mülkiyette yaşanan dönüşümlerle sınırlı olmadığı aynı zamanda medya kuruluşlarında çalışanlar nezdinde de bir dönüşüm olduğu görülmektedir.

2.2.1.1. Geleneksel Medyanın Durumu

Medyayı geleneksel ve yeni medya olarak iki ayrı biçimde tanımlama zorunluluğu yeni medyanın ortaya çıkışı ile başlamıştır. Yeni medya ortaya çıkana kadar geleneksel medya terimi literatürde kullanılmayan bir kavramdır. Medya orta çıktığı tarihlerden günümüze büyük dönüşümler geçirmiş olsa da hiçbir zaman böyle bir ikili ayrıma gidilmemiştir. Bu ayrım yeni medyanın geleneksel medya karşısında büyük bir farklılık içerdiği anlamına gelmektedir.

İletişim, sosyal bir ihtiyaç olarak (haberleşme, sohbet, eğlenme vb.) nedenlerden dolayı insanlık tarihi boyunca var olagelmıştır. Kitle iletişimi ise basılı, analog ve dijital olmak üzere üç temel aşamadan geçerek günümüzdeki halini almıştır. Guttenberg'in (1450) matbaayı geliştirmesi ve seri baskı yapabilecek şekle getirmesi ile dünya çok hızlı bir dönüşüme girmiştir. 16. Yüzyılda ilk gazetelerin basılması ile birlikte matbaanın kitle iletişiminde ilk defa kullanımı gerçekleşmiştir. Bu dönemde ve sonrasında gazetelerin yaptığı etki kitle iletişimini günden güne daha önemli bir hale getirmiştir. Teknolojinin gelişmesine paralel olarak telgraf, telefon, radyo ve devamında televizyonun icadı ile birlikte kitle iletişiminin önemi giderek artmıştır (Kılıç, 2019: 229).

Kitle iletişiminin tarihi daha eski dönemlere dayanıyor olsa da modern anlamına Sanayi Devrimi ile başlayan süreçte ulaştığı kabul edilir. Gazetecilik yine bu dönemlerde profesyonel bir meslek haline gelmiş, gazeteler daha fazla okuyucu kazanmış ve basın özgürlüğü hususu bu dönemde önem kazanmış ve gazeteler sadece haber veren araçlar olmaktan çıkıp toplumda etkin bir rol oynamaya başlamıştır. Sanayi Devriminin bir diğer

katkısı da baskı makinelerinde kullanılan teknolojilerin geliştirilmesine paralel gazetelerin baskı sayılarının artması ve buna bağlı olarak onun toplumdaki rolünün daha da artmasıdır. Sanayi Devrimi ile başlayan dönüşüm her alanda olduğu gibi iletişim teknolojilerinin de hızla gelişmesine ve yeni iletişim araçlarının ortaya çıkarılmasına olanak sağlamış ve kitle iletişim araçlarının önemi yıllar içerisinde artarak devam etmiştir (Tokgöz, 1992: 91-92). Özellikle radyonun propaganda aracı olarak kullanıldığı ikinci dünya savaşı bu önemin artışında büyük bir etkidir. Gazetelerin ortaya çıkışından yaklaşık üç yüz yıllık bir fark olsa da radyonun dönemin temel sorunlarından biri olan okuryazarlık gerektirmemesi onun bir kitle iletişim aracı olarak ne kadar etkili olabileceğini ortaya koyar. XX. Yüzyılın ikinci çeyreğinin başlarında televizyonun ortaya çıkışı kitle iletişiminde yeni bir dönemin başlangıcı olarak görülebilir. Nasıl radyo ortaya çıktığında büyük bir etki yarattıysa televizyon için de aynı şey geçerlidir. Televizyonu sadece bir kitle iletişim aracı olarak değil aynı zamanda bir kültürel üretim aracı olarak gören Williams'ın bu değerlendirmesini televizyonun ortaya çıkışından sonraki toplum üzerinde etkilerini göz önüne alınarak değerlendirilmelidir. Televizyonu anlamak adına McLuhan'ın "*araç mesajdır*" sözü düşünüldüğünde televizyonun bir araç olarak nasıl bir mesaj olduğunu düşünmek adına iletişim çalışmalarına farklı bir bakış açısı getirmiştir. McLuhan'a göre "lamba, araba, uçak, telefon televizyon vs." tüm araçların kendisi bir mesajdır. Bir hikâyenin sahnede, televizyonda, radyoda kısacası farklı bir araçta anlatılması onun farklı anlamları ortaya koyacaktır. Bu da aracın kendisinin bir mesaj olduğunun göstergesidir (McLuhan, 1967: 108-109). Enformasyon teknolojinin tarihsel gelişiminde teknolojinin önemi ve her yeni iletişim aracının bağlamsal bir fark yarattığı göz önüne alındığında geleneksel medya ve yeni medya ayrımının nedenselliğini de açıklar. Geleneksel medya ve yeni medya arasındaki ayrımın teknik farklılıkların yanı sıra anlatısının da farklı olduğu yani mesajının farklı olduğu göz önüne alındığında daha anlaşılır bir hal almaktadır. Bu ayrımın temel nedenlerinden biri de iletişimin yönünün birinde büyük ölçüde kaynaktan alıcıya, diğerinde ise iki yönlü olmasıdır. Yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran temel etmenlerden biri iki yönlü iletişime olanak sağlamasıdır. Yeni medya bu yönüyle düşünüldüğünde kendi iletişime sahip bir araç (McLuhan'ın ifadesiyle "*araç mesajdır*") olduğu düşünülebilir. Fakat yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran temel özellikler de giderek silikleşmektedir çünkü yeni medyanın sağladığı tüm yeni olanaklar geleneksel olarak tanımlanan medyayı da kapsamaktadır.

Kitle gazeteleri ortaya çıkışından itibaren sermaye sınıfının, siyasetin ilgisine mazhar olmuş ve bu durum gazetelere biçilen toplumsal rolün tartışmaya açılmasına neden olmuştur. Gazetelerin ardından radyo ve daha sonra televizyonlar için de bu durum geçerli olmuştur.

Özellikle televizyon kanalı kurmak maliyetli bir yatırım olmasından dolayı özel kanalların sahipleri ve bu sahiplerin hükümetlerle olan ilişkileri bağlamında değerlendirildiğinde bir enformasyon endüstrisi olarak televizyon işletmelerinin karmaşık bir yapıda olduğunu ifade etmek mümkündür. Bu karmaşık yapının incelenmesi ve tarihsel bağlamda ortaya konabilmesi konunun çok yönlü bir biçimde ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

Medya alanına yatırım ciddi sermaye gerektiren, sürekli olarak sabit bir sermaye talep eden, kârlılık oranı göreceli olarak değişebilen, fikir işçiliği ve yaratıcılık gerektiren ve yeni girişlerin oldukça piyasanın yapısından dolayı kısıtlı ve zor olduğu bir ekonomik faaliyet alanı haline gelmiştir (Kaya, 1999: 26). Piyasaya yeni girişlerin ne kadar zor olduğunu Türkiye’de özel kanalların kurulduğu 1990’lı yıllarda kurulan özel televizyon kanallarının hala büyük ölçüde Ana akım medyayı oluşturulduğu göz önüne alındığında ortaya daha net bir resim çıkmaktadır. Medyaya yeni giriş yapan büyük sermaye grupları yeni bir kanal kurmak yerine satın alma yolunu tercih etmelerinin sebebinin bu olduğu düşünülmektedir.

Medya faaliyetleri itibariyle yıllar içerisinde mülkiyet ve denetim hususu daha önemli hale gelmiştir. İlk olarak bir ekonomik girişim olmasından mütevellit medya sahiplerinin beklentileri vardır. Bu beklentiler ekonomik çıkar sağlamanın yanı sıra farklı biçimlerde ortaya çıkabilir. Liberal yaklaşımlar mülkiyetin içeriğe etkisini mümkün olduğunca gidermek adına diğer ekonomik faaliyet alanlarında olduğu gibi piyasanın serbest olmasını önermektedir. Ancak bu önerinin temel sorunsalı da rekabet ortamının tesis edilmesindeki problemlerin yanı sıra pazarın hacmidir. Bu da tekelleşme eğilimlerini ortaya çıkarmaktadır. Tüm bu nedenlerden dolayı Türkiye’de medya sektörü, özellikle özel televizyonların ortaya çıkmaya başladığı dönemlerden itibaren büyük sermaye gruplarının denetimi altındadır (Kaya, 1999: 29). Bu medya kuruluşlarının sahiplik yapıları zaman içerisinde değişim göstermiş olsa da ortaya çıktığı zamanlardan beri süren temel problemler günümüzde de devam etmektedir.

Geleneksel medyanın Türkiye’deki durumu göz önüne alındığında ister gazetecilik faaliyetleri olsun ister televizyonculuk³³ vb. faaliyetler olsun pazarda çok sayıda firma olmasına rağmen bir yoğunlaşma olduğu görülmektedir. Büyük sermaye gruplarının medyaya ilgisi ve bu alanda yatırımlarının yasal zeminini, neoliberal iktisadi örgütlenme biçimi neticesinde ortaya çıkan deregülasyon (kuralsızlaştırma) politikaları oluşturmuştur.

³³ RTÜK’ün Uydu Yayın Lisansı Olan Kuruluşlar Listesine göre Türkiye’de 350 TV kanalının lisansı bulunmaktadır. Pazarda çok sayıda TV kanalı bulunmasına rağmen bu çeşitliliğin yoğunlaşmayı ortadan kaldırmadığı bilinmektedir. “<https://www.rtuk.gov.tr/medya-hizmet-saglayicilar/3747/1994/uydu-yayin-lisansli-olan-kuruluslar-listesi-rd-ve-tv-olarak.html>” (erişim tarihi: 02. 03. 2021)

Geleneksel medyanın sermayenin kontrolünde olmasının yanı sıra Türkiye’de ana akım medyanın sahiplik yapısı göz önüne alındığında 2000 sonrası değişen mülkiyet yapısının sadece bir ekonomik etkinlik olarak değerlendirmek mümkün değildir. Hegemonyanın tesis edilmesinde ve korunmasında medya en önemli araçlardan biri olması sahiplik yapısındaki dönüşümlerin en temel nedenlerinden biridir. Türkiye’de 2002 sonrasında siyasi iktidarın tek sahibi olan AK Parti’nin hegemonyasını sürdürmesi ile medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümler arasındaki bağlantı neoliberal iktisadi örgütlenme biçiminin sağladığı zemin üzerinden değerlendirilebilir. Büyük sermaye gruplarının kontrollü altında bulunan medya kuruluşlarının mülkiyet değişimi serbest pazar koşullarında herhangi bir yasal engelle takılmamakla birlikte medyada yoğunlaşma ve bu yoğunlaşmanın belli başlı holdingler bünyesinde yaşanması medyanın toplumda üstlendiği rol bakımından sakıncalıdır. AK Parti iktidarının ilk dönemlerinde medya mülkiyetinde aktif müdahaleci bir tavır takınmamış fakat özellikle bir kırılma noktası olarak değerlendirilen 2007 sonrasında çok daha belirgin bir biçimde medya mülkiyeti hususunda iktidarın gücünü kullanmıştır. Günümüzde AK Parti’nin toplumsal mesellerdeki tavrından siyaset ortamına nüfuz eden anlayışa kadar birçok konuda ideolojisini benimsetmiş olmasında medyanın etkili olduğu düşünülmektedir. Yaklaşık yirmi yıllık iktidar sürecinde topluma nüfuz eden anlayışın oluşturduğu atmosfer tarihsel blok kavramı açıklanabilir. Medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümün gündemi belirlemek, olaylara karşı ortak bir söylem geliştirmek vb. amaçlardan çok tarihin bir döneminde birçok olguyu içinde barındıran anlayışların bütüncül bir biçimde kanıksanması ve bütüncül anlayış setinin çağın koşullarını belirlemesi olarak değerlendirildiğinde durum daha net bir biçimde anlaşılacaktır.

Geleneksel medyada yaşanan dönüşümler çalışmanın üçüncü bölümünde kuramsal kısmın sunduğu anlam seti çerçevesinde açıklanacaktır.

2.2.1.2. Yeni Medyanın Durumu

Marshall McLuhan elektroniğin iletişim teknolojilerinde kullanılması ile birlikte dünyanın bir “*küresel köy*” olacağını internetin henüz var olmadığı bir zamanda ifade etmiştir. McLuhan, elektroniğin iletişim araçlarında kullanılmasından yola çıkarak farklı coğrafyalarda yaşayan bireyleri benzer enformasyon tüketimi vasıtasıyla birbirine benzettiği ve bunun da dünyayı küresel bir köye dönüştürdüğünü ifade ederek açıklamıştır. Bu küresel köyde özellikle Batı dışında kalan insanlar elektronik medya tarafından üretilen medya içeriklerinin hayal ve imajlarının atmosferinin içine kitleler halinde atılmışlardır. Ancak iletişim alanında uzmanlarına göre küresel köyün içinde farklı toplulukların ortak bir dünya cemiyeti oluşturmadığı, medyanın ürettiği içeriklerin salt alıcısı olmaktan öteye gitmediği

vurgulanmaktadır (Altay, 2005:18). McLuhan elektronik iletişim çağındaki bu tanımlamasından yola çıkarak “yeni medyada yeni olan ne?” sorusunun cevabını aramak yeni medyayı anlamak adına anlamlı bir girişimdir.

Yeni medya ile eski/geleneksel medyayı birbirinden ayıran en belirgin fark yeni medyanın iletişimin çift yönlülüğüne sağladığı olanaktan kaynaklanmadır. İnternetin sağlamış olduğu bu olanaklar sayesinde geleneksel medyada okuyucu/dinleyici/izleyici medyadaki içeriklerin tüketicisi olmaktan çıkmış bir üretici pozisyonuna ulaşmıştır. Özellikle sosyal medyanın ortaya çıkışı ile birlikte kullanıcıların içerik üretebildiği birçok platform medya sistemi içerisinde yerini almıştır. Kitle iletişimin ortaya çıktığı ilk tarihlerden itibaren teknolojik anlamda önemli ölçüde yenilikler olmuş fakat internet teknolojilerine kadar alıcı konumunda olan kitleler edilgen bir konumda kalmıştır. Bu anlamda McLuhan’ın ifade ettiği biçimdeki bir küresel köyün internet çağında daha geçerli olduğu söylenebilir.

Terim olarak “yeni medya” kavramının kullanımına literatürde eleştiriler getirilmektedir. Scolari (2009: 944), kavram olarak “yeni medya” teriminin kullanılmasının teorik açıdan mümkün olmadığını ifade eder. Buna göre ilk eskiye nazaran birçok farklılığın olduğu televizyon da ortaya çıktığı dönemlerde yenidir. Aynı şekilde radyo veya sinema için de ilk dönemleri göz önüne alındığında yenidir. Tarihin benzer yeniliklerle dolu olduğu düşünüldüğünde bu terimin kullanımının bir anlamı yoktur. Bu yeni iletişim biçimini tanımlamak için farklı özelliklere odaklanılabilir. Örneğin: dijitalleşme, etkileşim, sanallık, dağılım, hipermetinsellik, sayısal temsil, kod dönüştürme, yakınsama vb. Scolari’ye göre (2009: 945), sağladığı olanaklarla metni kolayca dönüştürebilen, işlenebilen, birbirine bağlanabilen bir şeye indirgeyen bu yeni teknolojinin “dijital iletişim” olarak tanımlanmasını kavram karmaşasını gidermede ve bu yeni teknolojiyi anlamlandırmada daha işlevseldir.

Yeni medya araştırmalarında eski teorilere başvurulması (McLuhan, Frankfurt Okulu, İngiliz Kültürel Çalışmaları, eleştirel yaklaşımlar vb.) ve eski teorilerin dijital çağda yeniden formüle edilmesi söz konusudur. Dijital teknoloji, kitle iletişimde üretim biçimlerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Örneğin gazetecilik mesleğinde (açık kaynak kullanımı, yurttaş gazeteciliği) yeni biçimlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu durum aynı zamanda meslek pratiklerinde de değişimin yaşanmasına neden olmuş ve yeni gereksinimleri de beraberinde getirmiştir (Scolari, 2009: 945).

Yeni medyanın hala gelişen bir teknoloji olarak tanımının yapılması zor olmakla birlikte medyanın bir parçası olduğunu kabul etmek gerekir. Yeni medyanın “yeni” olarak tanımlanmasının ve eski medyaya göre bariz farklar teşkil etmesinin ana nedeni internet teknolojilerinin sağladığı olanaklarla mümkündür. Dijital teknolojinin kökeni daha eskiye

dayanıyor olmasına rağmen web 2'nin ortaya çıkışı ile birlikte bu fark daha belirgin bir biçimde kendini göstermesi bu durumun en somut göstergesi olarak değerlendirilmelidir. Bu nedenle yeni medyanın eski medyaya nazaran farkını anlatmak gerektiğinde internet teknolojisine değinmeden bunun yapılabilmesi mümkün değildir. Üstelik internetin keşfi sadece medya düzeninde değil birçok alanda (ticaret, ekonomi, bankacılık vb.) yenilikler sağlamış ve böylece bu alanlarda dönüşümlere neden olmuştur. İnternetin günümüzde çokça yaygınlaşması ve hayatın bir parçası haline gelmesindeki en önemli etkenlerden biri de bilgisayar teknolojilerinin ulaştığı seviye ile mümkün olmuştur. Akıllı telefonların geliştirilmesi ile birlikte zaman ve mekânsal sınırlar ortadan kalkmış, bilgisayar ve internet günlük hayatın bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde akıllı telefonların kullanım oranları oldukça yüksek olmakla birlikte günlük hayatın bir parçası haline gelmiş ve kullanım oranlarındaki artış ile birlikte bireylerin bir uzantısı gibi olmuştur. We Are Social tarafından yayınlanan 2020 raporuna göre dünyada internet kullanıcı sayısı 4,18 milyara ulaşırken, bu rakamın içinde mobil internet kullanıcı oranı %92'ye ulaşmıştır. Türkiye'de de mobil bir cihazla internete bağlanma oranı %92 ile dünya ortalaması ile aynıdır. Türkiye'de 2020 yılı itibari ile internette geçirilen vakit günlük ortalama 7 saat 29 dakikadır³⁴. Çevrimiçi geçirilen süre dikkate alındığında Türkiye'de internet kullanımının oldukça yüksek düzeyde olduğu söylenebilir.

İnternet kullanımının böylesine yaygınlaşması sonucunda birçok alanda değişimlere neden olduğu gibi toplumsal yaşamda da değişim ve dönüşümlere yol açmıştır. Bu değişim ve dönüşüm mobilizasyon ve pekiştirme kuramları çerçevesinde farklı şekilde değerlendirilmektedir. Mobilizasyon yaklaşımına göre internetin siyasal yaşam üzerinde büyük etkileri bulunmaktadır. İnternet ve yeni iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklar yönetilenlerle yönetenler arasındaki mesafeyi daraltmış ve doğrudan demokrasinin kuvvetlenmesine yol açmıştır. Bu yaklaşıma göre internet kullanımı ile kamusal alanda bilgi ve düşüncelerin paylaşılması ile sivil toplum güçlenerek siyaset üzerinde baskı oluşturabilecektir. Diğer yandan pekiştirme yaklaşımına göre ise internet sosyal eşitsizliklerin ve siyasal katılımın mevcut durumunu kökten değiştirmesi mümkün olmamakla birlikte pekiştirecektir (Karaçor, 2009: 126).

Mobilizasyon yaklaşımına göre internetin yaygınlaşması ile aktivist hareketler dijital bir boyut kazanmıştır. Bu durum verilen en somut örneklerden biri ise Arap coğrafyasında

³⁴ <https://wearesocial.com/digital-2020> , <https://datareportal.com/> İnternet kullanım istatistikleri için daha detaylı bilgiler içermektedir.

2011 yılından itibaren internetin kullanımı ile Arap Baharı olarak tanımlanan protest hareketlerdir. İlk olarak Tunus'ta başlayan hareketler kısa sürede bölge ülkelerini de etkisi altına almıştır. Uzun yıllar otoriter rejimlere karşı ses çıkaramayan ve organize olma imkânı bulamayan Arap halkları sosyal medyanın doğuşu ile devletin tekelinde olmayan bir kitle iletişim aracına sahip olmuşlardır. İnternetin sınırlandırılması zor yapısı bölgedeki hareketlerin yöneticiler tarafından engellenmesine olanak tanımamıştır (39). Sosyal medya aracılığıyla protesto amaçlı örgütlenme kültürü ilk olarak Batı ülkelerinde #Occupy (işgal et) akımı ile başlamış fakat batıda occupy hareketleri çıkış nedenleri bakımından Arap Baharından oldukça farklıdır. Batılı ülkelerde daha çok hükümetlerin bir takım uygulamalarına karşı başlatılan hareketler Arap coğrafyası ve Afrika'nın kuzeyindeki ülkelerde hükümetlere karşı genel bir karşıtlık olarak şekillenmiştir. Bu ülkelerde protestolar sonucunda hükümetler ve otoriter liderler devrilmiş ne var ki demokrasi kültürünün yerleşik olmamasından dolayı yeni otoriter liderlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bölgede protestoların başladığı 2011 yılından biri ciddi istikrarsızlık hüküm sürmektedir. Demokrasi kültüründen beslenmeyen hareketlerin yıkıcı sonuçlar doğurabileceği bölgede geline nokta ile daha iyi anlaşılmalıdır³⁵. Occupy hareketleri ile başlayan protestolar Türkiye'de Gezi Parkı eylemleri ile ilişkilendirilebilir. Gezi Parkı eylemlerinde protestoların çıkış nedenleri Batılı ülkelerdeki occupy hareketleri ile örtüşürken zamanla Arap Baharında olduğu gibi doğrudan hükümet karşıtlığına dönüşmüştür. Hükümetin eylemlere müdahalesinin zaman zaman sertleştiği Gezi Parkı eylemleri kısa vadede amacına ulaşamamış olsa da uzun vadede etkilerinin sürdüğü görülmektedir.

Pekiştirme yaklaşımı ise internetin eşitsizlikleri sürdürdüğünü, ana yüzde kullanıcının fart etmesinin mümkün olmadığı algoritmalar sayesinde fikirlerini pekiştirdiğini öne sürer. Bu yaklaşım; filtre balonu³⁶, yankı odası³⁷, siberbalkanlaşma³⁸ gibi kavramlarla durumu

³⁵ "Arap Baharı ve göz ardı edilen sonuçları." *ALjazera*, 25. 01. 2016.

³⁶ "Filtre balonu, Facebook ve Twitter gibi sosyal ağların, kullanıcıları kendi haber kaynakları, kültürel ve siyasi eğilimleri olan kişiselleştirilmiş geri bildirim döngülerine kilitleme eğilimini ifade etmektedir. "<https://www.nytimes.com/2017/03/03/arts/the-battle-over-your-political-bubble.html>". Google, Facebook, Twitter gibi büyük ölçekli teknoloji şirketleri günümüzde sayısı milyarlarca ulaşan kullanıcılarına arka planda çalışan algoritmalar aracılığıyla kullanıcılara hangi konuları getireceklerine karar veriyorlar. Bu sayede internetten edinilen bilgi algoritmalar sayesinde zaten tüketilmek istenen bilgilerden oluşuyor. Kullanıcı ile aynı görüşte olmayan diğer kullanıcılar "trol" olarak değerlendirilip kapı dışarı ediliyor. Sonuç olarak filtre balonları sayesinde farklı düşüncelere kapatılan kapılar ve sürekli beğenilen içeriklere maruz kalarak düşüncelerin pekiştirilmesine neden oluyor (Alpay, 2020: 50).

³⁷ "Kapalı grupların sadece kendi aralarında konuştuklarını genel norm sanarak daha fazla konuşması, konuşulduğunu duyduğunca kendi dediklerine daha da güvenmesi ve daha çok konuşması, konuşmanın daha çok

açıklamaya çalışır. 1980’li yıllarda neoliberal iktisadi düzene geçişle birlikte değişen dünya düzeni ve bu düzenin daha da pekiştirdiği temsili demokrasi ile kitlelerin retorik düzeyinde dahi temsil edilmemesi ile sisteme yabancılaşma daha da artmıştır. Yeni teknolojilerin ortaya çıkışı ile bu yeni sistem teknolojiye uyumlu olmayan bireyleri dışlamış ve çağın temel ekonomik yapısını ifade eden risk toplumunda siyasetin de dili değişmiştir. Bu yeni durum sürekli olarak yeni düşmanlar icat etmekte, yeni krizler yaratmaktadır çünkü probleme getirilebilecek hakiki bir çözüm yolu bulunmamaktadır (Alpay, 2020: 56).

Yeni medyayı eleştirel ekonomik politik bağlamda değerlendiren yaklaşımlar ise eleştirel ekonomi politiğin temel savlarından yola çıkarak durumu ortaya koyar. Yeni medyanın sunduğu olanakların bireyin gündelik hayatını etkilediği fakat işin ticari yanı göz ardı edildiği ifade edilmektedir. Yeni medya alanında da enformasyonun üretimi ve dağıtımını geleneksel medyada olduğu gibi kapitalist piyasa koşulları çerçevesinde yürütülmektedir. Üretim güçleri yeni medyanın yapılanmasında da geleneksel medyada olduğu gibi sayısal ortamı da biçimlendirmektedir. Geleneksel medya piyasasında var olan ticarileşme ve yoğunlaşma eğilimleri aynı şekilde yeni medya ortamında da varlığını sürdürmektedir (Berkman, 2014: 46). Bagdikan (2004: 18) ; medyada tekelleşme eğiliminin daha da arttığını, tekelleşmenin tek bir firmanın belli bir alanda faaliyeti olarak görülmemesi gerektiğini oligopol piyasanın da tekel olduğunun altını çizmektedir.

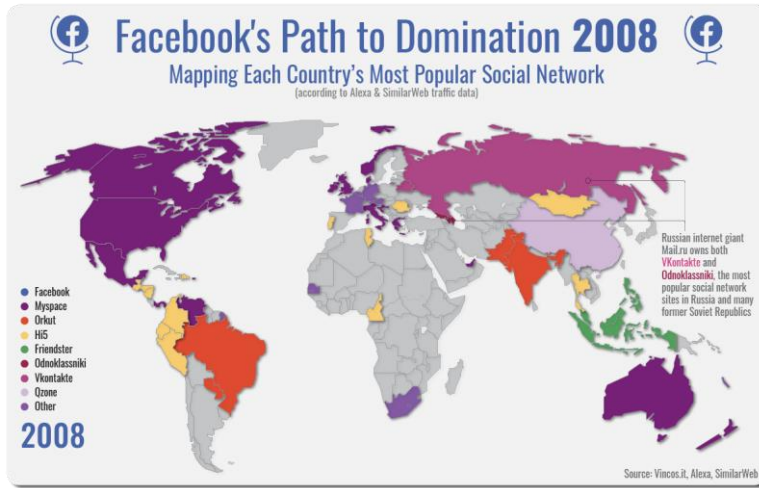
Bu alandaki tekelleşme geçmişte geleneksel medyada olduğundan daha fazla küreselleşme eğilimi göstermektedir. Bunun en önemli gerekçesi ise internet ve bilgisayar teknolojilerine küresel şirketlerin hâkim olması, küresel servis sağlayıcılar ve Microsoft, Google gibi dev ölçekli şirketlerin piyasa koşullarını belirleyebilecek güce sahip olmalarıdır. Bilgisayar teknolojileri ve internetin küresel ölçekli şirketlerin kontrolünde olması Üçüncü Dünya Ülkelerini küresel pazarın içerisinde bağımlı hale getirmektedir. Dünyadaki var olan ekonomik eşitsizlik internet ile birlikte daha da belirgin bir biçimde kendini göstermektedir. Bilgisayar ve internet teknolojileri alanındaki tekelleşmiş küresel şirketler donanım ve içeriklerini sürekli geliştirerek piyasadaki hâkimiyetlerini pekiştirmektedir. Bağımlı pozisyondaki ülkeler ise bu gelişmelere adapte olmaya çalışarak sürekli olarak kendilerini sürece uydurmaya çalışmaktadır (Yaylagül, 2013: 220).

konuşma yaratması ve sadece konuşmalardan oluşan, gerçekten uzak bir portrenin gerçek sanılması”(Süleyman Okan, 2012 [https://sosyalmedya.co/olculemeyen-internet/.](https://sosyalmedya.co/olculemeyen-internet/))

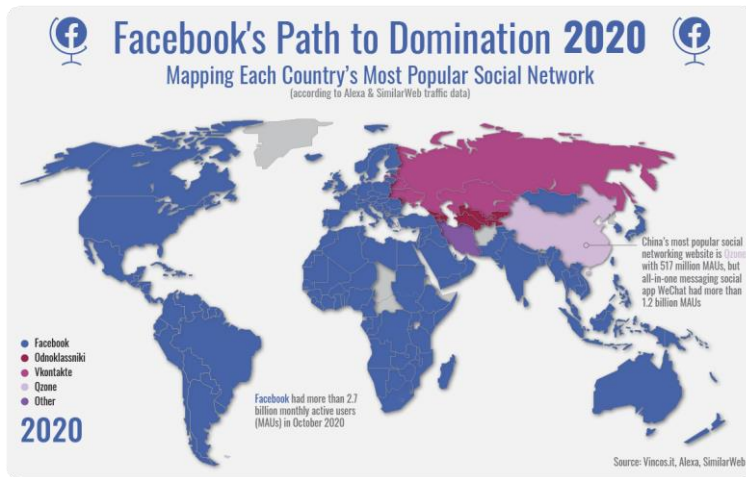
³⁸ Siberbalkanlaşma ise aynı görüşlerden oluşan bireylerin bir araya geldiği ve oluşan farklı grupların birbirine tıpkı coğrafi bölgelerdeki ayırım gibi ayırımları ortaya çıkardığını ifade eden bir yaklaşımdır (Alstynve ve Brynjolfsson. 1996: 3).

Yeni medya ve internet teknolojilerinde de tekelleşme eğiliminin olduğu açık bir biçimde görülmektedir. Sosyal medya platformlarında aynı şekilde küresel şirketlerin hâkim olduğu bir tekelleşme söz konusudur. Farklı ülkelerin kendi sosyal medya platformları olmasına rağmen günümüzde büyük ölçüde ABD menşeli programlar rağbet görmektedir. Teknolojik geliştirmeler ile birlikte bu popülerlik de günden güne artmaktadır. Sosyal medya platformları arasında hem ilklerden olması hem de farklı platformları satın almalar yoluyla bünyesine katması bakımından Facebook, bu alanda ciddi manada egemenliğini sürdürmektedir. Aşağıda yer alan 2008-2020 arasındaki değişim bu durumu net bir biçimde ortaya koymaktadır.

Tablo 2.2 Ülkelere göre dünyada en çok tercih edilen sosyal medya platformları 2008³⁹.



Tablo 2.3 Ülkelere göre dünyada en çok tercih edilen sosyal medya platformları 2020



Tablolardan da anlaşılacağı üzere Facebook sosyal medya üzerindeki hâkimiyetini yıllar içerisinde ciddi oranda arttırmıştır. Bu veri Facebook bünyesinde yer alan diğer platformlarla birlikte değerlendirilmiştir. Facebook'un yanı sıra dünyada tercih edilen diğer

³⁹ Tablo 2 ve Tablo 3, "<https://www.visualcapitalist.com/map-facebook-path-social-network-domination/>".

sosyal medya platformları da büyük ölçüde ABD menşelidir. Bunlardan biri olan Twitter özellikle siyasi konuların tartışıldığı bir meca olmasında önem arz etmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın toplumsal eşitsizliklerin giderilmesi noktasında ne gibi olanaklar sağladığı tartışmalı bir konudur. 2011 yılının başlarında Tunus, Yemen, İran, Mısır, Fas, Libya vd. ülkelerde başlayan ve Arap Baharı olarak adlandırılan toplumsal hareketlerde sosyal medya aracılığıyla örgütlenen protestocular kısa süre içerisinde bölgede ciddi ölçüde etkili olmuşlardır. Fakat bu noktada dikkate alınması gereken asıl mesele sosyal medyanın sadece bir araç olmasıdır. Neticede eylemi yapan kişiler belli koşullar altında yaşayan ve buna karşı bir hareket başlatan kişilerdir. Sosyal medya bu bağlamda örgütlenmeyi kolaylaştırmıştır fakat devrimin sahibi protestoları başlatan kişilerdir, teknoloji kendi başına bir devrim değildir. Sosyal medyanın kapitalist sistemdeki yeri göz önüne alındığında Web 2'yi katılımcı bir sistem olarak değil; sınıf, sömürü, artı değer gibi eleştirel terimler üzerinden anlamak mümkündür (Fuchs, 2021: 82). Medyanın eleştirel ekonomi politik incelemesinde en dikkate alınan konulardan biri de medyadaki yoğunlaşmadır. Geleneksel medya analizlerinde mülkiyet yapısı ve tekelleşme konuları sıklıkla değerlendirmeye alınmaktadır. Sosyal medya da mülkiyet ve kontrol ilişkileri bağlamında değerlendirilmeye alındığında geleneksel medyada olduğu gibi bu alanda da oligopol bir tekelleşme olduğu görülmektedir. Hatta küresel anlamda bir tekelleşme söz konusudur. Bu tekelleşme sonucunda piyasadan elde edilen artık değer büyük ölçüde küresel ölçekli şirketlerin kasasına girmektedir

2019 yılının verilerine göre dünyada dijital reklam pazarının %57.8'i Google ve Facebook'un hâkimiyetindedir. Bu aynı zamanda küresel reklam pazarının %28'ine denk düşmektedir. Bunun yanı sıra Facebook ve Google, büyük veriyi (big data) de önemli ölçüde kontrol etmektedir. Bu sayede kullanıcı profili analizi yoluyla tüketici davranışlarını analiz ederek kişiye özel emtialar için kullanıcının hedeflenmesine olanak sağlar. Ayrıca sosyal medya kullanıcıları çevrimiçi olduklarında mecbur olmamalarına rağmen içeriğe katkı sağlayarak birer ücretsiz işçiye dönüşür (Fuchs, 2021: 87-89).

Yeni medyanın ortaya çıkması ile birlikte geleneksel medyanın en büyük açmazlarından biri olan etkileşimin önündeki engeller kalkmıştır. Ayrıca bireyler kişisel sosyal medya platformlarında kişisel sayfalar oluşturarak fikirlerini özgürce dile getirebilecekleri mecralara sahip olmuşlardır. XXI. Yüzyılda ifade özgürlüğü bağlamında en önemli gelişmenin bu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. İnternet vasıtasıyla el edilen ifade özgürlüğü “kamusal alan” kavramının yeniden gündeme gelmesine yol açmış ve Arap Baharı gibi örnekler üzerinden bu konu tartışılmıştır. İnternetin kullanımı ile birlikte yeni bir denetim mekanizmasının da ortaya çıktığı ve bunun siyasetçileri de hesap verebilme

noktasında zorladığı ve bu doğrultuda daha ihtiyatlı olmalarına olanak sağladığı kabul edilebilir. Fakat internet eleştirel ekonomi politik bağlamda değerlendirildiğinde kapitalist sistemin yol açtığı eşitsizlikler, tüketim toplumu, tekelleşme gibi sorunları da bünyesinde barındırdığı görülmektedir. Ayrıca yeni medya ortaya çıktığında yeni olmasından kaynaklı kontrolün zor olduğu bir alanken giderek bu alanda da kontrol mekanizmalarının geliştirildiği ve bu kontrolün küresel tekellerin elinde olması ilerinde tekelleşmenin yol açtığı klasik sorunlarla karşı karşıya kalınmasına yol açabilir.

2.3. Türkiye’de Siyaset ve Sermaye İlişkilerinin Medya Sahiplik Yapısına Etkileri

Cumhuriyetin ilk yıllarında batılılaşma hedefleri çerçevesinde devleti cumhuriyet modeline göre yeniden biçimlendirme amacıyla batı menşeli üst yapılar kurulmuş ve sistematik hale getirilmesi için devlet gücü muhafaza edilmiştir. Model alınan Batı medeniyetinin ortaya çıkışında burjuva sınıfı önemli rol oynadığı ve Türkiye’nin bu anlamda bir burjuva sınıfına sahip olmadığı biliniyordu. Bu nedenle batının toplumlarının gelişmesinde önemli rol oynayan sermaye sınıfı, devlet desteğiyle oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu durum aynı zamanda devleti ekonomik manada her zaman merkezi bir konuma yerleştirmiş ve sistemin arzu edilen noktaya (batı tipi) ulaşmasına engel teşkil etmiştir.

Model alınan Batı ülkelerinde burjuva sınıfının ortaya çıkışı, bu sınıfın kendi öz çabaları neticesinde gerçekleşmiştir. Tarihi derebeylik dönemine kadar giden bu çabalar yüzyıllara yayılan mücadeleyi de ifade etmektedir. Üretim tekniklerinin gelişmesi neticesinde servet birikimi bir zaman sonra kendi coğrafyasına sığmamıştır. Feodalizmin dar sınırları genişlemeye engel teşkil ettiğinden onunla çetin bir mücadeleye girilmiştir. Bu mücadele ruhu zamanla gelişmenin önünde engel olarak görülen tüm yapılara karşı sürdürülmüş ve burjuvanın bağımsız bir güç olmasını sağlamıştır. Üretim tekniklerinin gelişmesi burjuvanın güçlenmesine neden olduğu gibi, burjuvanın güçlenmesi de üretim tekniklerinin gelişmesine zemin hazırlamış olmasından dolayı bu ilişkinin karşılıklı belirleyicilik esasına dayalı olduğunu söylemek doğru bir tespit olacaktır. “Batıdaki bu sınıf güçlendiği orandan siyasi mücadeleye girişecek, Sosyo-ekonomik yapıyı, siyasal kurumları ve devleti kendi çıkarına göre şekillendirecektir”. (Cem, 1974: 344-345). Batı toplumlarındaki farklılaşmanın tek nedeni de bu değildir fakat en güçlü etkenlerden birinin bu olduğu söylenebilir.

Türkiye’de ise Osmanlı’dan miras alınan güçlü devlet geleneği sermayenin batıdaki gibi mücadele verecek şekilde gelişmesine olanak tanımamıştır. Devlet ve sermaye arasındaki karşılıklı bağımlılık ilişkisi hükümetlerin kendi sermaye gruplarını oluşturmasına zemin hazırlamıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında politik güç odakları ile ilişkiler neticesinde ortaya

çıkan bir sermaye sınıfı olduğu görülmektedir. Fakat bu politik ilişkinin bir kayırma durumundan ziyade karşılıklı bir denge içerisinde olduğunu belirtmek gerekir (Buğra, 2018:81). Yine de bu ilişki biçiminin Türkiye’de devlet ve sermaye ilişkisine bir karakter kazandırdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Cumhuriyetin ilk kurulduğu yıllardan itibaren ticaret hayatında yükselen Vehbi Koç’un CHP üyesi olması, DP iktidarı döneminde oluşturulan baskı neticesinde partiden ayrılmak zorunda kalması, devlet sermaye arasındaki ilişkinin daha çok hükümet sermaye ilişkisi olarak okunması gerektiğini göstermektedir⁴⁰. Vehbi Koç’un yaşamış olduğu bu deneyim Türkiye’de siyaset ve sermaye ilişkilerinin niteliği bakımından önemli bir örnektir. AK Parti iktidara geldikten sonra Koç’a yapılarına benzer şekilde sermaye sınıfı üzerinde hem baskı uygulamış hem de devleti yönetmenin verdiği güç ile kendine yakın sermaye sınıfını oluşturabilmiştir.

2002 sonrası medya mülkiyetindeki yaşanan dönüşümün altında yatan faktörlerin başında da siyaset sermaye ilişkilerinin niteliğinden kaynaklanan nedenler gelmektedir.

2.3.1. İktidarın Sermayesi, Sermayenin Medyası

AK Parti iktidarı döneminde öne çıkmaya başlayan sermaye gruplarının köklerinin Türkiye’de 1980 sonrası değişen konjonktür ile yakından ilgili olduğu çalışmanın birinci bölümünde detaylı bir biçimde anlatılmıştır. 1980 sonrası belirgin bir biçimde iş dünyasında varlığı hissedilen yeni sermaye sınıfı medyada değişen mülkiyet ilişkilerinde de varlığını ortaya koymuştur. Siyasal iktidarın hegemonyanın tesisinde kullandığı en etkili araçlardan biri olan medyayı kontrol ekseninin dışında tutması gibi bir durum söz konusu değildi. Bir siyasi parti olarak doğrudan medya kuruluşuna sahip olmak etik bir eylem olmayacağından medyanın kontrolü partiye yakın iş insanlarının sermaye birikimleri neticesinde sağlanmaya çalışılmıştır. Bunun için siyasi iktidar, hem mevcut sermaye sınıfı üzerinde bir baskı aracı

⁴⁰ “1950’de CHP seçimleri kaybetti, DP iktidara geçti. Halk Partili olduğum için Demokrat Parti hükümetleri tarafından sevilmiyordum. Tahminime göre bunun iki sebebi vardı: Biri, CHP devrinde büyük kazançlar sağlayıp, 1950 seçimlerinde CHP’ye 3 milyon lira verdiğim yolunda çıkan dedikodular, ikincisi de 40’lara girdiğim için faal politikacı sayılmamdı... DP iktidara gelir gelmez, o güne kadar yaptığımız bütün işlerimiz, vergi yönünden bütün hesaplarımız gözden geçirildi. En küçük bir aksaklık ve yolsuzluk bulunamadı. ama biz epeyce üzüldük... Seçimlerden sonra CHP’den istifa etmem ve DP’ye girmem için baskılar çok kuvvetlendi. Bu baskılar DP iktidarının son devresine kadar şiddetlenerek sürdü... CHP’den istifa etmeye karar vermiştim. 10 Mart 1960 tarihli istifa mektubumu İsmail Rüştü Bey’e gönderdim... 12 Mart 1960 Cumartesi günü radyoda üç kere öğle, üç kere de akşam haberlerinde benim istifa ettiğim şöyle açıklandı: Memleketin tanınmış işadamlarından Vehbi Koç, Cumhuriyet Halk Partisi’nden istifa etmiştir.”
[“http://www.vehbikocsergisi.com/dw/1950_1960_3.html”](http://www.vehbikocsergisi.com/dw/1950_1960_3.html).

olarak iktidarın gücünü kullanılmış hem de hükümet desteği ile büyüyen sermaye gruplarının medya sektörüne yönelmeleri noktasında yönlendirici olmuştur denilebilir.

Sermaye alanında yaşanan bu değişim ve dönüşümlerin tek bir neden altında toplanması mümkün değildir. Hükümet farklı enstrümanlar kullanarak sermaye alanında düzenleyici rol oynayabilmiştir. Bunlardan biri Kamu İhale Yasası ve Kamu İhale Kurumu'dur (KİK). Devlet öteden beri köprü, yol, havalimanı, demiryolu gibi inşaat projelerini hayata geçirmek için ihaleler düzenlemekte ve bu ihaleler de şirketler için önemli fırsatlar yaratmaktadır. Kamu İhale Yasası bu yönüyle hükümet-iş insanı ilişkisinin yasal çerçevesini oluşturuyordu. 2003-2013 arasında Kamu İhale Yasası'nda yapılan değişiklikler dönemin hükümet-iş dünyası ilişkileri bağlamında değerlendirilmektedir (Buğra, 2015: 125-126). Kamu İhale Yasası'nın bu kadar çok değişmesi neticesinde daha küçük ölçekli firmaların da ihalelere katılması sağlanmış ve bu firmalar yapılan iş neticesinde bir büyüme sağlamışlardır. Bu, mevcut kanunlar çerçevesinde anormal bir durum değildir. Fakat bu yolla büyüyen şirketlerin ilerleyen yıllarda medya sektörüne ilgi göstermesi ile birlikte düşünüldüğünde önem haiz etmektedir. Bunu hegemonyanın tesisinde tek bir aracın değil araçların birlikte ve organize bir biçimde örgütlenmesi bağlamında değerlendirmek gerekmektedir.

Medyanın dizayn edilmesinde kullanılan bir diğer enstrüman ise Tasarruf Mevduat Sigorta Fonu (TMSF) olmuştur. 1990'lı yıllarda medya patronlarının bankacılık ve finans alanına ilgileri bu alanda yatırımların artmasına neden olmuş, 2001 krizi de finans sektöründe yatırımları olan şirketleri özellikle olumsuz etkilemiştir. Krizin ardından bazı medya patronları sektörden çekilmek durumunda kalmıştır. Bu krizin AK Parti iktidarı döneminde kalan mirasının iki büyük yönü öne çıkmaktadır. Bunlardan ilki bu süreçte devlet pek çok medya kuruluşunun sahibi haline gelmiştir. Diğer yönü ise zaman içerisinde bu medya kurumlarının satışı yoluyla AK Parti'ye yakın ve medyada faaliyet göstermeyen sermaye gruplarına geçmesidir (Kurban ve Sözeri, 2012: 68).

TMSF aracılığıyla ilk olarak Uzan Grubu'un medya şirketlerine el konulmuş ve borçları karşılığında satılmıştır. Uzan Grubu'na ait medya kuruluşlarının AK Parti'ye çok da yakın olmayan Doğan Medya tarafından satın alınması AK Parti'nin ilk dönemlerdeki politikaları ile uyumludur. AB'ye üyelik sürecinde medyaya yapılacak bir müdahalenin süreci olumsuz etkileyeceği bu yönde çekinceli davranılmasının bir nedeni olarak düşünülebilir.

Uzan Grubuna ait medya şirketlerinin satışında doğrudan bir müdahale olmasa da ilerleyen yıllarda medyanın nasıl kontrol altına alınacağı yönünde bir fikir vermektedir. Tüm bunlara rağmen belirtilmesi gereken en önemli husus ise TMSF tarafından el konulan şirketler

doğru olmayan işleri neticesinde bu noktaya gelmiş olmalarıdır. Hükümetler elbette usulsüzlüklerin üstüne gitmeli ve gerekli yasal önlemleri almalıdırlar. Bu anlamda hükümetlere düşen kişi veya kurum ayırt etmeksizin adaletin eşit bir şekilde tesis edilmesini sağlamaktır. Fakat TMSF aracılığıyla el konulan medya kuruluşları ilerleyen yıllarda AK Parti'nin kendi medyasını tesis etmede kullandığı bir yöntem olmuştur.

Son olarak medya mülkiyetinde kullanılan bir diğer yöntem ise bizzat devleti yönetmenin verdiği güç ile şirketler üzerinde baskı oluşturabilecek mekanizmaların kullanılmasıdır. Bunun en somut örneği ise Doğan Medya Grubu'nun farklı iş kollarındaki faaliyetleri de olmak üzere yüksek vergi cezaları ile baskı altına alınması sürecinde yaşananlardır. 2011⁴¹ yılında Milliyet ve Vatan gazetelerinin satışı ile başlayan süreç 2018⁴² yılında medya grubunun tamamen satışı ile noktalanmıştır. Recep Tayyip Erdoğan'ın 01.03.2018 tarihinde 28 Şubat süresinde yaşananlar için “sivil kanat da hesap vermeli” sözünün üstüne sorulan “sivil kanattan neyi kastediyorsunuz?” sorusuna verdiği yanıtın sonunda kullandığı “bizim muhtarlığımıza kadar uğraşalar vardı” ifadesi bu bağlamda manidardır. Bu açıklamanın üzerinden bir ay geçmeden Doğan Medya Grubu'nun satışı yönündeki görüşmeler neticelendirilmiş ve Doğan Medya, Demirören Medya Grubuna satılmıştır.

“Sendikalar, medya, iş dünyası... O dönem ‘Beşli Çete’ mi ne diyorlardı. O süreçte neler yapıldığını benden çok daha iyi biliyorsunuz. Ama bunlara hiç mi hiç dokunulmadı şu ana kadar. Tamamen es geçildi. Savcının dediğiniz türden bir yaklaşım göstermesi, dosyalarda bazı şeylerin öne çıktığını gösteriyor. Dosyalar okunurken gözden kaçmış olanlar veya görülmek istenmemiş unsurlar herhalde öne çıkıyor. Şimdi muhtemelen bunlar da gündeme gelecektir. Bizim tek arzumuz, adaletin tecelli edilmesidir. O zaman verilmiş kararlarla mağdur oldukları için haklarını arayan insanlar var. Bedel ödemesi gerekenler, buyursunlar bedelini ödesinler. O süreçte, köşelerinden çok rahat, indirenler bindirenler vardı. Bizim muhtarlığımıza kadar uğraşmalar vardı.”⁴³

Sermaye-hükümet ilişkileri ve medyanın değişen mülkiyet yapısı arasındaki bağlantı çalışmanın üçüncü bölümünde örnekler üzerinden aktarılacaktır.

2.3.2. Medya ile Büyüyen Sermaye Sahiplerinden, Sermaye Sahiplerinin Medyasına Geçiş Süreci

1980 sonrası benimsenen neoliberal iktisat politikalarının bir boyutunu medya alanında yapılan hukuksal düzenlemeler oluşturmaktadır. Hâlihazırda var olan medya siyaset

⁴¹ Milliyet ve Vatan Satıldı”, *Hürriyet Gazetesi*, 20. 04. 2011,

⁴² “Doğan Medya'nın Demirören'e Satış Devri Tamamlandı”, *Hürriyet Gazetesi*, 17. 05. 2018.

⁴³ “Erdoğan'dan kritik 28 Şubat açıklaması: Sivil kanadına hiç dokunulmadı”, *Akit Gazetesi*, 01. 03. 2018.

ilişkilerini yeniden düzenleyen hukuksal zeminin “*yenidünya düzeni ve yeni sağ politikalar*” bağlamında ele alınması gerekmektedir (Kaya, 2009:118). Radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekelinin kaldırılması ile birlikte farklı sektörlerde yatırımları bulunan şirketlerin medya alanına olan ilgileri artmıştır. Getirilen yasal düzenleme ile radyo ve televizyon kanalı kurmak kolay hale gelmiş ve medya herkesin bu alanda yatırım yapabileceği bir mecraya dönüşmüştür. Fakat özellikle ana akıma hitap edecek bir televizyon kanalının işletme maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle bu alanın büyük ölçekli şirketlerin yatırım yapabileceği bir mecra olmasına zemin hazırlamıştır. Bu zorunluluk aynı zamanda medyada tekellerin (oligopol) ortaya çıkmasına da neden olmuştur. Medya dışında biriken sermaye ile medya alanında yatırımlar yapan şirketler ve holdingler sektörde hâkimiyet kurmuşlardır. İş insanlarının 1948’de başlayan medya ilgisi neoliberal politikaların benimsenmesi ve gerekli yasal düzenlemelerin yapılmasıyla özellikle 1990’lı yıllarda zirveye ulaşmıştır (Kaya, 2009: 245-246). Demokratik bir toplumda medyaya biçilen rol göz önüne alındığına sermayenin bu alanı kâr odaklı bir anlayışla kontrol etmesi medyanın kamuoyuna karşı sorumluluğunu mülkiyet sahibine karşı sorumluluğa çevirmektedir. Topuz (2015: 347-348), medyada holdingleşmenin etkilerini yedi başlık altında değerlendirir:

- 1) “Medyada tekelleşme her şeyden önce düşünce ve anlatımda çoğulculuğa karşı bir oluşumdur. Büyük bir gazetenin içinde çeşitli görüşleri yazarlar bulunabilir fakat bu ayrıntılar gazete ya da derginin gerçek politikasını ve eğilimini değiştiremez. Bu uygulama, holdinglerin çeşitli görüş ve düşüncelere yer verdiğini gösterme ve böylece çeşitliliği yansıtmaya amacının ötesine geçemez.
- 2) Tekelleşmeler sendikacılığa karşıdır.
- 3) Tekelleşmenin başındaki kişiler, iktidarı paylaşmak ve hükümetten çeşitli çıkarlar sağlamak için türlü türlü ödünler vermekte ve medyada çalışan gazetecileri baskı altında tutmaktadırlar.
- 4) Büyük sermayeye dayanan medya, magazin programlarının ve haberciliğin de gelişmesine yol açmış, bu da kültür yozlaşmasına neden olmuştur.
- 5) Küçük ve orta ölçekli yayın organları zamanla yok olmakta ve holdinglerin sınırsız egemenliği kurulmaktadır.
- 6) Türkiye’de medya zamanla bir paralel iktidar mekanizması oluşturmaktadır. Yöneticilerin medyadan gelen baskılara karşı koyamadıkları da zaman zaman görülmektedir.
- 7) Tekelci sermaye ve holdingler dışa bağımlıdır bu bağımlılık ilişkisi de ülkenin bağımsızlığı ile bağdaşmaz.”

1980 sonrasında yapılan düzenlemeler sermayenin medya alanına yatırım yapabilmesini kolaylaştırdığı gibi medya ve siyaset ilişkilerini de daha karmaşık bir düzeye taşımıştır. Sermayenin medyaya ilgisi siyasi iktidarlar üzerinde etki kurabilme amacını da taşıdığı bilinmektedir. Bu durum devlet ile olan ilişkilerinin (kamu ihalelerini alabilme, vergi vb. denetimlerin esnetilmesi vs.) daha kolay yürütülmesi amacı da taşımaktadır.

Sermayenin medyada girişinin kolaylaştırılması ile siyaset de dolaylı yoldan medyaya müdahale edebilecek zemini yakalamıştır. Medyanın dördüncü güç olarak hükümeti denetlemesi gerekirken karşılıklı ilişkiler neticesinde bu durum zaman zaman tersine dönmüştür.

Türkiye’de medyada son yıllarda medyada yaşanan dönüşümlerin zeminini oluşturan yasal düzenlemeler yeni sağ politikaların bir sonucu olduğu gibi yeni sağ siyasetin hegemonyasını kurmasını da kolaylaştırmıştır. Hükümete yakın sermaye gruplarının değişen teknolojilerle medyanın çeşitlenmesi ve geleneksel medyanın eskisi kadar kâr getiren bir yatırım aracı olmamasına rağmen medya alanında yatırım yapmaları tesadüfi değildir. Bu durum bir yönüyle yatırım amaçlı olmasının yanı sıra iktidarın hegemonyasının tesisi amacı taşıdığı sonucuna da ulaştırmaktadır. Hegemonya mücadelesi tek bir mevzide yürütülmez, hükümetin birçok alanda kuşatıcı bir politika izlemesi bu bağlamda değerlendirilmelidir. Bunun kuşatıcılığın ve hegemonya tesisinin en basit örneklerinden biri TFF’dir. Hükümete yakın kişilerin TFF yönetiminde yer alması hegemonya bağlamında ele alındığında mevzi savaşı kavramı daha anlaşılır olmaktadır. Bunun gibi farklı örneklerde durum daha iyi anlaşılabilmeyle birlikte çalışmanın kapsamının dışına çıkılacağından bu örneğin yeterli olduğu düşünülmektedir.

Bu kuşatıcılık AK Parti söyleminin hâkim söylem haline gelmesine ve tarihsel blok olarak kendini var etmesine yol açmaktadır. Sermayeye verilen desteğin bir sevgi ilişkisinden ziyade bir çıkar ilişkisi olduğu da kolaylıkla anlaşılmaktadır.

2.4. Medyada Çalışma ilişkileri

Çalışma ilişkileri kavramı en genel hatlarıyla “*işgücü içerisindeki farklı statüler arasındaki ilişkiler*” olarak tanımlanabilir. Bu ilişkileri diğer insani ilişkilerden ayırmak için “*üretim sürecinden kaynaklanan ilişkiler*” ifadesini eklemek bu tanımlamayı daha anlaşılır kılmaktadır. Tarihin her döneminde çağın koşulları ve kavramları sosyolojik anlamda tüm yapıyı etkilediği gibi çalışma ilişkilerini de etkilemiştir (Makal 1997: 32). Çalışma ilişkileri kavramı genel tanım üzerinden düşünüldüğünde insanlık tarihi ile başlatılabilir fakat modern çağda çalışma ilişkileri tarihte çifte devrim olarak bilinen Sanayi Devrimi ve Fransız İhtilali’nin ortaya çıkardığı koşullar ve kavramlarla büyük ölçüde şekillenmiştir. Bu iki devrimin ortaya çıkardığı toplumsal koşullar ve kavramlar çalışma ilişkileri tarihinin kavramsal zeminini büyük ölçüde oluşturmuştur denilebilir. Sanayi Devrimi sonrasında “*ludizm*” gibi yıkıcı hareketler ve R. Owen gibi fabrika sahiplerinin çabaları ilk dönemlerde dağıtık ve yıkıcı olmakla birlikte çalışma ilişkilerinde örgütlü hareketlerin zeminini

hazırlamış ve sendikalaşma hareketleri de böylece başlamıştır. Daha önce de lonca gibi iş gücü örgütleri olmakla birlikte bunlar daha çok meslek birlikleri şeklindedir. Sanayi Devrimi sonrasındaki sendikal hareketler sınıf bilinci ile gerçekleştirildiği için çalışma ilişkileri tarihinde önemli bir yer tutmaktadır (Omay, 2006: 77). Türkiye’de ise Batılı anlamda çalışma ilişkileri Avrupa’ya nazaran daha geç ortaya çıkmıştır. Bu gecikmeye tarihsel ve toplumsal birçok etken neden olmakla birlikte sanayileşmede yaşanan gecikmenin önemli bir yer tuttuğunu belirtmek gerekir. Türkiye’de çalışma ilişkilerini hakkındaki yasal düzenlemelere, 1909 tarihli Tatil-i Eşgal Kanunu, 1936 tarihli 3008 sayılı İş Kanunu, 1963 tarihli ve 274 sayılı Sendikalar Kanunu örnek verilebilir (Makal, 1997: 46).

2.4.1. Türkiye Medya Sektöründe Çalışma İlişkileri

Basın yayın alanında çalışma ilişkileri hakkındaki ilk yasal düzenleme 28 Haziran 1938 tarihli “Basın Birliği Kanunu ”dur. Basın Birliği Kanunu, “gazetecilerin bir oda etrafında toplanması, bu odaya kaydı olamayan gazetecilerin, gazetecilik yapmasının yasaklaması amacıyla çıkarılmıştır”. Bu kanun Türk Basın Birliği adı altında bir üst kuruluşun oluşturulması ve gazetecilik yapanların bu kuruluşa üye olmadan gazetecilik yapamayacağını öngörmekteydi. Birliğin amaçları arasında “basın mensuplarının maddi, manevi, ferdi ve müşterek menfaatlerini korumak, meslekte inzibat ve nizamı idame etmek, gazetecilik mektepleri veya meslek kursları açmak, basını milli maksatlar uğruna uyanık ve toplu halde bulundurmak, Cumhuriyet menfaatlerine hizmet etmek yer almıştır”. Yasa tek parti döneminin konjonktürel yapısına uygun bir biçimde devlet güdümünde bir gazeteciliğe olanak sağlarken gazeteciliğin temel prensipleriyle çelişen unsurları barındırmaktadır. Fakat bu noktada kanunu, dönemin koşul ve kavramları düşünmenin gerekliliğini de belirtmek gerekir. Türkiye’de gazetecilerin hakları ve çalışma ilişkileri ile ilgili ilk çalışma olan bu kanun basın üzerinde vesayet anlayışını oluşturmuş ve ilerleyen tarihlerde basın çalışanları üzerinde olumsuz etkiler bırakmıştır (Özsever, 2004: 36).

Türkiye’de gazeteciliğin orijinal tanımına uygun bir meslek haline alması ve saygınlık kazanması çok partili dönemde mümkün olabilmıştır. Çok partili dönemde çıkarılan “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkındaki Kanun” gazetecilik mesleğini icra edenlerin haklarına odaklanarak çıkarılmıştır. Gazetecilik mesleğini icra edenlere Haftalık tatil hakkı, işten çıkarılma durumunda tazminat alma, sendika kurma, sözleşme zorunluluğu vb. bir takım hakların tanınmıştır. “10 Ocak 1961’de Milli birlik Komitesi tarafından yeniden düzenlenen yasaya 212 sayılı Fikir İşçileri Kanunu ile basın sektöründe çalışanlara yeni haklar tanınmıştır”. Bu kanunun resmi gazetede

yayınlandığı gün 10 Ocak günü günümüzde “Çalışan Gazeteciler Günü” olarak kutlanmaktadır. Bu kanunun basın çalışanlarına tanıdığı haklar basın işletmeleri sahiplerinin tepkilerine neden olmuş ve dokuz basın kuruluşu sahibi bir bildirme yayınlamak üç gün süreyle gazete çıkarmayacaklarını duyurmuşlardır (Öztunç vd. 2020: 194). Tarihe “dokuz patron olayı” olarak geçen bu olaya basın çalışanlarının gösterdiği tavır basında çalışma ilişkileri bakımından önem arz etmektedir. Patronların üç gün gazete çıkarmayacaklarını duyuran gazete yayınlandığı gün bazı yazı işleri müdürleri o sayıya imza koymadığı için bazılarında künye değişiklikleri olmuştur. Ayrıca dokuz gazetenin yazı işleri müdürü ortak bir bildiri⁴⁴ yayınlamak üç gün gazete çıkarmama boykotuna katılmadıklarını bildirdiler. Patronların gazete çıkarmama kararına karşı örgütlü bir biçimde hareket eden basın çalışanları gazetelerin çıkarılmadığı günlerde “*Basın*” adlı bir gazete çıkararak halkı habersiz bırakmamış ve gazetecilerin hak arayışlarını da haberleştirmiştir. Basın çalışanlarının gösterdiği bu tavra Milli birlik Komitesi’nden destek verilmesi de dikkate değer bir konudur. Dönemin siyasi iradesi olarak MBK üyelerinden bazıları net bir biçimde gazetecilerden yana tavır alması da gazetecilerin o dönem göstermiş oldukları dirayette etkili olmuştur.

Türkiye, 1970’li yıllarda hızlanan toplumsal muhalefet 68 kuşağının da tüm dünyada teşvik ettiği gençlik hareketleri ile birlikte yeni bir sürecin içerisinde girmiş ve gazeteler de bundan nasibini almıştır. O dönemin koşullarında bireylerin okuduğu gazete siyasi kimliğin göstergesi olarak kabul edilmiş ve toplumdaki kutuplaşmadan gazeteler de nasibini almıştır. 1971 ve 1980 askeri darbeleri gazetecilerin çalışma koşullarına yansımıştır. 1952 yılındaki Basın İş Kanunu yeni eklemeler yapılarak devam ettirilmiştir. 2008 yılında “5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu’nda yapılan bir düzenleme ile gazetecilerin elinden alınmış ancak basın meslek örgütlerinin gayretleri ile 2013 yılında bu hak tekrar kazanılmış ve 5 yıllık sürenin de geriye doğru telafisi mümkün kılınmıştır” (Öztunç vd. 2020: 194-195).

⁴⁴ Yazı işleri müdürlerinin ortak bildirisinde şu görüşlere yer verildi:

“1- Gazetelerimizin kapatılması konusunda patronlarımız tarafından alınan kararı asla tasvip etmiyoruz.”

2- “Bu karara mesnet olarak gösterilen basınla ilgili kanunların patronlar tarafından belirtildiği şekilde ‘basının emsali görülmemiş bir tehlikenin içine aldığı,’ ‘temel hak ve hürriyetlerimizi kısıntıya soktuğu’ iddiasına iştirak etmiyoruz.”

3- “Bu kanunlardan basında çalışanlarla çalıştıranlar arasındaki münasebetleri düzenleyen ‘fikir işçileri kanunu’ sosyal adaletin gerçekleşmesinden başka bir netice sağlamayacak, hak ve hürriyetimizi kısmayıp bilakis garanti altına alacaktır. <http://bgc.balikesir.gen.tr/Tr/Default.asp?PageID=134>”.

Medyaya sektörde çalışanlar açısından bakıldığında yapılan işe bağlı olarak mesleki farklılıklar bulunmaktadır. Yürürlükteki Basın İş Kanunu'nun⁴⁵ 1. Maddesine göre gazeteci: “Türkiye’de yayınlanan gazete ve mevkutelerle haber ve fotoğraf ajanslarında her türlü fikir ve sanat işlerinde çalışan ve İş Kanunundaki ‘işçi’ tarifi şümulü haricinde kalan kimselerle bunların işverenleri” olarak tanımlanmıştır. Ayrıca Basın İş Kanunu'nun 2. Maddesine göre “Devlet, vilayet ve belediyeler ve İktisadi Devlet Teşekkül ve müesseseleriyle sermayesinin yarısından fazlası bu teşekküllere ait şirketlerde istihdam edilen memur ve hizmetliler” mesleği gazetecilik olsa dahi kanunen gazeteci olarak görülmemektedir.

Basın İş Kanunu incelendiğinde tüm medya çalışanlarını kapsamadığı anlaşılmaktadır. Medya kuruluşlarının çatısı altında çalışan birçok kimse İş Kanunu'na tabidir. Kanunun medyada çalışanların birçoğunu kapsam dışı bırakarak fikir işçilerini kapsamaması sorundur fakat konunun medya çalışanları içinde siyasal atmosferden en çok etkilenen kesimin gazeteciler olması da göz önünde bulundurulmalıdır. “Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin yayınladığı “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi” gazeteci tanımı⁴⁶:

“Günlük yahut süreli, yazılı, görüntülü, sesli elektronik veya dijital basın ve yayın organında, kadrolu, sözleşmeli ya da telif karşılığı, haber alma, işleme, iletme veya görüş, fikir belirtme görevi üstlenen ve asıl işi ile başlıca geçim kaynağı bu olup, çalıştığı işletme ile ilgili yasalar karşısındaki konumu bu tanıma uygun olanlar gazetecidir. Basın ve yayın alanındaki her işletme, çalıştırdığı gazetecileri hukukun gazetecilere tanıdığı sendikal örgütlenme de dâhil olmak üzere tüm haklardan yararlandırmak zorundadır.”

Daha önce de belirtildiği gibi gazetecinin tanımı ve kanuni hakları ile ilgili büyük problem bulunmamasına rağmen uygulamada sorunlar bulunmaktadır. 1980’li yıllardan itibaren medyanın holdingleşmesi ile birlikte medya patronluğu kavramı ortaya çıkmış ve medya çalışanları patronaj sistemi içinde yeniden konumlandırılmıştır. Cumhuriyetin kurulduğu yıllardan itibaren verilen hak mücadeleleri kanuni anlamda görece yeterli bir yapıya ulaşmış olmasına rağmen uygulamada problemler devam etmektedir. 1980’li yıllardan itibaren değişen iktisadi yapı ve neoliberal politikalar özel teşebbüslerin önündeki yasal engellerin kaldırılması ile birlikte medyada da dönüşüm yaşanmıştır. Türkiye medyası daha önce var olan gazeteci kökenli ailelerin yerini gazetecilikle bir ilişkisi olmayan medya patronları almıştır. Böylece medya sektörü; bir fikrin yayılması, kamuoyu oluşturma, katılımcı toplum yaratma gibi idealist düşüncenin dışına çıkarak para kazanılabilecek bir alan

⁴⁵ “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun”, Resmi Gazete: Sayı: 8140

⁴⁶ Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi. “<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html>” (Erişim Tarihi: 18. 10. 2021).

olarak görülmeye başlanmıştır. Medyada kâr amaçlı işletmelerin ortaya çıkışı ile birlikte gazetecilerin zaten sorunlu çalışma koşulları yeni sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu sorunlar sadece büyük medya kuruluşları ile sınırlı kalmayarak yerel basına kadar ulaşmıştır. Yürürlükte olan kanunun kâğıt üstünde kaldığı, yasal olanla fiili olanın arasındaki farkın açıldığı görülmektedir. (Öztunç vd., 2020: 195).

Örneğin 31 Ocak 2021 tarihinde Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı tarafından Resmi Gazetede⁴⁷ yayınlanan tebliğ incelendiğinde basın ve iletişim alanında sendikalaşmanın yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Bu tebliğe göre İletişim alanında çalışan sayısı 83. 054 iken sendikalaşma oranı %30,63'tür. Aynı tebliğe göre; basın, yayın ve gazetecilik alanında çalışanların sayısı 92,350 iken sendikalaşma oranı %7,29'dur. Kaldı ki bu oranın tamamının gazeteci olmadığını da belirtmek gerekir. Verilere bakıldığında basın çalışanlarının %92'sinin sendikalı olmadığı anlaşılmaktadır.

2.4.2. Medya Mülkiyetinde Yaşanan Değişimlerin Gazetecilerin Çalışma İlişkilerine

Yansımaları

Günümüzde kanunlar nezdinde gerek basın özgürlüğü gerekse basında çalışma ilişkileri Batılı ülkeler düzeyindedir. Fakat Türkiye'de kanunların kapsamlı ve yetkin olmasından ziyade onun nasıl kullanıldığı tarih boyunca olduğu gibi günümüzde de karşımıza çıkmaktadır. Çok partili dönemde gazetecilere tanınan haklar, basın özgürlüğü konusundaki tutum kısa sürede tersine dönmüş; 1961 Anayasası ve onun oluşturduğu atmosferdeki özgürlükler de aynı şekilde kalıcı olamamıştır. Bu durum tıpkı tekelleşmenin önünde yasal engeller olmasına rağmen piyasanın tekel özellik göstermesine benzemektedir. Basın ve siyaset arasındaki ilişki medya holdinglerinin ortaya çıkışı ile birlikte çalışma ilişkileri bakımından birkaç problemi daha beraberinde getirmiştir. Bu holdinglerin gerek medya gerekse farklı iş kollarındaki faaliyetlerinden kaynaklanan siyasete bağımlılığı zamanla baskı aracına dönüşmüştür. Gazetecilerin iş güvencesi sorunu geçmişte olduğu gibi günümüzde de bir sorun olarak devam etmektedir.

Medyada 2002-2020 arasında yaşanan mülkiyet dönüşümü gazetecilerin çalışma ilişkileri açısından ele alındığında özellikle 2007 sonrasındaki dönüşümün gazetecilerin çalışma pratiklerini etkilediği gözlemlenmektedir. Bu süreçte zaten var olan iş güvencesi sorunu ile birlikte medya üzerinde baskı uygulayabilecek enstrümanların da çeşitlenmesi söz

⁴⁷ 6356 Sayılı Sendikalar Ve Toplu İş Sözleşmeleri Kanunu Gereğince; İş Kollarındaki İşçi Sayıları Ve Sendikaların Üye Sayılarına İlişkin 2021 Temmuz Ayı İstatistikleri Hakkında Tebliğ, Resmi Gazete: Sayı: 31553.

konusu olunca gazetecilerin mesleki anlamda bundan etkilenmemesi mümkün görünmemektedir. Medyanın üzerinde kurulan hâkimiyet sadece neyin haber olup olmaması ile ilgili değil aynı zamanda neyin, nasıl haber yapılacağını belirleyen bir yapıyı ortaya çıkarmıştır. Sistematik sansür zamanla otomatik bir hale dönüşür Keane, (2010: 56).

İş güvencesi sorunu sansürü otomatik hale getiren unsurlar arasında ön sırada gelmektedir. Türkiye Gazeteciler Sendikası, 2020 Mart ve Nisan aylarında düzenlediği “Gazetecilerin Sansür ve Otosansür Kişisel Deneyim Anketi⁴⁸” durumu ortaya koymaktadır. 141 katılımcıyla gerçekleştirilen ankete göre otosansüre neden olan unsurların “yargılanmak, gözaltına alınmak, hedef gösterilmek, işten çıkarılmak, iş bulamamak” olduğu tespit edilmiştir. (Türkiye Gazeteciler Sendikası, 2020: 64). Yine aynı araştırmaya göre otosansür haberin ve haber kaynağının seçimine, haber yazımına başta olmak üzere haber üretim süreçlerine etki etmektedir.

Gazetecilerin iş güvencesi kaygılarının dayandığı nokta ise medyada işten çıkarmaların hala sıklıkla karşılaşılan bir sorun olmasıdır. 2007 yılı sonrası yaşanan mülkiyet dönüşümleri sonrasında işten çıkarmalar yaşanmış olsa da özellikle son yıllarda daha fazla yoğunlaştığı görülmektedir. İşten çıkarmaların yanı sıra baskı, sansür, gözaltılar ve tutuklamalar da gazetecilerin çalışma pratiklerini etkilemektedir. Eylül 2021 itibariyle Türkiye’de cezaevinde bulunan tutuklu medya çalışanı sayısı otuz dördtür. Bu sayı Türkiye’yi dünyada en çok tutuklu gazeteci bulunan ülke yapmaktadır. Cezaevinde bulunan tutuklu medya çalışanları daha çok terör örgütü üyesi suçlamasıyla tutuklanmıştır⁴⁹. Ayrıca son yıllarda çok sayıda medya çalışanının işlerine son verilmiştir. Bunun yanı sıra medyada var olan baskılara dayanamayıp istifa edip farklı kuruluşa veya sektöre geçen gazeteciler de bulunmaktadır. Bazı gazeteciler yeni medyanın sunmuş olduğu olanaklar sayesinde bu mecrada mesleğini icra etmektedir⁵⁰. Medyada mülkiyet değişimi sonrasında yaşanan işten çıkarmalar da aynı şekilde gazetecilerin çalışma ortamında stres altında olmalarına neden olmaktadır. Her ne kadar yeni medyanın sunmuş olduğu olanaklar gazetecilerin mesleğine devam etmesine olanak tanısa da bilinirliği az gazeteciler için bu durum yeterli imkân sağlamamaktadır.

⁴⁸ <https://tgs.org.tr/wp-content/uploads/2020/05/EK-3.pdf>

⁴⁹ “34 gazeteci ve medya çalışanı cezaevinde” Türkiye Gazeteciler Sendikası, <https://tgs.org.tr/cezaevindeki-gazeteciler/>

⁵⁰ Habertürk 2016 yılında işine son verdiği Ruşen Çakır dijital ve internetin sunduğu olanaklar neticesinde kendi medya platformunu “Medyascope” kurmuş ve halen buradan yayınlarına devam etmektedir. Hürriyet’ten istifa eden Murat Yetkin “Yetkinport”u kurmuş ve yazılarına buradan devam etmektedir.

Gerek iş güvencesi sorunu gerekse medyada var olan baskı ve bunun neticesinde ortaya çıkan oto sansür gazetecilik mesleğini icra edenlerin çalışma koşullarına ve meslek pratiklerine yansımaması mümkün değildir. Özellikle 1990 sonrası yaşanan mülkiyet dönüşümü medyada tekelleşmeye yol açmış bunun neticesinde gazetecilik pratiklerinde dönüşüm yaşanmıştır. Basının kamusal bir hizmet olarak görülmesine yönelik yaklaşımlar da buna bağlı olarak dönüşüm geçirmiştir. Büyük şirketlerin bir parçası haline gelen basın, bağlı olduğu şirketin diğer iş kollarındaki faaliyetlerinde gazete patronunu gözetici bir duruma evrilmiştir. Bunun yanı sıra basın ve medyanın ticarileşmesi de yine bu dönemde önemli ölçüde belirgin hale gelmiştir. Tüm bu dönüşüm gazeteci kimliğine de yansımış ve gazeteci toplumsal sorunlara ele alan meslek uzmanı olmaktan patronunun çıkarlarını koruyan kişiye dönüşmüştür (Özsever, 2044: 147-149). Hürriyet gazetesinde uzun yıllar okur temsilciliği yapan Faruk Bildirici “*Medyanın ombudsmanı saray’ın medyası, Hürriyyet’teki etik kavganın bilinmeyenleri*” adlı kitabında medyada ticarileşmenin boyutlarının reklam bir yana haber içeriklerine kadar yansıdığını örnekleriyle anlatmıştır (2021: 75-90). Bildirici’nin Hürriyet gazetesinde dikkatini çektiği hususlar arasında tüm medyanın sorunudur. Gerek medya siyaset ilişkilerinin değişen boyutu gerekse medyanın ticari kimlik kazanması uzun vadede gazetecilere karşı toplumsal güveni zedelemiştir. Avrupa Komisyonu’nun 1973 yılından beri yaptığı Eurobarometer’in 91. Raporuna göre Türkiye’de medyaya güvenmeyenlerin oranı %69 ile Avrupa ülkeleri arasında üst sırada yer almaktadır (Avrupa Komisyonu, 2019: 35). Konuya bu yönüyle bakıldığında medya siyaset ilişkisi ve ticarileşmenin yarattığı sorunlar medyaya güveni azalmasına yol açmıştır. Gazeteciler meslek ilkeleri, piyasa koşulları ve iş güvencesi arasında sıkıştırılmıştır.

Medyada yaşanan mülkiyet ve yapısal dönüşüm neticesinde yıllar içerisinde medyada çok sayıda işten çıkarma ve istifalar yaşanmıştır. 9 Ocak 2020’de Türkiye Gazeteciler Cemiyeti “Çalışan Gazeteciler Günü” nedeniyle gerçekleştirdiği toplantıda son on yılda kapanan gazete, dergi, radyo ve televizyonlarda çalışan on bini aşkın gazetecinin işsiz kaldığı belirtilmiştir⁵¹. Kapanmaların yanı sıra mülkiyet sahiplerinin değişimi de iş kaybı ile sonuçlanabilmektedir. Medya sahipleri işten çıkarmaları genellikle dolaylı (küçülme, istifaya zorlama, görmezden gelme, mobing vb.) yöntemlerle yapmaktadır. Buna verilecek örneklerden biri Demirören Grubu’nun doğan Grubu’nu satın almasının ardından kısa bir süre sonra küçülmeye gitme gerekçesiyle Ekim 2018’de medya grubu çatısı altında bulunan (Hürriyet, Milliyet, CNN Türk, Kanal D) 32 çalışanının işine son vermesidir⁵². Yine Ekim

⁵¹ “İşsizlik Ve Sansürün Kıskaçında Gazetecilik”, Türkiye Yazarlar Sendikası, Kış 2020, Sayı 35.

⁵² “Küçülme kararı almıştı; Demirören Medya Grubu 32 kişiyi işten çıkardı”, T24, 16. 10. 2018.

2019’da benzer bir durum yaşanmış ve Hürriyet gazetesinden 20 gazeteci evlerine gönderilen tebligatla işlerinden kovulmuştur⁵³. 2019 yılında yaşanan bu işten çıkarmalarda “işletmesel” nedenler gerekçe gösterilmişse de işten çıkarılan isimlerin muhalif kimlikleri ile biliniyor oluşu örtülü nedeni ortaya koymaktadır. Bu ve bunun gibi örnekler elbette Demirören Medya ile sınırlı değildir. İncelenen süreç içerisinde çeşitli medya kuruluşundan çok sayıda gazeteci ve medya çalışanı işten çıkarmalarla karşı karşıya kalmıştır. Son yıllarda yaşanan baskılar neticesinde istifa eden ya da istifaya zorlanan gazetecilerin de bu başlık altında değerlendirilmesi gerekir. Bu bağlamda verilebilecek birkaç örnek:

Akşam Gazetesine TMSF’nin el koymasından sonra 5.5 yıldır gazetenin genel yayın yönetmenliğini yapan İsmail Küçükkaya’nın görevden alınması ve verilen farklı görevleri kabul etmemesi üzerine gazeteden ayrılması bu örneklerden biri olarak değerlendirilmektedir⁵⁴. Küçükkaya istifa etmemiş olmasına rağmen kabul edilebilir seçenek bırakılmaması nedeniyle işten çıkarılmaya razı olmuştur.

Sabah gazetesinde Ocak 2004 tarihi itibarıyla 7 yıldır çalışan gazeteci Nur Batur gazetenin geldiği noktayı gerekçe göstererek istifa etmiştir. Batur, kişisel Facebook hesabı üzerinden yayınladığı yazıda⁵⁵ kullandığı ifadelerden de anlaşılacağı üzere gazetenin yayın anlayışının istifasının nedeni olduğunu belirtmiştir.

Murat Yetkin 1 Mayıs 2011 tarihinden 25 Eylül 2018 tarihine kadar genel yayın yönetmenliğini yaptığı Hürriyet Daily News’ten istifasını kişisel Twitter hesabından “1 Mayıs 2011’de başladığım Hürriyet Daily News gazetesi Genel Yayın Yönetmenliği görevimi, 1 Ekim 2018 itibarıyla, hem Demirören Grubu’nun hazırlıklarının önünü açmak, hem kendi planlarımı uygulayabilmek için, kendi isteğimle bırakıyorum. Başka zeminlerde görüşmek üzere” ifadeleri ile duyurdu. Yetkin istifasından sonra 18 Aralık 2018 tarihinde Journo’dan Sevim Gözay ile yaptığı söyleşide⁵⁶ istifasının altında yatan dinamikleri açıklamıştır.

“Ben mesleğimi yapabilmek için işi bıraktım.

⁵³ “Hürriyet’te 20 gazetecinin işine tebligatla son verildi.” *Deutsche Welle*, 30. 10. 2019.

⁵⁴ “Akşam’da Küçükkaya gitti, Ocaktan geldi”, *Hürriyet*, 24. 06. 2013.

⁵⁵ “Ne yazık ki Sabah, son dönemde gazetecilik anlayışıyla birlikte saygınlığını ve etkisini kaybetti. Özellikle son bir yılda propaganda aracına dönüşüp çıkmaz sokağa girdi. Farklı görüşlerin sesi kesildikçe de marka değeri yok oldu. Artık Sabah gazetesinin uluslararası saygınlığı ve etkisi de kalmadı. Sabah’a veda ederken ‘yazık oldu Türk basımına! Yazık oldu Sabah’a’ diyorum. Medya dünyamızın üstüne öylesine kara bulutlar çöktü ki saygın gazetecilik bayrağını ayakta tutmaya çalışan birçok gazeteci adeta kurşuna dizildi.” <https://odatv4.com/medya/sabahtan-flas-istifa-1101141200-51348> (erişim tarihi: 23. 12. 2021).

⁵⁶ “Murat Yetkin: Mesleğimi yapabilmek için işi bıraktım.” *Journo*, 18. 12. 2018.

Mesleğimi daha iyi yapabilmek için işimi bıraktım çünkü işimi tutarak mesleğimi yapamayacak bir noktaya geldiğime inandım. Bu ayrı bir yazı konusu olur sana. Kitapla çok ilgisi yok ama aynen böyle hissediyorum.

...Ana akım diye bir şey kalmadı ki, yok. Mevcut olan yıkıldı artık. Ben o gözle bakıyorum. Mevcut olanın sürdürülebilirliği yok. Yeni bir şey kurulması lazım. O yeni bir şeyde belki yer alırım bir köşesinden, çorbada tuzum olur biraz, böyle bir duygu içindeyim. Çok rahat bir duygu. Yapmam gerekeni yaptığıma inanıyorum, köprüden önceki son çıkışta çıktım. Kavgayı, çatışmayı seven bir insan da değilim, dostça bir ayrılık oldu.”

Yetkin her ne kadar kendi isteği ile gazeteden ayrıldığını ifade etse de istifasının gazetenin yayın anlayışından kaynaklandığı açıktır. İstifasını “köprüden önce son çıkış” olarak nitelendirmesi istifasının altında yatan dinamikleri ortaya koymaktadır.

Bir diğer istifa ise Balçıçek İlter’in henüz üç aydır çalıştığı Türkiye gazetesinden Berkin Elvan’ın ölüm haberini vermek yerine ölümü üzerine yapılan protestoları “Yine fırsat bilip terör estirdiler” başlığıyla haber yapmasını gerekçe göstererek istifa etti. İlter bunun üzerine bir köşe yazısı yazıp gazeteye gönderdi. Gazetenin yazının yayınlanamayacağını bildirmesi üzerine aynı yazıyı Medyaradar üzerinden yayınladı. “*Vakit tamam*” başlıklı yazısı⁵⁷;

“Acıyı bile paylaşamıyorsak...

Bir çocuğun gidişine hep beraber, el ele, başıra çağıra ağlayamıyorsak...

Zor be kardeşim...

Bazen yorum yapmak bile gereksizdir...

Dümdüz haberi verirsiniz, susmak bile bir duruştur, saygıdır, bazen başkaldırıdır...

Dün bu gazetenin birinci sayfasında yasa, acıya hatta sessizliğe bile yer yoktu...

O yüzden benim için susma vakti sevgili okur...”

AK Parti hükümetinin medya üzerindeki hâkimiyeti 2007 sonrasında başlamış fakat medya üzerindeki yoğun baskı özellikle Gezi Parkı ve 17-25 Aralık sonrasında artmıştır. TGS’nin 2013 yılında yayınladığı rapora göre Gezi Parkı eylemleri sonrasında 72 gazeteci istifa, işten çıkarma, zorunlu izin gibi gerekçelerle görevlerinden uzaklaştırılmıştır⁵⁸. Gezi Parkı eylemleri esnasında medyanın eylemleri görmezden gelerek haber yapmaması ya da haberlerin daha çok eylemcilerin haksız oldukları üzerinden kurgulanması medyada yaşanan dönüşümün içeriklere en kesif yansıması olarak değerlendirilmektedir. AK Parti hükümeti bu süreçte basın ve medya üzerinde baskısını artırmıştır. Hegemonya mücadelesinde bir mevzi olarak basın ve medya üzerindeki bu baskıdan mesleki anlamda en çok etkilenenler ise

⁵⁷ “Türkiye Gazetesi bu Vedayı reddetti! İşte Balçıçek İlter'in yayınlanmayacak o yazısı!” Medyaradar, 12. 03. 2014.

⁵⁸ “TGS: ‘İstifa eden, istifaya zorlanan ve zorunlu izne çıkarılan gazeteciler...’ sendika.org, 23. 07. 2021.

gazeteciler olmuştur. Gazetecilerin üzerindeki etkinin genel anlamda gazetecilik kavramını da etkilediği düşünülmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM TÜRKİYE MEDYA SEKTÖRÜNÜN YAPISI

3.1. Türkiye Medya Sektörünün Yapısı

Çalışmanın bu bölümünde değişen medya politikalarının ve sahiplik yapılarının medyanın çalışma koşullarını nasıl etkilediğini ortaya koymak adına alan araştırması yapılmıştır.

Bir ülkede ekonomide benimsenen modelin diğer tüm alanları etkilediği tarih boyunca çeşitli örnekler üzerinden anlaşılabilir. Türkiye’de de neoliberal iktisadi örgütlenme biçimi medyanın sektörel yapısını doğrudan etkilemiştir. Bunun yanı sıra serbest piyasa ekonomisi ile küresel ekonomik sisteme dâhil olma arzusu yine sektöre küresel şirketlerin kolaylıkla girebileceği ortamı tesis etmektedir. Medya denildiğinde geleneksel ve yeni medya ayrımının da dijitalleşmenin her alanı etkilemesi ile birlikte giderek kaybolduğunu söylemek mümkündür. Medyaya genel olarak bakıldığında ister geleneksel medya araçları olsun isterse yeni medya araçları olsun sektöre hükmeden medya örgütlerinin büyük ölçekli şirketlerin bir parçası olduğu görülmektedir. Günümüzde Türkiye’de medya ortamının oluşmasında ekonomik eğilimlerin büyük etkisi olduğu savını kabul etmekle birlikte medya mülkiyet yapısının sadece neden çerçevesinde değil sonuç çerçevesinde de değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir. Medya alanında sektörde tekelleşme başta olmak üzere birçok konuda hukuki düzenlemeler yapılmasına rağmen sorunlar giderilememiştir. Medya sektörünün ticarileşmesi ile birlikte bu sorunlar daha belirgin hale gelmiştir.

Medya; haber, fikir, eğlence gibi içerikler üretme ve bu içeriklerle kamuoyunu etkileme gücüne sahiptir. Kamuoyunu etkileme gücüne sahip olması da medyanın kimler tarafından kontrol edildiğini önemli hale getirmektedir. Medya endüstrisinin büyük ölçekli yatırımlar gerektirmesi bu alanda büyük çaplı şirketlerin söz sahibi olmasına yol açmakta ve bu şirketlerin hükümetlerle olan ilişkileri de kamuoyuna doğru bilgi aktarımı, sorumlu yayıncılık anlayışı gibi etik konularda sorunların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Türkiye’de medya alanında yapılan hukuki düzenlemeler aynı zamanda pazarın küresel şirketlere açılmasına da olanak sağlamış ve bu durum Türkiye’de medyanın görünümüne yansımıştır. 2002 sonrasında medya alanında yapılan hukuki düzenlemeler ise AB uyum süreci ile ilgili yapılan yasal düzenlemeleri içermektedir. Bu bağlamda tekelleşmenin engellenmesi, kamu hizmeti yayıncılığı, rekabetin korunması, çoğulculuğun sağlanması gibi konuları içeren birtakım düzenlemeler yapılmıştır (Sözeri ve Güney, 2011: 16).

Medyanın toplumun kanaatlerine etkileri üzerine yapılan birçok araştırma ve bu araştırmaların sonucunda farklı teoriler bulunmaktadır. Bir toplumun gerçekliğe dair algısı gökten vahiy şeklinde inmez. Eğitim, aile, yaşanan toplumsal çevrenin yanı sıra medya tarafından üretilen içeriklerin zaman içinde birikmesiyle oluşur (Bagdikan, 2004: xix). Medyanın bu yönü de toplumun gerçeklik algısına nüfuz etmek isteyen (siyasi partiler vb.) güçlerin ilgisini çeker. Türkiye’de siyasi partilerin medya alanında faaliyet göstermeleri hukuken⁵⁹ mümkün değildir fakat fiiliyatta durum farklıdır. Diğer bir konu ise medya bağımsızlığı dendiği vakit akıllara ilk olarak siyasetten bağımsızlık gelmektedir fakat önemli bir konu da mülkiyetten bağımsızlıktır. Mevcut yapısı ile ana akım medyanın her iki yönde de bağımsız olması mümkün görünmemektedir. Medyaya biçilen rol ile onun oynadığı rol arasındaki farklılaşma büyük oranda ticarileşmenin sonucunda ortaya çıkmıştır. Hükümete yakın bir politika sergilemese dahi hükümetle olan ilişkileri korumak adına yapılan yanlış politikaları eleştirmekten kaçınma söz konusu olmaktadır. Çünkü *“iktidarla kapışmaya girmek pahalıya mal olan bir iştir”* buna karşılık resmi söyleme katılmanın büyük bir bedeli yoktur (Chomsky, 2012: 14).

Siyasi iktidarlar, iktidar olmaktan aldıkları güç ile medya üzerinde baskı kurmakta ve hegemonyanın tesisinde medyayı bir araç olarak kullanmaktadır. Medya piyasasının oligopol yapıda olması ise bu kontrolü kolaylaştırmaktadır. Türkiye’de medyanın özellikle özel televizyonların ortaya çıkışı ile birlikte her zaman baş aktörleri olmuştur. Bu baş aktörlerin sahiplik yapıları değişse de oligopol piyasa koşulları gereği farklı baş aktörler ortaya çıkmaktadır. Yasal olanla etik olanın arasındaki ayırım medyanın sahiplik yapısı ve bu yapının içeriklere etkisi bağlamında değerlendirildiğinde belirgin bir biçimde hissedilmektedir. Siyasi partiler medya kuruluşları sahibi olmasının önündeki yasal engelleri bir şekilde aşarak kendine yakın medya kuruluşları oluşturmaktadır. Bu doğrultuda ortada teknik olarak yasal olmayan bir durum söz konusu olmasa da etik olmayan bir ilişki biçiminin olduğunu söylemek mümkündür. Siyaset ve medya ilişkisinin etik olmayan bir biçimi de iktidar ve medya ilişkisidir. Demokratik bir sistemde iktidarı kazanabilmenin unsurlarından

⁵⁹ “Siyasî partiler, dernekler, sendikalar, meslek kuruluşları, kooperatifler, vakıflar, mahallî idareler ile bunlar tarafından kurulan veya bunların ortak oldukları şirketler, iş ortakları, birlikler ile üretim, yatırım, ihracat, ithalat, pazarlama ve finans kurum ve kuruluşlarına radyo ve televizyon yayın izni verilmez; bu kuruluşlar radyo ve televizyon yayın izni almış şirketlere ortak olamazlar.” (Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, 2006, Madde 29)

biri olan medya, hegemonyanın mevzilerinden (Gramsci'nin sözünü ettiği “mevzi”) biri olarak değerlendirilmektedir. Ne kadar çok mevzi ele geçirilirse manevra kabiliyeti de o derece de artmaktadır. Böylece siyasi iktidarı elde tutmanın bir biçimi olan hegemonya tesis edilir. Hegemonya tesis edildiği zaman mutlak ve kalıcı olmadığı için bu mücadeleyi mevzilerin terk edilmediği bir savaş alanı olarak değerlendirmek gerekmektedir.

2002 yılında iktidara gelen AK Parti'nin 19 yıldır tek başına iktidarını sürdürmesinin nedenleri hegemonya bağlamında ele alınmasını gerekli kılmıştır. Türkiye’de tek parti iktidarı dönemi haricinde bir siyasi partinin bu kadar uzun süre iktidarda kalması gibi bir durum yaşanmamıştır. Bu durumun anlaşılması için sürecin tarihsel ve bütüncül bir biçimde alınması zorunludur. AK Parti özellikle 2007 yılı seçimlerinden sonra hegemonya mücadelesinde daha müdahaleci ve kararlı bir biçimde hareket etmektedir. Medya, hegemonya mücadelesinde önemli mevzilerden sadece bir tanesini oluşturmaktadır. Türkiye’de medya sektörünün yapısını farklı dinamikler etkilemekteyken özellikle son yıllarda sahiplik yapısındaki dönüşümlerin altında yatan nedenler hegemonya mücadelesinin bir sonucu olarak değerlendirilmelidir.

3.2. Medya Sektöründe 2002-2020 Yılları Arasındaki Yapılanma Süreci ve Dönemin Tarihçesi

2002-2020 yılları arasındaki medya sektöründe yapılanmanın nedenleri çalışmada belirtilmiştir. Bu yapılanma sürecinde medyada yaşanan dönüşümler tek tek medya kuruluşları üzerinden değerlendirilecektir. Bu yapılanma sürecinde iktidar üç farklı şekilde müdahale yolu ile medyanın dönüşümüne zemin hazırlamıştır. Bu bağlamda her medya kuruluşunun dönüşüm süreci aynı değildir. Bu müdahale yolları

- TMSF yoluyla meydanın farklı şirketlere satılması,
- Medya sahibi holdingleri, devletin denetim mekanizmalarını devreye sokarak (gerek medya kuruluşları üzerinden gerekse farklı alanlardaki faaliyetleri üzerinden) medya kuruluşlarını satışa zorlanması,
- Devlet eliyle güçlendirilen holding veya şirketlerin medya kuruluşlarını satın almaları şeklinde gerçekleşmiştir.

Çalışmada büyük çaplı medya kuruluşları dikkate alındığından değişime neden olan müdahale yolları bu şekilde çerçevelenmektedir. Fakat bu faktörlerden dışında medya kuruluşunun faaliyetlerine son verme yolu da tercih edilen bir müdahale biçimidir. RTÜK üzerinden lisans iptali⁶⁰ yoluyla medya sektöründe faaliyet gösteren medya kuruluşları da

⁶⁰ “İMC TV de kapatıldı” BBC, 13. 04. 2021.

bulunmaktadır. Bu müdahale biçimi sahipliğin dönüşümü bağlamında olmadığından farklı başlık altında değerlendirilmiştir.

3.2.1. Türkiye’de 2002 Yılında Medya Mülkiyeti

3.2.1.1. Doğan Medya Grubu

Doğan Medya Grubu medyada holdingleşmeyi gerçekleştiren ilk grup olması bakımından Türkiye medya tarihinde önem arz etmektedir. Ticaret hayatında yükseliş yakalayan Aydın Doğan farklı sektörlerde yatırımı olan bir iş insanıyken 1979 yılında Milliyet gazetesini alması ile birlikte başlayan medya yatırımları özellikle 90’lı yıllarda etkili olmak üzere 2018 yılına kadar sürmüştür. 1979 yılında Abdi İpekçi’nin suikast sonucu hayatını kaybetmesinin ardından gazetenin sahibi Ercüment Karacan basın dünyasından çekilmeye karar vermesi sonucunda Milliyet’in satışı gerçekleşebildi (Topuz, 2015: 335). Bu tarihler aynı zamanda Türkiye’yi 12 Eylül 1980 askeri ihtilaline götüren olayların büyüdüğü dönemlerdir. 1980 sonrası inşa edilecek ve küresel siteme uyumlu bir ülkenin inşasında medyanın da dönüşümü gerekliydi. Erdem’e göre (2016: 312) Abdi İpekçi’nin yönettiği Milliyet gazetesinin yayın politikaları küresel güç merkezlerinin ihtiyaçlarını karşılayamaz oluşu bu tasfiyenin yaşanmasında önemli bir etkidir. Karacan, gazeteyi neden sattığı konusunda Abdi İpekçi suikastı dışında bir gerekçe ileri sürmemiştir. Bu dönüşümün yaşanmasında arka planda yaşananlar konusunda birçok iddia ortaya sürülmesine rağmen akademik düzeyde bir veri bulunmamaktadır. Keza bu iddialar mahkemelerce değerlendirilmiş ve bir sonuca varılamamıştır. Bu iddialardan biri de Koç Grubunun bu satın almada Aydın Doğan’a ciddi bir destek sağladığı yönündeki iddialardır.

Aydın Doğan’ın yükselişi 1980’li yıllarda da sürmüş ve bu yükseliş medyada da yatırımların genişlemesi ile devam etmiştir. Aydın Doğan/Doğan Şirketler Grubu medyanın holdingleşmesi sürecinde medyayla büyüyen bir gruptur. Bu durum medyanın o dönemlerde ne kadar etkin bir araç olduğunun da somut göstergesidir.

1989 yılında kurulan Doğan Şirketler Grubu bünyesinde medya dışında; turizm, inşaat, pazarlama, otomotiv vb. farklı kollarında faaliyetler göstermekteydi. Doğan Medya Grubu bünyesinde 1993 yılında Kanal D kurulmuş ve böylece televizyonculuk alanında da yayın faaliyetlerine başlamıştır. 1994 yılında Türkiye’nin en çok okunan gazetelerinden biri olan Hürriyet Gazetesi’nin satın alınması ile genişleme devam etmiştir. Medya alanında yapılan yatırımlar 1990’lı yıllarda gazete, dergi, televizyon, radyo, basım ve dağıtım vs. gibi her alana yayılmıştır (Topuz, 2015: 337). Bu da Doğan Medya Grubu’nda dikey bütünleşmenin tam

anlamıyla yaşandığının göstergesidir. Farklı alanlarda yatırımların olması da çapraz bütünleşmeye örnektir.

Doğan Medya Grubunun sahip olduğu gazeteler 2003 yılında Türkiye’de gazete satışlarının %43’ünü oluşturmaktadır. 2003 yılında Doğan Medya Grubu altında faaliyet gösteren medya kuruluşları:

Gazeteler:

Tablo 3.1 Doğan Grubuna Ait Gazeteler (1979-2018) ⁶¹

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Milliyet Gazetecilik A. Ş.	1926 yılında Mahmut Soydan tarafından kurulmuştur. 1935 yılında Ali Naci Karacan’ın aldığı gazete 1979 yılında Karacan Ailesin tarafından Aydın Doğan’a satıldı.	2011 yılında Doğan Grubu tarafından Karacan-Demirören ortaklığında kurulan DK Gazetecilik’e satıldı.
Hürriyet Gazetecilik A. Ş.	1948 tarihinde <u>Sedat Simavi</u> tarafından kuruldu 1994 yılında Simavi ailesinden satın alındı.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı.
Posta Gazetesi	1995 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı.
Fanatik Gazetesi	1995 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı.
Radikal Gazetesi	1996 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2007 yılında kapandı.
Gözcü Gazetesi	1996 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2016 yılında kapandı.
Vatan Gazetesi	2002 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2011 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören-Karacan ortaklığına satıldı.

Doğan Medya Grubu çatısı altında faaliyet gösteren gazeteler 1990 yıllardan itibaren Türkiye gazeteciliğinde önemli bir paya sahip olmuştur. Bu durum hem grubun gazete sayıları bakımından okur sayıları bakımından değerlendirildiğinde sektörde yaklaşık 30 yıllık bir hâkimiyet kurduğu söylenebilir. Doğan Medya Grubu Türkiye’nin en çok okunan

⁶¹ Adaklı, 2006: 263-290.

“<https://www.doganholding.com.tr/>”

Doğan Gazetecilik 2010 faaliyet raporu, “<http://www.demirorengazetecilik.com.tr/media/DocumentFile/content/79ecc1fa-973f-4c90-aebd-6cecdaa3ac8d.pdf>”.

gazetelerinden ikisini satın alma yoluyla diğerlerini ise kendi bünyesinde kurma yoluyla sektörde önemli bir paya sahip olmuştur.

Televizyon Kanalları:

Tablo 3.2 Doğan Grubuna Ait Televizyon kanalları (1993-2018) ⁶²

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Kanal D	1993 yılında Aydın Doğan ve Ayhan Şahenk tarafından kuruldu.1994’de Ayhan Şahenk’in hisseleri alındı.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı.
Euro D	1996 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı.
CNN Türk	1999 yılında Doğan Medya Grubu ve Time Warner’ın ortak girişimi ile kurulmuştur.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı.
Dream TV, Dream, Türk,	2003 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı. 2020 yılında kapandı.
Kral TV	2011 yılında TMSF’den satın alındı.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Doğuş Grubuna satıldı.
Star TV	2005 yılında TMSF’den satın alındı.	2011 yılında Doğan Grubu tarafından Doğuş Medya Grubuna satıldı
Cartoon Network	2008 yılında Doğan Medya Grubu ve Time Warner’ın ortak girişimi ile kurulmuştur.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Doğuş Grubuna satıldı.

Doğan Medya Grubunun bünyesinde ayrıca Eurostar (2006-2011), Kanal D Romanya (2007-), NBA TV (2011-2018), Boomerang (2016-2018), Teve2 (2016-2018) televizyon kanalları da faaliyet göstermiştir⁶³.

Radyolar:

Tablo 3.3 Doğan Medya Grubuna Ait Radyo Kanalları ⁶⁴

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Radyo D	1994 yılında Doğan Medya Grubu	2018 yılında Doğan Grubu

⁶² Adaklı, 2006: 263-290.

“<https://www.doganholding.com.tr/>”

⁶³ “https://tr.wikipedia.org/wiki/Do%C4%9Fan_Yay%C4%B1n_Holding.

<https://www.doganholding.com.tr/kurumsal/tarihcemiz/>”.

⁶⁴ Adaklı, 2006: 263-290.

“<https://www.doganholding.com.tr/>”

	bünyesinde kuruldu.	tarafından Demirören Grubuna satıldı.
CNN Türk Radyo	2001 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı.
Kral FM,	TMSF'den satın alındı.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Doğu Grubuna satıldı.

Doğan Medya Grubu çatısı altında Radyo Foreks (1994-2005), Slow Türk (2005-), Radyo Moda (2006-2012), Kral Pop Radyo ve Kral World Radio radyo kanalları da faaliyet göstermiştir. Doğan grubu özel radyoların yasal statü kazanması ile birlikte radyoculuk alanında yatırımlarını artırmıştır.

Dijital Platformlar:

Tablo 3.4 Doğan Medya Grubuna Ait Dijital platformlar

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
BluTV	2015 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	Halen Doğan Holding çatısı altında yayınlarına devam etmektedir. 2021 yılında Discovery %35 hissesini satın alarak ortak olmuştur.
D- Smart	2007 yılında Doğan Medya Grubu çatısı altında faaliyetlerine başlamıştır.	2018 yılında Demirören Medya Grubu'na satılmıştır.

Doğan Holding medya grubuna ait gazete ve televizyonlarını satarken dijital platformu olan BluTV'yi satışa dâhil etmemiştir. Bu durumun medyanın giderek dijitalleşmesi ve izleyicinin de giderek dijital platformlara kayması sonucunda potansiyel değerinin yüksek olması ile ilgili olduğu düşünülmektedir.

Dergiler:

Doğan Medya Grubu dergicilik alanında gazetecilikteki deneyimler ve kurumsallaşma sayesinde dergi yayıncılığında da faaliyetler göstermiştir. Hürriyet çatısı altında kurulan Hürriyet Dergi Grubu (Hürgüç-1998), Milliyet çatısı altında kurulan AD yayıncılık zaten dergi yayıncılığı için gerekli altyapıyı sağlamaktaydı. Fakat Doğan Medya Grubu dergi yayıncılığında uluslararası işbirlikleri sayesinde piyasada söz sahibi olabilmıştır. Hürgüç'ün %40 hissesi İtalyan-Alman ortaklığı olan Burda, RCS International GMBH tarafından satın alınmasıyla başlayan ortaklık neticesinde yeni bir yapılanmaya gidilmiştir. Burda Meiden ve RCS Grubu, ABD, İngiltere, Almanya, İtalya, Fransa, Uzak Doğu ülkeleri gibi dünya çapında dergiler yayınlayan dolayısıyla sektörde küresel ölçekli bir güç konumundadır. Ortaklığın neticesinde kurulan Doğan Burda Rizzoli Dergi Yayıncılık ve Pazarlama AŞ. (DBR) altında birçok dergi yayınlanmaktadır (Kaya, 2006: 286). 2018 yılında Doğan Medya Grubunun

medya iştiraklerinin birçoğu Demirören Grubuna satılırken DBR, Doğan Medya Grubu'nda kalmıştır. Auto Show, Chip, Ekonomist, Capital, Elle, Maison Française, Hello!, Chip ve Level, Science & Nature, Atlas gibi çok okunan dergilerin yanı sıra birçok farklı dergi DBR çatısı altında yayınlanmaktadır. DBR, Mayıs 2021 verilerine göre 59 yayın, 21 WEB sitesi, 20 tablet ve mobil uygulama ile yayın hayatını sürdürmektedir⁶⁵.

Doğan Medya Grubu gazetecilikte özellikle baskı gazeteciliğinin yaygın olduğu dönemlerde önemli konularda biri olan dağıtım alanında da faaliyet göstermektedir. 15 Eylül 1992 tarihinde Milliyet ve Türkiye gazeteleri ortaklığı sonucunda kurulan Yayın Satış Pazarlama ve Dağıtım A. Ş. (YAYSAT), Hürriyet Gazetesi'nin Doğan Medya Grubu'na satılmasının ardından yeni bir yapılanmaya gitmiş ve kısa sürede sektörün en önemli aktörlerinden biri olmuştur. YAYSAT 2000'li yıllarda "Doğan Dağıtım Satış Pazarlama Matbaacılık Ödeme Aracılık ve Tahsilat Sistemleri A.Ş. olarak faaliyetlerine devam etmiş 2018 yılında Demirören Medya Grubu'na satılmıştır⁶⁶. Bu satışın ardından "Blue TV, Doğan Burda Dergi, Doğan Egmont, Doğan Müzik Yapım, D Yapım, Hürriyet Emlak, Kanal D Romanya, Slow Türk" Doğan Medya Grubu çatısı altında kalmıştır⁶⁷.

3.2.1.1.1. Doğan Medya Grubu-AK Parti, İlişkileri ve Grubun Satış Süreci

Türkiye medya tarihinde özellikle 1990 sonrasında yaşanan dönüşümde medya ve mülkiyet ilişkileri, tekelleşme, ticarileşme gibi konularda Doğan Medya önemli bir role sahiptir. Bu sebepten dolayı Doğan Medya Grubu (DMG), medya araştırmalarında mercek altına alınan ilk kurumlardan biri olagelmıştır. Gazeteciliğin ticarileşmesi, medya siyaset ilişkileri, özel televizyonların ortaya çıkışı ile birlikte yaşanan dönüşüm vs. kısacası DMG medya denildiğinde akla gelen ilk kurumlardan biridir. 1979 yılında Milliyet'in satın alınmasıyla başlayan medya yatırımları 2018 yılında grubun satılmasıyla birlikte büyük ölçüde sonlanmıştır.

DMG'nin 28 Şubat sürecindeki aldığı pozisyondan dolayı grubun bünyesindeki medya kuruluşları bu sürecin medya ayağı olarak görülebilir. 28 Şubat döneminde özellikle Hürriyet gazetesinde askerlerin REFAHYOL hükümetine karşı mesajları manşetlere taşınmış ve sivil siyaseti tahakküm altına alıcı bir dil kullanılarak sivil siyaset alanı daraltılmıştır⁶⁸. Sivil siyasete bu derece müdahalenin sonuçlarından biri de Kasım 2002

⁶⁵ "<https://www.doganburda.com/Default.aspx>"

⁶⁶ "<http://www.yaysat.com.tr/>"

⁶⁷ "Doğan Medya 916 milyon dolara satıldı", *Sözcü Gazetesi*, 06. 04. 2018.

⁶⁸ 28 Şubat döneminde atılan manşetlerden bazıları: "DYP'den RP'ye ordu uyarısı," (Hürriyet Gazetesi, 1997). "Karadayı: TSK her türlü göreve hazır," (Hürriyet Gazetesi, 1997). "Gerekirse Silah Bile Kullanırız," (Hürriyet,

seçimleridir ve AK Parti'yi iktidara taşıyan unsurlardan birinin de bu olduğu düşünülmektedir. DMG'nin AK Parti'ye karşı tutumu RP'ye olduğu gibi sert bir üslupta olmadığı açık olmakla birlikte destek niteliği taşımadığını da söylemek mümkündür. Burada AK Parti'nin 28 Şubat sürecine karşı aldığı pozisyonun etkisinin olduğunu söylemek anlamlı olacaktır. AK Parti iktidarının ilk dönemi olan 2002-2007 yılları arasında iktidar olup muktedir olamama sorunundan kaynaklı laiklik tartışmalarını gündeme getirecek bir aksiyonun içine girmemiştir. DMG'nin bu tavrında 28 Şubat süreci ve 90'lı yılların yarattığı tahribatın da etkisi olduğu düşünülmektedir. Sonuçta AK Parti'nin başarısı büyük ölçüde o yıllarda uygulanan yanlış politikalar ve bu politikaların topluma yansımalarının bir sonucudur. 2007 seçimlerinden sonra AK Parti toplumdaki karşılığını görmesiyle 28 Şubat ürünü olan katsayı ve türban meselelerini gündeme getirmesi eski tartışmanın yeniden açılmasına yol açmıştır (Çakır, 2014: 85).

Bu kapsamda üniversitelerde türbanı serbest bırakmayı kapsayan yasal düzenlemenin meclise getirilmesinin akabinde Hürriyet gazetesi “ 411 El Kaosa Kalktı” manşetini kullanmıştır. Haberin spotunda “Türkiye'yi bölen türban 518 milletvekilinin 411'inden ‘kabul’ gördü. Anayasa paketi Meclis'ten geçti. Kutuplaşma endişe yaratıyor.” ifadeleri yer almıştır. Manşetin altında verilen diğer bir haberde ise “Türban nifak gibi sokuldu” sokuldu başlığı kullanılmıştır. Gazetenin köşe yazılarında da benzer bir tutum görülmektedir. Doğan medya grubunun AK Parti'nin meclise getirmiş olduğu düzenlemeye karşı tutumu iki tarafın arasındaki görüş ayrılığını ortaya koymaktadır. Yine AK Parti'nin türban meselesini ikinci döneminde meclisin gündemine taşınması ilk dönemi ile ikinci dönemi arasındaki güç farkını da ortaya koymaktadır.

Ak Parti kuruluşundan itibaren ve iktidarın ilk dönemlerinde RP'nin devamı olmadıkları, gömlek değiştirdikleri savları sıklıkla dile getirilmiştir. İktidarın ilk yıllarında bu söylem sıklıkla dile getirilirken zaman içerisinde azalması ve günümüzde neredeyse hiç kullanılmaması siyasal retoriğin dönemin şartlarına uygun olarak yeniden dizayn edildiğinin bir göstergesidir. AK Parti iktidarları bir bütün halinde incelendiğinde retoriğin yıllar içerisinde ve dönemin şartlarına göre sürekli olarak değiştiği anlaşılmaktadır. Bu durum siyasetin pragmatist yönünün açık bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Fakat bu dönüşüm hegemonyanın sürekli olarak şartlara ve koşullara göre yeniden inşa edilmesi gerekliliğinden yola çıkarak değerlendirildiğinde daha anlamlı olmaktadır. İktidarın ilk

1997). “Bu Sefer Silahsız Kuvvetler Halletsin,” (Hürriyet Gazetesi, 1996). “Askerden RP'ye Şok Suçlamalar,” (Hürriyet Gazetesi, 1996). “Ya Uy Ya Çekil” (Hürriyet Gazetesi, 1997). ve “Tayyip'e Şok Ceza-Muhtar Bile Olamaz.” (Hürriyet Gazetesi, 1998), (Çakır, 2013: 85).

dönemlerinde RP'nin devamı olmadıkları yönündeki söylemler eylemlerle de desteklenmiş ve kamuoyunda oluşan RP antipatisini üzerine çekmekten imtina etmişlerdir. Fakat iktidarı sağlamlaştırdıktan sonra 28 Şubat'ın aktörlerine karşı rövanşist bir tavır alınması geçmişin unutulmadığının bir göstergesidir. AK Parti'ye karşı yumuşak bir muhalefet yürütse de Doğan Medya Grubu bu aktörlerin medya ayaklarından biri olarak görülmesini değiştirmemiştir. Bunun yanı sıra hegemonya ve tarihsel bloğun inşasında medyanın dizayn edilmesi çabasında DMG'nin Türkiye'nin en büyük medya grubu olması, medyanın tasfiyesinde onu hedef haline getirdiği düşünülmektedir.

Doğan Holding'in medyada yatay, dikey, çapraz tüm örgütlenme biçimlerinde genişlemesi ve bunun yanı sıra farklı sektörlerde olan yatırımlarından dolayı hükümetle sürekli olarak muhatap olmak durumunda kalması iki taraf arasındaki ilişkileri karmaşık hale getirmiştir. Doğan Holding'e ait Petrol Ofisi'nin rafineri açma izninin aynı alanda elektrik santrali açma başvurusu da olduğu için askıya alınması, RTÜK'ün CNN Türk'e karasal yayın izninde problem çıkarması, D-Smart platformunda bazı kanallara lisans vermemesi gibi problemler iki taraf arasındaki çekişmeyi göstermektedir (Adaklı, 2013: 575-576). Bu durum aynı zamanda medyada çapraz bütünleşme biçiminin ne kadar zararlı olduğunun da bir göstergesi niteliğindedir. Farklı sektörlerde yapılan yatırımlarda hükümete bağımlılık medya içeriklerini etkilemekte veya tam tersine medyada söz sahibi olan şirketler medyayı hükümetler üzerinde bir baskı aracı gibi kullanarak hükümetleri sıkıştırmaktadır. DMG, 28 Şubat sürecinde medya gücünü hükümete karşı bir baskı aracı olarak kullanırken, AK Parti iktidarı, devleti yönetmenin verdiği yetiyle DMG'yi köşeye sıkıştırmaya çalışmıştır. Bu nedenle Doğan Medya Grubu medya mülkiyetinde çapraz bütünleşmenin yol açabileceği iki yönlü sorunlara örnek teşkil etmektedir.

Medya araştırmalarında holdingleşme, ticarileşme, medya-siyaset ilişkileri gibi kavramlar ele alındığında en çok incelenen medya grubu olması veya çalışmalarda geniş yer tutması Doğan Medya'nın bu yönde ne kadar ön planda olduğunun bir göstergesidir. Doğan Holding'in medyadan neden çekildiği sorusunun da tek bir cevabı olmadığı düşünülmektedir. AK Parti ile DMG ilişkileri incelendiğinde dönem dönem ilişkilerin seyrine göre farklılaşmalar söz konusu olmuştur. İlk önemli kırılma kamuoyunda “*Deniz Feneri*⁶⁹” olarak bilinen yolsuzluk davasının Doğan Medya Grubu'na ait platformlarda

⁶⁹ “2008 yılında Deniz Feneri e.V. Derneği çalışanları hakkında, Almanya'da yardım adı altında topladıkları paraları amaç dışı kullanmak ve Türkiye'deki Deniz Feneri Derneği ile Kanal 7'nin de bulunduğu çeşitli firma ve kişilere aktarmak iddiasıyla soruşturma açılmıştır. Hâkim Johann Müller'in “Almanya'nın en büyük bağış skandalı” olarak ifade ettiği dava hakkında, Alman Savcı Kerstin Lötze'nin “asıl failler Türkiye'de”

geniş yer almasıdır. Deniz Feneri davası hakkında yapılan haberler incelendiğinde davada geçen iddiaların basında haberleştirilmesi şeklinde değerlendirilebilir. Bunun yanı sıra Kazaz ve Çoban'ın (2013) Deniz Feneri davası ile ilgili Kanal D'de yayınlanan haberleri inceledikleri çalışmalarında, dava ile ilgili haberlerde ideolojik inşa stratejileri kullanıldığı ortaya konulmuştur. Çalışmaya göre; “Deniz Feneri Davası konulu haberlerde ön plana çıkan Recep Tayyip Erdoğan, Zahit Akman ve Deniz Feneri Derneği parçasallaştırılarak düzen dışında bırakılmak istenen isimler, dolayısıyla düzen dışında bırakılmak istenen egemen söylemler olarak değerlendirilebilirler (204).” Işık ve Oğuzhan'ın (2009: 65) yaptıkları çalışmada da benzer bir sonuca ulaşılmıştır. Buna göre Hürriyet gazetesinde yer alan dava ile ilgili haberlerde kullanılan başlıklar genelde tarafların açıklamalarından oluşurken Başbakan'ın yaptığı açıklamalarda aynı tutum sergilenememiştir. “ Örneğin, “Okul açılışında medyaya yüklendi” (9 Eylül 2008), “Başbakan yine medyayı suçladı” (8 Eylül 2008), ‘Dersimiz iftira değil’ dedi yine Doğan’a çattı” (15 Eylül 2008) gibi.”

“Gazetede konuya ilişkin dikkat çeken bir diğer önemli nokta da, haberlerin yer alış şeklidir. Nitekim ilk bakışta haberlerin yer alışında taraflar eşitmiş gibi algılansa da, haber başlıklarında ve haberlerin sunumunda Başbakan'ın saldırıda bulunan, Doğan'ın ise cevap veren ve savunan konumunda olduğu görülmüştür. Örneğin, ‘8 yanlışa 8 cevap2 (9 Eylül 2008), ‘Aydın Doğan'dan Başbakan'a cevap’ (13 Eylül 2008), ‘Aydın Doğan'dan Başbakan'a cevap’ (14 Eylül 2008), ‘Dersimiz iftira değil’ dedi yine Doğan'a çattı’ (15 Eylül 2008) başlıklarıyla yer alan haberlerde olduğu gibi.”

Deniz Feneri davasının Doğan Holding'e bağlı medya kuruluşlarında sıklıkla yer alması ve yer alma biçimi Başbakan Erdoğan tarafından yoğun eleştiriye tutulmuş, hükümetin Aydın Doğan'ın çıkarlarına uygun davranmadığı için bu haberler vasıtasıyla yıpratılmaya çalışıldığını ifade etmiştir. Deniz Feneri davası akabinde tarafların arasında yaşanan gerginlik devam etmiş ve hükümet Doğan Holding'i mali denetim adı altında sıkı bir denetlemeye almıştır. 2009 yılında ise “Doğan Yayın Holding'in doğrudan ve dolaylı bağlı ortaklıkları Doğan TV Holding, D Yapım, Doğan Prodüksiyon ve Alp Görsel İletişim'e 2005, 2006 ve 2007 yıllarına ilişkin vergi incelemeleri sonucunda, toplam 3.76 milyar lira vergi aslı ve cezası kesildi⁷⁰.” Daha sonra yapılan görüşmeler neticesinde bu ceza “Torba Yasa olarak bilinen 6111 sayılı Af Yasası'na göre anlaşmaya gidildi. Anlaşmaya göre 4.9 milyar liralık vergi cezası 940 milyon lira ödenerek sıfırlandı⁷¹”.

şeklindeki açıklamasıyla, Türk kamuoyunun dikkatleri de bu davaya çevrilmiştir. Dava, Türk hükümeti tarafından, Berlin'in kendisine karşı tezgâhladığı bir komplo olarak algılanmış ve hükümete yakın medya organları, bu davaya tepki olarak Almanya'yı suçlayıcı bir tavır takınmıştır (Önsoy, 2016: 511).”

⁷⁰ “Doğan Yayın'a rekor ceza”, *NTV*, 08. 09. 2009.

⁷¹ “Doğan 940 milyona anlaşta 5 milyarlık borcunu sildi” *Habertürk*, 18. 05. 2011,

Deniz Feneri davasında DMG'nin tutumu ve akabinde yoğun denetlemeler neticesinde kesilen vergi cezaları AK Parti ve DMG arasındaki ilişkilerde yaşanan en önemli kırılma noktası olarak değerlendirilebilir. 2007 yılı Cumhurbaşkanlığı seçimleri, seçim sürecinde yaşananlar ve seçimde yakalanan başarı AK Parti nezdinde en belirgin kırılma noktası olarak görülmektedir. 2007 yılında Cumhurbaşkanlığı makamının da AK Parti'ye geçmesi ile birlikte AK Parti daha önce sıklıkla eleştirdiği bürokratik vesayet, medyadaki yapılanma gibi konularda mücadeleci bir yol izlemeyi tercih etmiştir.

2014 yılında Wall Street Journal'da çıkan bir haberde DMG'de yeniden inceleme olduğu yönünde haber yapılmıştır. Habere göre DMG'den bir yetkili "Bir süredir birçok şirketimizde inceleme var. Bu incelemelerin rutin bir vergi incelemesi olup olmadığına ilişkin soruya ise Maalesef ülkemizde gri alanlarda yapılan vergi incelemeleri birer siyasi baskı aracına dönüştü" beyanıyla incelemelerin siyasi olduğunu ifade etmiştir. Aynı haber Doğan Grubunun patronu Aydın Doğan'ın bir süre önce çalışanlarına yaptığı bir konuşmada, "Her gün hükümeti eleştirmek gazetecilik değil. Ülkede siyaset dışında da bir sürü şey oluyor. Ben bir servet kaybettim. Ama hep arkanızda durdum. Siz de benim arkamda durun" belirtilmiştir.

Doğan Medya Grubu bünyesindeki medya kuruluşları 2009'da kesilen vergi cezasından sonra daha soft bir muhalefet anlayışına geçtiğini söylemek mümkündür. Medya kuruluşları bünyesinde yer alan ve sert muhalif yazıları ile bilinen bazı isimlerle (Emin Çölaşan (2007), Enis Berberoğlu (2014), Yılmaz Özdil (2014) ⁷² vb. yolların ayrılması DMG'nin bu yönde attığı adımlardan biri olarak değerlendirilebilir.

Bunların akabinde 15 Eylül 2015 tarihinde Doğan Medya Grubu'na terör örgütü propagandası yapmaktan soruşturma açılmıştır. Wall Street Journal'da yer alan habere göre:

"Doğan Medya Grubu bünyesindeki basın kuruluşlarında yer alan bazı haberler nedeniyle grubun yetkilileri hakkında, "terör örgütü propagandası yapmak" suçundan soruşturma açıldı. Anadolu Ajansı, soruşturmanın Bakırköy Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından açıldığını bildirdi. Ajansın haberine göre, Bakırköy Cumhuriyet Başsavcı Vekili İdris Kurt, Güneş gazetesinin 10 Eylül 2015'teki "Al Sana Belge" başlıklı haberini ihbar kabul ederek, yaptıkları yayınlardan dolayı Doğan Medya Grubu hakkında resen soruşturma başlattı.

Grup bünyesindeki bazı televizyon ve gazetelerde "29 Ağustos 2015'te Siirt'te şehit düşen askerlerin fotoğraflarının sansürsüz yayınlanması", "Tunceli'de öldürülen PKK'lıların fotoğraflarının sansürlenmesi" ile "Cüneyt Özdemir'in PKK'ya katıldığı iddia edilen 'kırmızı fularlı kız' olarak bilinen Ayşe Deniz Karacagil ile televizyondaki röportajının" soruşturmaya konu olduğu öğrenildi."

AK Parti hükümeti ve Doğan Medya arasında yaşanan gerilimlerin neticesinde Doğan Medya Grubu hizaya getirilmeye çalışılmış ve bunda görece başarılı olunmuştur.

⁷² "Doğan Grubu'na vergi incelemesi" *The Wall Street Journal*, 22. 08. 2014,

Örneğin: 61. Hükümet dönemini en çok zorlayan Gezi Parkı eylemleri esnasında DMG'nin haber kanalı CNN Türk'te penguen belgeseli verilmesi DMG'nin yayın politikalarının ne kadar muhalif olduğu yönünde bir fikir vermektedir. Ülkede başlayan protestoları görmezden gelmek bir tercih meselesi olmanın ötesinde bir tavrı ortaya koymaktadır. Fakat buna rağmen Doğan Medya grubunun yayın anlayışı hükümet tarafından hala yeterli görülmemektedir. Doğan Medyanın tutumu, Erdoğan yoğun bir biçimde eleştirilmeye devam etmiştir.

AK Parti ile DMG arasındaki ilişkilerde dikkate değer bir gelişme 06.09.2015 tarihinde yaşanan ve Hürriyet gazetesi baskını olarak bilinen olaydır. 7 Haziran 2015 seçimlerinden sonra Erdoğan'ın ATV-A Haber ortak yayını Dağlıca'daki terör saldırısıyla başladı. Sunucu Melih Altınok, "Sizin bir metro açılışında kullandığınız seçim öncesinde söylediğiniz '400 vekil istiyorum' sözünüzün bu çatışmalı ortama geçilmesinde etkili olduğu söyleniyor. Ne diyorsunuz bu eleştiriye?" şeklinde bir soru yöneltti. Erdoğan soruya cevaben;

"Tabii bunu anlamak mümkün değil. Yani bu 400 hedefini gösterme, aslında yeni bir Anayasa'nın inşası noktasında, yani böyle bir hedefi hangi parti alırsa alsın bu yeni anayasayı inşa edebilsin, kurabilsin. Bu yeni Anayasa ile birlikte de Türkiye'de atmak istediğimiz Yeni Türkiye adımını rahatlıkla atabilelim. Buna yönelik bir hedeftir bu" ifadelerini kullandı. Devamında "Biliyorsunuz biz 6-7-8 Ekim olaylarını yaşadık. Ardından bir Suruç olayını yaşadık, Diyarbakır olayını yaşadık. Burada başka yerlere fatura kesmenin anlamı yok. Bunlar hep bir dayanışmanın, bir yardımlaşmanın neticesinde en azından ülkemizde terör belasının estirilmesinden başka bir şey değildi. Bu terörü estirmek suretiyle buradan rant elde ediyorlar. Yaptıkları şey hep bu. Eğer 400 milletvekilini alabilecek veya bir Anayasa'yı inşa edebilecek sayıyı bir siyasi parti yakalamış olsaydı, durum bugün çok daha farklı olurdu."

Bu söyleşi Hürriyet gazetesinin internet sitesinde "Erdoğan'dan Dağlıca açıklaması" başlığı ile haber yapıldı ve gazetenin Twitter sayfasında bu haber "Cumhurbaşkanı Erdoğan'dan #Dağlıca açıklaması: "400 milletvekili alınsaydı bunlar olmazdı" başlığıyla paylaşıldı⁷³. Twitter'da yapılan bu paylaşım kısa sürede (10 dakika sonra) düzeltildi fakat bu habere tepkiler büyüdü ve gazetenin önünde toplanan 200 kişilik bir grup haberi protesto etti Bunun yanı sıra gazetenin camlarını kırarak içeri girmeye çalışanlar oldu. "İlk saldırının yankıları sürerken iki gün sonra yeni bir saldırı oldu Hürriyet'e. Akşam saatlerinde gazetenin önünde toplanan yaklaşık 200 kişilik bir grup, tekbir getirerek binaya yürüdü. Bu sırada dört el de silah sesi duyuldu⁷⁴". Hürriyet gazeteci okur temsilcisi Faruk Bildirici incelemesine göre haberin kasıtlı değil fakat hatalı olduğunu belirtmiş ve Cumhurbaşkanı

⁷³ "Hürriyet ve Erdoğan'ın 400 vekil sözü" *Hürriyet Gazetesi*, 08. 09. 2015,

⁷⁴ "İşte Hürriyet'e saldırının öyküsü, *Türkiye Gündemi*, 19. 05. 2021,

Erdoğan'ın kullandığı ifadeleri de “Pazar akşamı bu hadise nedeniyle Doğan Grubu hakkında kullandığı bazı ağır ifadeleri kabul edilemez” diyerek eleştirmiştir. Bildirici ayrıca “Pazar akşamı bu haber bahane edilerek gazetemizin İstanbul'daki merkezine taşlı sopalı bir saldırı düzenlenmesi ve bu olayda başrolde iktidar partisinden bir milletvekilinin yer alması meselenin bir diğer düşündürücü boyutudur. Hiçbir medeni demokratik ülkede şiddet içeren protesto gösterilerine yer yoktur” diyerek protestoların maksadının dışına çıktığını belirtmiştir.

Bu olayın devamında Erdoğan'ın 22 Eylül 2015 tarihinde Kanal 7, Radyo 7 ve Ülke TV ortak yayını olan “İskele Sancak Özel” programında kullandığı ifadelerde Aydın Doğan'ı hedef alan bir açıklama yapmış ve mevcut durumdan memnun olmadığını ifade etmiştir⁷⁵.

“Şöyle bir 15 yıl öncesine gidelim” Türkiye'yi kim yönetiyordu? Medya patronları yönetiyordu. Medya patronları hükümet yapar, hükümet yıkarı. Eli cebinde, başbakanla konuşanları gördük mü bu ülkede? Gördük. Ve eli cebinde olanlarla, konuştum. ‘Öyle dönemler oldu ki biz hükümet getirdik, hükümet götürdük’ dedi. Bizzat kendisi söyledi. Sayın Demirel, Özal, Tansu hanım için bunları söyledi. Ben de kendisine o zaman dedim ki Conrad Otel'de karşılıklı görüşmede, ‘Kusura bakma. Ben doğma büyüme Kasımpaşalıyım. Hak bildiğimiz şeyden taviz vermeyiz. Bugüne kadar siz devleti istediğiniz gibi yönettiniz. Hakkınız olanı alırsınız ama hakkınız olmayanı hiçbir zaman alamayacaksınız. Bunu bilirsiniz.’ Birçok yerlerde bu tür şeyleri yapmak istediler ama alamadılar. Bundan dolayı da tabii bakın şu anda terörle mücadele verilirken, dikkat edin devletin değil, bölücü terör örgütünü arkasına alanlarla beraber hareket ediyorlar. Bu kadar açık net. Televizyonları da böyle çalışıyor, yazılı organları da...”

Erdoğan'ın beyanında isim zikretmemiş olsa da Aydın Doğan'ı işaret ettiği net bir biçimde anlaşılmaktadır. Aydın Doğan bu açıklamaya cevaben yayınladığı mektupta Erdoğan söylediği ifadeleri asla kullanmadığını beyan etmiş ve bu yönüyle yalanlamıştır.

“...Eğer doğup büyüdüğümüz yerler hepimizin söyledikleri için bir referans ise ben de doğma büyüme Kelkitliyim. Ben de doğup büyüdüğüm Anadolu yaylasının yiğit delikanlılarının yetiştiği Kelkit'ten geliyorum.

Hayatım boyunca seçilmiş hiçbir lidere, hiçbir devlet insanına böyle veya bu manaya gelecek bir şey söylemedim. Asla söylemem. Yine doğma büyüme bir Kelkitli olarak şunu da eklemek isterim: Conrad Otelindeki görüşmede size de böyle bir şey söylemedim, bu manaya gelecek bir söz sarf etmedim.

...Aynı şekilde kendimi çok mağdur hissettiğim bir başka konuyu da dile getirmek isterim. Söz konusu mülakatta da olduğu gibi çeşitli konuşmalarınızda beni ve grubumu terör örgütlerine yardım etmekle suçluyorsunuz.

Bu benim asla altında kalamayacağım, kalmayacağım ve son nefesime kadar bütün kalbimle reddedeceğim bir suçlamadır. Terörün her türlü, özellikle de ülkemizin bütünlüğüne yönelmiş terör, Türkiye Cumhuriyeti'nin ülkesini seven her vatandaşı gibi benim de bir numaralı düşmanımdır. PKK

⁷⁵ “Silahların Bırakılarak Betona Gömülmesi Lazım” T.C. Cumhurbaşkanlığı, 22.09.2015. <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/35412/cumhurbaskani-erdogan-kanal-7-ulke-tv-ortak-yayinina-katildi>.

Terör örgütü dâhil her tür terör örgütüyle vatandaş olarak da, yayıncı kimliğimle de sonuna kadar mücadele ettim, ediyorum ve etmeye devam edeceğim. Eğer milliyetçilik Türkiye sevdası ise, Türkiye'ye bağlılık ise, Türkiye'nin birliğini, kardeşliği ve barışı savunmak ise bu konuda herkesle yarışmaya hazırım. Ben doğma büyüme, katıksız milliyetçiyim.”

Medyaya karşı yürütülen kampanya AK Parti retoriğinin bir parçasıdır. Bundan da en çok nasibini alan medya grubunun DMG olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. DMG çatısı altındaki medya kuruluşlarının iktidarı eleştiren haberler yapması AK Parti tarafından maksatlı olarak nitelendirilmiştir. AK Parti retoriğinin bir parçası olan “vesayet rejimi” vurgusunda medya da sıklıkla öne sürülen vesayet odakları arasındadır. AK Parti ve DMG arasında yaşanan bu süreçte Erdoğan kararlı bir tavır takınarak gruba karşı eleştirilerini doğrudan yöneltmiştir.

2016 yılında yaşanan 15 Temmuz darbe girişiminde ise DMG net bir tavır koymuş ve darbenin seyrinde etkili olan Erdoğan'ın meşhur Facetime konuşması CNN Türk'te yayınlanmıştır. Nitekim darbe gecesini Doğan Medya Center darbeciler tarafından hedef alınan kurumlardan biri olmuştur. AK Parti ve dolayısıyla Erdoğan kendine yakın birçok yayın kuruluşu olmasına rağmen kamuoyuna mesaj vermek için CNN Türk'ü tercih etmesi dikkat çekicidir. Fakat 15 Temmuz'da DMG'nin aldığı tavır o süreçte her ne kadar hâkim söylemin lehine olsa da yeterli olmamıştır.

Doğan Medya Grubunun satış görüşmelerinin yapıldığı dönemde Erdoğan'ın kullandığı 28 Şubat sürecinin sivil kanadının da hesap vermesi yönündeki “Bedel ödemesi gerekenler buyursunlar bedelini ödesinler. O süreçte köşelerinden çok rahat, indirenler bindirenler vardı. Bizim muhtarlığımıza kadar uğraşanlar vardı.” ifadesi Doğan Medya Grubu hakkındaki kanaatini ortaya koymaktadır. Erdoğan, 1 Mart 2018'de yaptığı bu açıklamanın akabinde devam eden görüşmeler neticelenmiş ve Doğan Medya Grubu 6 Nisan 2018'de Demirören Medya Yatırımları Ticaret A.Ş.'ye satılmış, 15. 05. 2018 tarihinde ise satış ve devir tamamlanmıştır. Doğan Holding'den satış ile ilgili yapılan açıklamaya göre:

“6 Nisan 2018 tarihinde Şirketimiz ile Demirören Medya Yatırımları Ticaret A.Ş. arasında imzalanan "Hisse Satış Sözleşmesi" kapsamında, doğrudan bağlı ortaklıklarımız; Doğan Gazetecilik A.Ş., Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık A.Ş., Doğan TV Holding A.Ş., Doğan Haber Ajansı A.Ş., Doğan Dağıtım Satış Pazarlama Matbaacılık Ödeme Aracılık ve Tahsilat Sistemleri A.Ş., Doğan İnternet Yayıncılığı ve Yatırım A.Ş. ve Doğan Media International GmbH (birlikte "Devre Konu Şirketler") ile dolaylı bağlı ortaklığımız Mozaik İletişim Hizmetleri A.Ş.'de sahip olduğumuz pay senetlerinin tamamının ve kullanılan alım hakkı opsiyonu neticesinde "Radyo D" ve "CNN Türk Radyo"nun lisans haklarının Demirören Medya Yatırımları Ticaret A.Ş. ("Alıcı")'ye toplam 893.000.000 Amerikan Doları satış bedeli ("Satış Bedeli") üzerinden nakden ve peşin olarak satılmasında, "kapanış koşulları" sağlanmak suretiyle pay senetlerinin satışı ve devri bugün itibarıyla tamamlanmış ve Satış Bedeli tam ve nakit olarak serbest şekilde hesaplarımıza intikal etmiştir.

Satış Bedeli'ne ilave olarak 26.000.000 Amerikan Doları ise (toplam Satış Bedeli tutarı 919.000.000 ABD Doları olacak şekilde) yine daha önce kamuya açıklandığı üzere, Doğan TV Holding A.Ş.'de Commerz Film GmbH'a ait ve Doğan TV Holding A.Ş. sermayesinin % 6,68'ini temsil eden, ilave kontrol sağlamayan 138.999.811 adet pay senedinin de Demirören Medya Yatırımları Ticaret A.Ş.'ye devri ile birlikte ayrıca tahsil edilecektir...⁷⁶

Bu açıklama ile birlikte Türkiye basın ve medya tarihinde önemli yer edinmiş olan Doğan Medya Holding ana akım medyadaki yatırımlarını tamamen sonlandırmıştır. Medyadan çekilmesine siyasi baskıların sebep olduğu yönünde birçok görüş öne sürülmüş, Aydın Doğan da yaptığı veda konuşmasında “Bu meslekte 40 yıl gazete sahipliği yapan tek kişi herhalde tek kişi benim” diyen Aydın Doğan, "Yorulдум. Gönلümüzle, kendi rızamızla, hiç bir baskı altında kalmadan sizlerden ayrılıyorum⁷⁷” ifadelerini kullanmıştır. Medya ile büyüyen ve medya patronu olarak bilinen Aydın Doğan'ın medyadan çekilmesini tek bir nedenle açıklamak yeterli değildir. Yaşanan süreç değerlendirildiğinde siyasi baskıların bu nedenlerden biri olduğu açıktır. Oray Eğin'in 1 Kasım 2010 tarihinde yazdığı köşe yazısı atılan geri adımın nasıl sonuçlanacağını göstermesi bakımından önemlidir. Oray Eğin yazısında Doğan Medya grubunun bir zamanlar iktidarı sarsmak, yeni liderler lanse etmek, siyaseti tasarlamak gibi güçleri olduğunu ve grubun bu gücü kullanmaktan çekinmediğini belirtmiştir. Benzer şekilde yayınlarına devam edebilecek gücü olmasına rağmen geri çekilmeyi tercih ettiğini bunun da iktidarla mücadelenin yorucu ve riskli olmasından kaynaklandığını yazmıştır. Eğin yazısında Erdoğan'ın bizzat Doğan medyaya karşı tavır aldığını ve verilen tavizlere rağmen tavrını değiştirmedini Doğan'ın tüm çabalarına rağmen bir türlü uzlaşa sağlanmadığı belirtmiştir. Eğin, yazısını “eninde sonunda tıpkı Simaviler, Uzanlar, Bilginler gibi Babıali'den 'ceketini alıp' gidecek bu aile de. Oysa Aydın Doğan bilmeli ki bu 'hesaplaşma' yayın organlarını sattıktan sonra da bitmeyecek. Bitmediğini yakın tarihimizden iyi biliyoruz⁷⁸.” Şeklinde sonlandırmıştır. Yazıda yer alan ifadeler süreci çok iyi anlatmakla birlikte Doğan Medya Grubunun medya sektöründen çıkması ile hesaplaşmanın bitmeyeceğine yönelik öngörüsünün günümüz itibari ile geçerli olmadığını söylemek mümkündür. Doğan Medya grubu medyadan ayrıldıktan sonra Erdoğan'ın herhangi bir olumsuz açıklaması olmamış ve Doğan Holding de satıştan sonra sürekli olarak büyüme kaydetmiştir.

⁷⁶ “<https://www.doganholding.com.tr/yatirimci-iliskileri/ozel-durum-aciklamalari/dogrudan-veya-dolayli-bagli-ortakliklar-hisse-satisi-hk-hurriyet-dogan-gazetecilik/>”.

⁷⁷ “Aydın Doğan, Doğan Medya'ya veda etti”, *Hürriyet Gazetesi*, 06. 04. 2018,

⁷⁸ Eğin, O. “Aydın Doğan'ın Anlamak İstemediği”, *Akşam Gazetesi*, 01. 11. 2010,

Doğan Holding'in medya grubunu satmasının medya siyaset ilişkileri açısından kritik noktası ise grubu satın alan Demirören Medya olmasıdır. Demirören grubu iktidara yakınlığı ile bilinen bir grup olması bakımından medya siyaset ilişkilerinde yeni bir döneme girildiğini göstermektedir. Oray Eğin'in de belirttiği gibi Erdoğan'ın muhalif olarak konumlandığı DMG, bu etiketten kurtulmak adına yayın politikalarından taviz vermesine rağmen sonucu değiştirememiştir.

Belirtilmesi gereken bir diğer husus da 2010 yılında Doğan Medya'nın tüm iştirakleriyle birlikte satılacağı yönündeki haberlerde geçen satış değeri ile 2018 yılındaki değeri arasında ciddi bir farkın olmasıdır. Bloomberg'de yer alan haberde "RTL Group SA, KKR & Co. LP ve TPG Capital, Türkiye'nin en büyük medya grubu Doğan Yayın Holding A.Ş.'nin yaklaşık 2 milyar dolar değerindeki varlıklarıyla ilgilenen şirketler arasında yer aldığını söyledi." Görüldüğü üzere 2 milyar dolar civarında değeri olduğu öngörülen Doğan Yayın Holding'in geçen 8 yıl içerisinde ciddi bir değer kaybına (919 milyon dolar, %54) uğradığı anlaşılmaktadır. Fakat bu değer kaybında, medya sektöründe pazar payının genişlemesinden kaynaklanan daralma olduğu gözden kaçırılmamalıdır.

Çalışmada AK Parti iktidarı döneminde medyanın dönüşümünde kullanılan enstrümanlardan "Medya sahibi holdingleri, devletin denetim mekanizmalarını devreye sokarak (gerek medya kuruluşları üzerinden gerekse farklı alanlardaki faaliyetleri üzerinden) medya kuruluşlarını satışa zorlanması" kategorisi altında değerlendirilebilir. Aydın Doğan'ın her ne kadar "kendi rızamızla, hiç bir baskı altında kalmadan sizlerden ayrılıyorum" şeklinde bir beyanı olsa da süreçte yaşananların etkisinin olduğu açıktır. Vergi cezaları ve mali denetimler, bünyesindeki medya kuruluşlarını çıkar ilişkilerinde silah olarak kullandığı, terör propagandasından soruşturma açılması, hükümete yakın medya platformlarında sürekli olarak eleştirilmesi... gibi etkenler DMG'yi yıpratmış ve nihayetinde tasfiye sürecine taşımıştır. Doğan Medya grubunun medyadan çekilmesi süreci öncesi ve sonrasında medya siyaset ilişkilerinin tablosunu ortaya koymaktadır.

3.2.1.2. Doğuş Medya Grubu

Doğuş Holding; "Otomotiv inşaat, medya, yeme-içme, turizm & perakende, gayrimenkul ve enerji olmak üzere altı ana sektörde faaliyet göstermektedir. Ayrıca, bu sektörlerin yanı sıra teknoloji, spor ve eğlence alanındaki yeni yatırımlarıyla da büyümesini sürdürmektedir⁷⁹." Doğuş Grubu, 1950'li yıllarda devlet ihaleleri ile gelişen inşaat sektöründe yüklenicilik yaparak girmiştir. Daha sonra faaliyet alanlarının genişlemesi neticesinde 1970'li yıllarda holdingleşme sürecine gitmiştir. Medya sektörüne ise özel televizyonculuğun

⁷⁹ "<https://www.dogusgrubu.com.tr/tr/hakkimizda>".

yaygınlaşmaya başladığı 1993 yılında Kanal D'nin iştirakçisi olarak girmiş daha sonra hisselerini Doğan Medya Grubu'na devretmiştir. Grubun medya sektörüne esas girişi 1999 yılında Nergis Holding'den NTV'nin satın alınması yoluyla olmuştur. Doğu Grubu ilerleyene yıllarda diğer yatırım alanlarında olduğu gibi medya alanında da büyümeye gitmiştir. Günümüzde en büyük medya gruplarından biri olarak bilinen Doğu Grubu ayrıca medyanın birçok alanında faaliyet göstermektedir.

Gazeteler:

Doğu Medya Grubu, medyanın birçok sektöründe yatırım yapmasına rağmen bu alanda esas olarak faaliyet gösterdiği 1999 yılından beri gazetecilik alanında bir girişimde bulunmamıştır.

Televizyon Kanalları:

Tablo 3.5 Doğu Medya Grubuna Ait Televizyon Kanalları ⁸⁰

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
NTV	1999 yılında Nergis Holding'den satın alınmıştır.	Halen Doğu Medya Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
StarTV	2011 yılında Doğan Grubu'ndan satın alınmıştır.	Halen Doğu Medya Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Kral TV	15 Haziran 2008'de TMSF'den satın alınmıştır.	Halen Doğu Medya Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir. Kral TV çatısı altında birkaç TV kanalı kurulmuş zaman içerisinde tek kanala düşürülmüş ve nihayetinde TV yayınına son vermiştir. Günümüzde sadece dijital platform üzerinden Kral adı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
CNBC-e	<u>Doğu Yayın Grubu</u> ve <u>NBC Universal</u> ortaklığı altında 16 Ekim 2000'de kurulmuştur.	2015'te <u>Discovery Communications</u> 'a satıldı. Günümüzde aynı frekans üzerinden TLC olarak yayını sürdürmektedir.
NTV Spor	Doğu Medya Grubu bünyesinde 2008 yılında kurulmuştur.	2018'de <u>Discovery Communications</u> 'a satılmış, bu satış işleminden sonra NTV Spor kanalı kapanmıştır.
E2	Doğu Medya Grubu bünyesinde 2007 yılında kurulmuştur.	31 Ocak 2016 tarihinde yayın hayatına son verilmiştir.

⁸⁰“CNBC-e Resmen Discovery Medyaya satıldı” Hürriyet Gazetesi, 10. 09. 2015

<https://www.dogusgrubu.com.tr/tr/hakimizda>.

“NTV Spor satıldı, çalışanlar ne olacak?” *Patronlar Dünyası*, 26. 01. 2018,

Doğuş Medya Grubu'na ait televizyon kanalları tematik olarak değerlendirilebilir. Haber, ekonomi, spor, eğlence gibi farklı alanlarda yayın yapma amacı ile kurulan kanallar zamanla medyada yaşanan yapısal dönüşümler nedeniyle kapanmış ya da devredilmiştir. Bu dönüşümün en temel nedeninin medyada dijitalleşme sonucu ortaya çıkan yeni yapısal değişim olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin bir zamanlar eğlence temalı televizyon kanalları içinde önemli bir yer tutan ve Kral TV bu dönüşümden dolayı izlenme oranı düşmüş ve dijital yayına geçmiştir.

Radyolar:

Tablo 3.6 Doğuş Medya Grubuna Ait Radyo Kanalları⁸¹

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Capital Radyo	2007 yılında Kalafatoğlu Grubu'ndan satın alınmıştır.	2008 yılında Doğuş Grubu tarafından <u>Virgin Group</u> 'tan <u>Virgin Radio</u> isim hakkının satın alınmasıyla lisansı Virgin radyoya devredilmiştir.
Virgin Radio Türkiye,	2008 yılında Doğuş Medya Grubu, birçok farklı ülkede yayın yapan Virgin Grubu'na ait Virgin radyonun isim hakkını kiralayarak yayına başlamıştır.	2013 yılında Karnaval Medya Grup'a devredilmiştir.
Kral Fm	18 Haziran 2008'de TMSF'den satın alınmıştır. 21 Ekim 2008 Tüm hakları ile birlikte Doğuş Medya Grubu'na devredilmiştir.	Halen Doğuş Medya Grubu çatısı altında yayınlarını sürdürmektedir.
Kral Pop	18 Haziran 2008'de TMSF'den satın alınmıştır. 21 Ekim 2008 Tüm hakları ile birlikte Doğuş Medya Grubu'na devredilmiştir.	Halen Doğuş Medya Grubu çatısı altında yayınlarını sürdürmektedir.
NTV Radyo	13 Kasım 2000 tarihinde Doğuş Medya Grubu çatısı altında yayına başlamıştır.	Halen Doğuş Medya Grubu çatısı altında yayınlarını sürdürmektedir.
Radyo Eksen	2000 yılında Doğuş Medya Grubu çatısı altında yayına başlamıştır.	2016 yılında Pozitif Grup'a satılmıştır.

⁸¹ Kuyucu, 2012: 474-475

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Capital_Radio_\(T%C3%BCrkiye\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Capital_Radio_(T%C3%BCrkiye)).

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Virgin_Radio_\(T%C3%BCrkiye\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Virgin_Radio_(T%C3%BCrkiye)).

<https://www.dogusyayingrubu.com.tr/hakkimizda/markalarimiz/Radyo/ntv-radyo>.

Dijital Platformlar:

Tablo 3.7 Doğu Medya Grubu'na Ait Dijital Platformlar.

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Puhu TV	2016 yılında Doğu Dijital Hizmetler A.Ş. bünyesinde kurulmuştur.	Halen Doğu Medya Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
NTV, NTV Spor, Kral	Doğu Medya Grubu bünyesinde kurulmuştur.	Halen Doğu Medya Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.

Doğu Medya Grubu medyada dijitalleşmenin ortaya çıkardığı yeni düzene uyum sağlamak adına bünyesinde yer alan medya platformlarının dijital versiyonlarını kurmuştur. Bunlardan en dikkat çekici olan Puhu TV tamamen dijital dünyada yayın yapan bir platformdur.

Dergiler:

Gazete yayıncılığını tercih etmeyen Doğu Yayın Grubu dergi yayıncılığında yer almaktadır. Dergi yayıncılığında Doğan Medya Grubu gibi uluslararası ölçekte yayın yapan dergilerle ortaklık kurarak Türkiye'deki yayımlanan dergilerin temsilciliğini yürütmektedir. Bunlar arasında halen yayına devam eden "National Geographic, National Geographic Kids, Robb Report, Conde Nast Traveller, Glamour" dergileri yer almaktadır. Vogue ve GQ dergilerinin de yayıncılığını bir süre sürdürdükten sonra Turkuvaz Yayın Grubu'na devretmiştir. Bunun yanı sıra "F1 Racing, CNBC-e Dergi, Slam Dergi, Billboard, CNBC-e Business, NTV Tarih, Motor Boat&Yachting, Kral Magazin" dergilerini de bir süre yayıncılığını üstlenmiş daha sonra bu dergiler kapatılmıştır.

3.2.1.2.1. Doğu Medya Grubu ve AK Parti İlişkileri

Doğu Medya Grubu, 2002'den günümüze medyada yaşanan mülkiyet değişimlerine bakıldığında hala medya alanında faaliyet gösteren büyük ölçekli tek medya grubu olarak varlığını sürdürmektedir. Hatta bu süreç içerisinde medya alanında büyümeye gitmiş ve bünyesine farklı medya platformları eklenmiştir. Doğu Holding, medyanın yanı sıra bankacılık ve finans, inşaat, otomotiv, gayrimenkul, turizm, yeme-içme ve yeni yatımlar alanında faaliyet gösteren birçok şirketi bünyesinde barındırmaktadır⁸². Ayrıca medya dışındaki yatırımların birçoğu büyük ölçekli yatırımlardır. Grubun AK Parti ile ilişkileri göz önüne alındığında grubun ticari faaliyetlerinden bağımsız bir değerlendirme yapmak bu nedenle mümkün değildir. Doğu Medya Grubu, Ak Parti iktidarının ilk yıllarında dengeli bir yayın politikası sürdürmeye çalışmıştır. Star Grubunu satın alana kadar gazete yayıncılığı da

⁸² <https://www.dogusgrubu.com.tr/tr/sectorler>.

tercih edilmediği için medyada anaakım düzeyinde değerlendirilebilecek bir kuruluşa sahip değildir. Bu nedenle dengeli bir politika sürdürdüğü söylenebilir. 2011 yılında Türkiye'nin anaakım televizyonlarından olan Star TV'yi satın aldıktan sonra iktidar ile olan ilişkiler belirgin bir biçimde görünürlük kazanmıştır. Doğu Grubu ve AK Parti iktidarı arasındaki ilişki büyük ölçüde “kazan kazan” ilkesi çerçevesinde olduğunu söylemek doğru olacaktır. Medya dışında birçok sektörde yatırımı olan grubun hükümetle doğrudan muhatap olmak durumundadır. Bunun yanı sıra AK Parti'nin medya konusundaki tutumu da ortadadır. Özellikle 2007 seçimlerindeki başarı ve sonrasında inşa edilmeye çalışılan hegemonik yapıda medyaya biçilen role uyum sağlamamak risk almak anlamına gelmekteydi. Bu doğrultuda Doğu Medya Grubu medyada holdingleşmenin gazetecilik mesleğine olumsuz etkilerine verilebilecek bir örnektir. Chomsky'nin “iktidarla kapışmaya girmek pahalıya mal olan bir iştir, buna karşılık resmi söyleme katılmanın bir bedeli yoktur” olarak ifade ettiği medya düzeninin özeti niteliğindedir. Doğu Grubu 2019 yılında şirket borçlarının yüksek olmasından dolayı bankalarla anlaşarak borç yapılandırması yapmış fakat 2020 yılında patlak veren Covid-19 pandemisinin de etkisiyle ödeme planına sadık kalamamıştır. Bu sebeple tekrar yapılandırmaya giden Doğu Grubu günümüzde mali anlamda sıkıntılı bir sürecin içinden geçmektedir⁸³. Doğu Grubunun bu mali tablo içerisinde medya aracılığıyla hükümete muhalif bir politika izlemesi mümkün değildir.

3.2.1.3. Uzan Medya Grubu

Uzan Medya Grubu 2002 sonrasında değişen medya mülkiyetinde değişimin yaşandığı ilk medya gurubu olarak bilinmektedir. Ticaret hayatına sıfırdan başlayan Kemal Uzan 1956 yılında bir inşaat firması kurmuş kısa süre içinde devletten ihaleler almıştır. Türkiye'nin yanı sıra farklı ülkelerde de müteahhitlik yapan Kemal Uzan, 1965 yılında “Yeni İstanbul” gazetesini satın alarak medya dünyasına giriş yapmıştır. İlk dönem medya yatırımları arasında “Ses” ve “Hayat” dergileri de yer almıştır. Dergilerin yayınları bir süre sonra durdurulmuştur. 1981 yılında gazeteyi de satarak bir süre medya dünyasından çekilmiştir (Kuyucu, 2012: 431-432).

Uzan Medya Grubunuzun daha iyi anlaşılması için Uzan Grubu ve Uzan grubunun ilişkilerinin iyi incelenmesi gerekmektedir. Uzan Grubunun ortaya çıkışı, faaliyetleri ve tasfiyesine giden süreç iç içe geçmiş medya-sermaye-siyaset ilişkilerine ve bu ilişkilerin sonuçlarına verilebilecek iyi bir örnektir. Grubun kurucusu olan Kemal Uzan ticaret hayatına sıfırdan başlamış ve hızlı yükselmiştir. 1984 yılında İmar Bankası'nın Doğu Grubu'ndan

⁸³ “Doğu Holding, geçen yıl yapılandığı borcun geri ödemeleri için kredi arayışında”, İndependent Türkçe, 07. 10. 2020.

satın alınmasıyla bankacılık sektörüne de giriş yapan Uzan ailesi 1980’li yıllarda yükselişine devam etmiştir. Bu yükseliş Türkiye’nin neoliberalizmle tanıştığı yıllara denk düşmektedir. Bu tarihlerde şirketin ilerleyen yıllarda en tanınmış yüzü olacak Cem Uzan da iş dünyasında görünür hale gelmeye başlamıştır. Siyaset ile kurulan yakın ilişkilerin göstergelerinden biri de Türkiye’de kurulan ilk özel televizyon kanalının (Star 1) Cem Uzan ve dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal’ın oğlu Ahmet Özal ortaklığında kurulmasıdır. Kanalın kurulmasından önce de Ahmet Özal İmar Bankası’nda danışmanlık yapmaktadır. Türkiye’de özel televizyon kanalı kurma yasağının olmasında rağmen İnterstar yasal boşluklardan yararlanarak (yurtdışı uydular kullanılarak tamamen yabancı bir TV kanalı gibi) kurulmuştur. Bu yöntem Türkiye’de özel televizyonların kurulmasında bir yol açmış ve ardı sıra açılan özel televizyon kanallarının çokça rağbet görmesiyle 1994 yılında özel TV kanalının önündeki yasal engeller kaldırılmıştır. Bir nevi fiili durum yasallaştırılmıştır denilebilir. Siyasetle olan yakınlık Star 1’in ANAP’ın propaganda aracına dönmesine neden olmuş fakat 1991 yılında ANAP’ın muhalefete düşmesiyle birlikte Uzan Grubu daha önce de yakın ilişkileri olan ve dönemin Başbakanı olan Süleyman Demirel’e yaklaşmaya başlamıştır. Siyasette yaşanan eksen değişimi Özal ve Uzan ortaklığının da sonunu getirmiştir. İlk olarak televizyon binasındaki odası boşaltılan Ahmet Özal daha sonra binaya alınmamış ve devamında açılan davalar karşılıklı suçlamalarla devam etmiş ve Turgut Özal’ın vefatının ardından ortaklık karşılıklı anlaşma yoluyla sonlandırılmıştır. Mahkemelerin sürdüğü dönemlerde oluşan olumsuz atmosfer ile medyaya İmar Bankası’nın batacağı haberleri servis edilmiş ve o dönem yüksek faizlerle toplanan vadeli mevduatlar mudiler tarafından vade dolmadan çekilmiş ve Uzan Grubu bu durumdan maddi anlamda oldukça kârlı çıkmıştır. Vadeli hesaplardan panikle çekilen paralar sonucunda ciddi bir faiz yükünden kurtulmuş ve elde edilen gelirlerle de farklı alanlarda yatırımlarını sürdürmüşlerdir (Şener, 2004: 30-38).

1990’lı yıllarda enerji ve GSM alanında yapılan yatırımlar Uzan Grubunun büyümesinde önemli bir paya sahiptir. Yine bu dönemde Uzan Grubunun, S. Demirel ile ve dolayısıyla DYP ile kurulan ilişkiler neticesinde özelleştirmelerde ciddi bir biçimde yıldızı parlamıştır. Özelleştirilen çimento fabrikalarını rekabet yasasına takılmamak için kurulan paravan şirketlerle alan Uzan Grubu bu alanda neredeyse tekel konumuna erişmiştir. Enerji alanında da ÇEAŞ ve Kepez Elektrik’te de çeşitli yöntemlerle hisseler toplanarak söz sahibi olunmuştur. Bu şirketlerden elde edilen gelirlerle yasal olmamasına rağmen farklı alanlarda yatırımlar yapılmış ve çeşitli yöntemlerle şirket sürekli olarak zararda gösterilmiştir. Yapılan usulsüzlükler defalarca incelemeye alınmış ÇEAŞ sözleşmesinin iptali yönündeki kararı dönemin bakanı imzalamamıştır. Daha sonra sözleşmenin iptali için 88/13314 sayılı Bakanlar

Kurulu Kararname dönemin Cumhurbaşkanı S. Demirel tarafından geri iade edilmiştir ve ÇEAŞ ile ilgili iddiaların belgeleriyle gönderilmesini talep etmiştir. Kararnamenin ekinde Enerji Bakanlığı ve SPK'nın tespitleri yer almasına rağmen kararnamenin iade edilmesi veya Bakan'ın sözleşmeyi iptal kararını imzalamaması siyaset ve sermaye ilişkilerinin neden olabileceği olumsuzlukları gözler önüne sermektedir (Şener, 2004: 90-102).

ÇEAŞ ve Kepez Elektrikte yapılan usulsüzlüklerin birkaç boyutu bulunmaktadır. Bunlardan biri SPK inceleme yapacağı zaman verilerin saklanmasıdır. Bir diğeri ise şirketlere ait paranın düşük faizle İmar Bankası'nda tutulmasına karşılık bankadan şirketlere yüksek faizli krediler verilmesidir. Bunun gibi çeşitli yöntemlerle devlet ve şirket hissedarları gelir kaybına uğramış bu konuda birçok soruşturma açılmasına rağmen bir şekilde soruşturmanın sonu gelmemiştir.

Uzan Grubunun büyümesinde kayda değer bir paya sahip olan Telsim'de de sermaye siyaset ilişkilerinin rolü vardır. Örneğin 1993 yılında PTT ile iki ayrı konsorsiyum (Telsim ve Turkcell) imzalanan Gelir Paylaşımı sözleşmesine göre devlet abone sayısı 400 bine çıkana kadar yeni ihale açamayacaktır maddesi konulmuş fakat 1996 yılında 700 bini bulan abone sayısına rağmen çeşitli gerekçelerle yeni ihale açılmamıştır. 2000 yılında abone sayısı 14 milyon 970'e ulaşıncaya kadar da tekrar bir ihale yapılmamıştır. Telsim üzerinden Motorola ve Nokia'dan alınan kredilerin de kişisel hesaplara aktarılması ve borcun ödenmemesi gibi nedenlerle davalar açılmış ve Uzan Grubu bu davalar neticesinde haksız bulunmuştur. ABD'de açılan davada Uzan Grubunun Motorola ve Nokia'ya 4.2 milyar dolar para cezası ödemesine karar verilmiştir (Şener, 2004: 120-40). 2002 Temmuz ayında tamamlanan davada Motorola ve Nokia şirketleri Uzan Grubu'nu dava etmeden önce Türkiye'deki faaliyetlerini araştırmış ve yapılan usulsüzlükleri dava dosyasına ekletmiştir. Yani seçimlere giden süreçte ortaya çıkan iddialar, 2002 seçimleri sonrasında seçilecek hükümet için uğraşılması gereken dosyalar arasında yer almaktadır.

Uzan Grubu davaların sonuçlanma aşamasına gelindiğinde şirketin 46. yılı kutlamalarını organize etmiş ve bu kutlamalar kısa zaman içerisinde siyasi yöne evrilmeye başlamıştır. Bu tarz kutlamaların genellikle 5, 10, 15, 35 vs. tarihlerde yapılır, o nedenle 46. yıl kutlaması da bir anlamda düşündürücüdür. Bu kutlamalarda Cem Uzan kimliği ön plana çıkarılmış ve kutlamalarda sahnede yaptığı konuşmalarla dikkatleri üzerine çekmiştir. Konuşmalarında Türkiye'nin meselelerine değinen "özellikle toplumun hassasiyet gösterdiği konulara" değinmiştir. 2001 krizinde olumsuz tepkiler alan kurumlardan biri olan IMF'yi hedef gösteren açıklamalar yapan Cem Uzan dikkatleri üzerine çekmiştir. Bu kutlamaların ve dolayısıyla Cem Uzan'ın konuşmalarının Uzan Grubu'na ait televizyonlarda canlı

yayınlanması ve kendine ait medya platformlarında sıklıkla gündeme alınması siyasete girişin ön hazırlığı niteliğindedir (Şenel, 2019:52). Nitekim 10 Temmuz 2002 tarihinde “*Star, Show TV, NTV, TV 8, Kanal 6, Star 2, Haberturk, Number1, Skyturk, M-1, Best TV, Flash TV, Bursa AS TV, Ege TV, Tatlises TV, Adana Tempo TV, Trabzon Zigana TV*” kanallarında yayınlanan bir konuşmasında Genç Parti’yi kurduğunu açıklamıştır. Yeni bir parti olmasından dolayı il örgütleri yeterli bulunmayan Genç Parti seçimlere katılma hakkı elde etmek için Yeniden Doğuş Partisi ile birleşerek seçimlere girmeye hak kazandı. Seçim kampanyalarında elinde bulundurduğu medya şirketleri etkin bir propaganda aracı olarak kullanma, Telsim üzerinden abonelere kısa mesajlar gönderme gibi yöntemler uygulanmıştır. 3 Kasım 2002 seçimlerine Cem Uzan kısa zaman içerisinde kayda değer bir oy (%7.25) almasına rağmen seçim barajı engeline takıldığı için meclise girememiştir (Türk, 2007:5).

Seçim sonrasında Cem Uzan Uzan Grubu’na ait medya kuruluşlarını etkin bir biçimde kullanarak tek başına iktidar olan AK Parti’ye karşı sert bir muhalefet başlatmıştır. AK Parti hükümetinin elinde ise Uzan Grubunun üzerine gidecek yeterli malzeme bulunmaktadır. 13 Mayıs 2003 tarihinde ÇEAŞ ve Kepez’e el konularak Uzan Grubu’ndan alınmış, bu el koymayı diğerleri takip etmiştir. 13 Aralık 2003 tarihine gelindiğinde el konulan şirket sayısı 200 küsüre ulaşmıştır. Bu şirketlerin çoğu TMSF’nin kontrolüne geçmiştir. Bu dönemde farklı nedenlerle el konulan çeşitli şirketlere ait medya kuruluşları TMSF’nin kontrolüne geçmiş ve TMSF Türkiye’nin en büyük medya şirketlerinden biri haline gelmiştir (Adaklı, 2013: 562).

Gazeteler:

Tablo 3.8 Uzan Grubuna Ait Gazeteler (1979-2018) ⁸⁴

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Yeni İstanbul	1965 yılında <u>Habib Edip Törehan</u> ’dan satın alınmıştır.	1981 yılına Kemal Uzan tarafından satılmıştır.
Star Gazetesi	<u>Cem Uzan</u> ’ın sahibi olduğu Ulusal Basın Gazetecilik Matbaacılık ve Yayıncılık Sanayi A. Ş. bünyesinde 1999 yılında kurulmuştur.	2004 yılında TMSF tarafından el konulmuştur. İleriki tarihlerde birkaç defa el değiştirmiştir. 2019 yılından beri dijital olarak yayınlarına devam etmektedir.

⁸⁴ Bu tablonun hazırlanmasında kullanılan kaynaklar: (Kuyucu, 2013: 566) ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Star_\(gazete\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Star_(gazete))).

Kuyucu, 2012: 154.

Televizyon Kanalları

Tablo 3.9 Uzan Grubuna Ait Televizyon Kanalları (1989-2004)

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Star TV	1989 yılında Magic Box TV olarak kuruldu. Daha sonra sırasıyla Star 1, Star TV adlarını aldı.	2004 yılında TMSF tarafından el konulmuştur. 2005 yılında TMSF tarafından Doğan Medya Grubuna satılmış, 2011 yılında ise Doğan Medya Grubu tarafından Doğu Medya Grubuna satılmıştır. Halen Doğu Medya Grubu çatısı altında yayınlarını sürdürmektedir.
Teleon	1992 yılında Uzan Grubu tarafından kurulmuştur. 1994'de kapatılmış 1999 yılında tekrar yayına başlamıştır.	2002 yılında yayın hayatına son verilmiş yerine Star 2 getirilmiştir.
Kral TV	1994 Yılında Cem Uzan tarafından kurulmuştur. Türkiye'nin ilk video müzik kanalıdır. Bünyesinde Kral Pop, Kral Arabesk gibi müzik türlerine göre TV kanalları kurulmuş zaman içerisinde bunlar kapanmıştır.	2004 yılında TMSF tarafından el konulmuştur.
Kanal 6	1992 yılında Ahmet Özal tarafından kurulmuş, birkaç defa değiştirmiş ve 2001 yılında Uzan Grubu tarafından satın alınmıştır.	2003 yılında Hayyam Garipoğlu'na satılmıştır.

Uzan Grubu'na ait televizyon kanallarında zaman zaman aynı frekansı kullanarak birbirlerinin yerine yayınlar yapılmıştır. Örneğin yayın cezası alındığı zamanlarda ceza alan kanaldaki programlar diğer kanallarda yayınlanmıştır.

Radyolar:

Tablo 3.10 Uzan Grubuna Ait Radyo İstasyonları (1992-2004)⁸⁵

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Süper FM	1992 yılında Uzan Medya Grubu tarafından kurulmuştur.	2004 yılında TMSF tarafından el konulmuştur. Günümüzde Karnaval Medya Grup çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.

⁸⁵ Bu tablonun hazırlanmasında kullanılan Kaynaklar:

https://tr.wikipedia.org/wiki/Star_Medya_Grubu.

Joy FM	1993 yılında Uzan Meyda Grubu tarafından kurulmuştur.	2004 yılında TMSF tarafından el konulmuştur. Günümüzde Karnaval Medya Grup çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Kral FM	1993 yılında Uzan Medya Grubu tarafından kurulmuştur.	2004 yılında TMSF tarafından el konulmuştur. 2008 yılında Doğu Medya Grubu tarafından TMSF'den satın alınmıştır. Günümüzde Doğu Medya Grubu çatısı altında yayınlarını sürdürmektedir.
Metro FM	1993 yılında Uzan Medya Grubu tarafından kurulmuştur.	2004 yılında TMSF tarafından el konulmuştur.
Rock FM	1998 yılında Uzan Medya Grubu tarafından kurulmuştur.	2004 yılında TMSF tarafından el konulmuştur.
Radyo Alaturka	2002 yılında Uzan Medya Grubu tarafından kurulmuştur.	2004 yılında TMSF tarafından el konulmuştur.

Türkiye’de özel radyoların kuruluş öyküsü özel televizyon kanallarının kuruluşları ile aynı süreçlerden geçmiştir. Uzan Grubu Star Medya Grubu atında yukarıdaki tabloda yer alan radyo kanalları dışında Lokum FM, Radyo Blue, Ritmo Latino kanalları da kurulmuş bunlar zaman içerisinde kapatılmıştır.

Dergiler:

Uzan Medya Grubu bünyesinde yayımlanan dergiler Kral Magazin, Kral Müzik gibi dergiler faaliyet göstermiştir.

Medya Alanındaki Diğer Yatırımlar:

Ulusal Basın Gazetecilik (1999)

Birikim Gazetecilik ve Matbaacılık (1998)

Park Medya Filmcilik (1999)

Medya Park Yayıncılık (1995)

Medya Pazarlama (1999)

Ulusal Medya Haber Ajansı (Kuyucu, 2012: 440.)

Uzan Grubu medyanın her alanında yatırımlar yapmış ve bu yatırımların birçoğu grubun şirketlerine el konulan 2004 yılına kadar faal bir şekilde yayınlarını sürdürmüştür. Uzan Grubu aynı zamanda bankacılık, inşaat, telekomünikasyon, Finans vs. birçok alanda yatırımları olan ve bu sektörler altında çeşitli şirketleri olan bir gruptur. Bu yönüyle çapraz mülkiyet ilişkilerine verilebilecek en iyi örneklerden biridir. 2004 yılında kısa süre içerisinde bu şirketlerin tamamına el konulmuş ve grubun faaliyetleri böylece sonlanmıştır.

3.2.1.3.1. Uzan Medya Grubu-AK Parti, İlişkileri ve Grubun Tasfiyesi

2002 yılı seçimlerinde AK Parti'nin seçimlerde yarıştığı partilerden biri olan Genç Parti, Cem Uzan liderliğinde seçimlerde barajı geçemese de dikkate değer bir oy (% 7.25) almıştır. Seçimden sonra iktidara gelen AK Parti ile Cem Uzan arasında siyasi rekabetin yanı sıra Uzan Grubunun ÇEAŞ, Kepez, İmar Bankası gibi problemlili konular vardır. ÇEAŞ ve Kepez hakkında muhtelif zamanlarda SPK ve ilgili bakanlıklar tarafından birçok dosya hazırlanmış fakat bu konuda yapılacak işlemler hep bir yerde takılı kalmıştır. Bunun yanı sıra Motorola ve Nokia'nın açtığı davalarda ortaya konulan usulsüzlükleri içeren dosyalar da mevcuttur. Cem Uzan siyasete girdikten sonra Uzan Grubu'na ait medya kuruluşlarındaki haklarını Hakan Uzan ve Kemal Uzan'a devretmiş olsa da bu medya kuruluşları Genç Parti'nin medya organı gibi hareket etmeyi sürdürmüştür. 12 Mayıs 2003 tarihinde ÇEAŞ ve Kepez'e el konulduğu haberleri çıkmış ardından Bakanlar Kurulu kararıyla Haziran ayında imtiyaz sözleşmeleri sonlandırılmıştır. Dönemin Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in kararnameyi imzalaması ile el koyma süreci nihayete ermiştir. Bu karardan bir gün sonra Star Gazetesi'nde Recep Tayyip Erdoğan'a hitaben "Buna mı gücün yetiyor KALLEŞ" manşeti ile cevap verilmiş ve olayın nedeninin siyasi olduğu belirtilmiştir. ÇEAŞ ve Kepez'e el konulmasından sonra oluşan atmosferde Uzan Grubu'na İmar Bankası'ndan mevduat çıkışları olmuştur. 3 Temmuz 2003 tarihinde BDDK tarafından yerine getirilmesi gereken yükümlülüklerin vadesinde yerine getirilmemesi, alınması gereken tedbirlerin alınmaması nedeniyle 4389 sayılı Bankalar Kanunu çerçevesinde bankacılık yapma ve mevduat kabul edilme izni kaldırılmıştır. 5 Temmuz 2003 tarihinde ise İmar bankası TMSF'ye devredilmiştir. İmar Bankası'na el konulmasının ardından TMSF bankanın borçlarını da üstlenmiş fakat banka incelemeye alındığında kayıtların silinmesi Uzan Grubu'na ait Merkez Yatırım A. Ş. Tarafından İmar bankası için yapılan yazılım sayesinde bir dizi usulsüzlük tespit edilmiştir. İmar Bankasında bu yazılım sayesinde çifte kayıt sistemi kurulmuş BDDK'ya bildirilen mevduatın (750 trilyon) çok üzerinde mevduat (8.5 katrilyon) para toplandığı ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra banka tarafından yapılan yazışmalar, işlemlerin birçoğu sistemden silinmiştir. İmar Bankası'nda tespit edilen usulsüzlük üzerine Uzan ailesinin üyeleri ve Uzan Grubu'nda üstü düzey yönetici olarak çalışanların da mal varlıklarına tedbir konulmuştur (Şener, 164-242).

İmar Bankası mevduatların mudilere ödenmesi yükümlülüğü bankanın TMSF'ye devredilmesi sonucunda TMSF'ye geçmiştir. Fakat üstlenilen borcun mevduat hesaplarında gösterilenden çok fazla olması ve borçların ödenme yükümlülüğünün bulunmasından dolayı Uzan Grubu şirketlerinin tamamına el konulmuştur. "TMSF tarafından 219 şirketi barındıran

medya, GSM şirketi, çimento ve diğerleri olmak üzere 4 ayrı gruba 5'er kişilik 'kayyum' (belli bir malın yönetilmesi veya belli bir işin yapılması için görevlendirilen kişi) ataması yapıldığı kaydedildi.⁸⁶ El konulma sürecinin başından itibaren Uzan Grubu medya organlarında birçok yayın yapılmış ve bu yayınlarda sürecin siyasi nedenlerle olduğu vurgulanmıştır. Cem Uzan seçim sürecindeki sert üslubunu seçim sonrasında da sürdürmüştür. Özellikle gruba ait şirketlere el konulmaya başladığından bu söylemler daha da sertleşmiştir.

Uzan Grubu ve AK Parti ilişkileri siyasi açıdan incelendiğinde iki parti arasında rekabet olduğu açık olmakla birlikte alınan oylar arasında büyük fark olduğu da bilinmektedir. Hatta Genç Parti aldığı oy ile meclise giremediği gibi oyları bölmek suretiyle iki büyük partinin de (MHP, DYP) meclis dışında kalmasına neden olmuş ve %34'lük bir oy almasına rağmen seçim sistemi sayesinde AK Parti'nin tek başına iktidar olmasına yol açmıştır. Bu anlamda 2002 seçimlerinde Genç Parti'nin varlığı AK Parti açısından oldukça faydalı bir sonuç doğurduğu söylenebilir. Fakat üzerinde durulması gereken diğer husus ise Genç Parti'nin birkaç ay içerisinde %7.25 gibi ciddi bir oy oranına sahip olması gelecekteki seçimlerde onu AK Parti karşısında potansiyel bir rakip kılmıştır. AK Parti iktidara geldikten kısa bir süre sonra Uzan Grubunun ihtilafli meselelerinin üzerine gitmekten çekinmemiş ve Uzan Grubu da yapılan usulsüzlüklerle AK Parti iktidarına bu fırsatı vermiştir. Uzan Grubu'na ait İmar Bankası'nda yapılan incelemelerle başlayan süreç gruba ait tüm varlıkların TMSF'ye devri ile sonuçlanmıştır. Böylelikle hem bir siyasi rakip ortadan kaldırılmış hem de sermaye grupları üzerinde yeni bir düzenleme yapılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde de belirtildiği gibi Türkiye'de sermayenin ortaya çıkması, genişlemesi büyük oranda devlet sayesinde olagelmıştır. Cumhuriyet tarihinde ortaya çıkan büyük sermaye grupları incelendiğinde bu değerlendirme somutlaşmaktadır (Buğra ve Savaşkan, 2015: 24-35). Devletin sermaye sınıfı üzerinde belirleyici bir aktör olduğu savı kabul edildiğinde onu sadece ortaya çıkarırken değil ortadan kaldırırken de belirleyici olabileceğini kabul etmek gerekir. AK Parti, Uzan grubunun tasfiyesinde taviz vermeyen bir tutum sergilemiş ve devleti yönetmekten aldığı güç ile bunu gerçekleştirebilmiştir. Uzan Grubunun sermayesi büyürken önceki hükümetlerle olan ilişkileri nasıl belirleyici olmuşsa tasfiye sürecinde de bu ilişkinin niteliği aynı şekilde belirleyici olmuştur. Uzan Grubu'na ait medya kuruluşlarına da bu tasfiye sürecinde el konulmuş daha sonra TMSF tarafından satılmıştır. Bu anlamda Uzan Grubu'na ait medya kuruluşlarının tasfiyesinde, AK Parti iktidarı döneminde medyanın dönüşümünde kullandığı müdahale yöntemlerinden, "TMSF yoluyla medyanın farklı şirketlere satılması" olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

⁸⁶ "Uzan Grubuna el konuldu", *Hürriyet Gazetesi*, 14. 02. 2004,

3.2.1.4. Dinç Bilgin Grubu

Dinç Bilgin, dönemin medya patronları arasında gazetecilik kökenli bir aileden gelmesi bakımından farklı bir konuma sahiptir. 1895 yılında Selanik'te Asır ile gazetecilik serüvenine başlayan Bilgin ailesi Türk-Yunan nüfus mübadelesi sonucunda İzmir'e yerleşmiş ve gazeteyi burada Yeni Asır olarak çıkarmaya başlamışlardır. Dinç Bilgin eğitim hayatı boyunca ve sonrasında gazetede çalışmış ve ileride medya patronluğuna dönüşecek bu faaliyetlerin ilk adımlarını bu gazetede atmıştır. 1975 yılında babasının vefatının ardından gazetenin başına geçen Dinç Bilgin, bu dönemde Yeni Asır ve daha sonra ası Rapor olarak değiştirilen Demokrat isimli gazeteler ile basın camiasına önemli bir yere sahiptir. Bilgin başarıyı İstanbul'a taşıyarak pekiştirmek istemiş ve bunun sonucunda Rapor Gazetesini İstanbul'a taşımıştır. Yeni Asır gazetesi ile gazetecilik alanında tecrübesini ulusal düzeyde bir gazete kurarak pekiştirmek isteyen Bilgin, 1985 yılında Sabah Gazetesini kurmuş ve ilk sayısını 22 Nisan 1985 tarihinde çıkarmıştır. Haldun Simavi, Rahmi Turan, Zafer Mutlu gibi gazetecilik mesleğinde tecrübeli isimlerle yayın hayatına başlayan gazete kısa süre içerisinde basın piyasasının liderleri konumuna yükselmiştir. Turgut Özal döneminde değişen ekonomik ortamda büyüyen Bilgin Grubu ilerleyen yıllarda medya sektöründe baş aktörlerden biri haline gelmiştir. Bu büyümede neoliberal iktisadi örgütlenme ve medya siyaset ilişkilerinin değişen yapısının rolü olduğunu söylemek mümkündür (Kılıçatan, 2011: 126-129). Bu büyümedeki diğer faktör ise gazetenin yayın politikalarının yanı sıra değişen format anlayışı çerçevesinde "bol resim, büyük başlık, canlı görüntü, çarpıcı haberler, canlı bir görüntü, ortak kültür düzeyinde insanların ilgisini çekebilecek yazılar vs." özellikler de etki olmuştur (Topuz, 2015: 288). Turgut Özal döneminde büyüme gerçekleşmiş olmasına rağmen muhalif bir yayın politikası izlemiş ve gazetenin isim yapmasına bu tutumunun da etkisi olmuştur. 1989 yılında yayına başlayan Bugün gazetesi ve dergicilik alanında çeşitli dergiler yayınlanmaya başlamış ve bu genişlemenin neticesinde tüm medya yatırımları 16 Kasım 1989 yılında Medya Holding çatısı altında birleştirilmiştir. 90'lı yıllarda medya holdinglerinin yasal boşluktan yararlanarak özel televizyon kanalı kurması akımına Bilgin Grubu da dâhil olmuş ve 1993 yılında grubun bünyesinde ATV adlı televizyon kanalı kurulmuştur. 1990'lı yıllarda medya-siyaset-iktidar ilişkilerinin değiştirdiği medya atmosferi ve medya patronlarının farklı alanlarda yatırımlara yönelik ilgileri Bilgin Grubu'nda da kendini göstermiştir. Dinç Bilgin, 1998 tarihinde Cavit Çağlar ile birlikte Etibank'ı satın almış ve banka sahibi medya patronları arasına girmiştir. Bu girişimin birkaç yıl içerisinde aldığı seyir, Bilgin Grubu için sonun başlangıcı olmuş toplam otuz bir ay süren banka sahipliği yüz beş yıllık gazetecilik

deneyiminin sonunu getiren sebeplerden biri olmuştur⁸⁷. Etibank'a 27 Ekim 2000 tarihinde el konulmasının ardından Gruba ait diğer şirketler (çoğunluğu medya şirketleri) zaman içerisinde el değiştirmiş fakat Bilgin Grubu'na ait medya şirketlerinin satış ve el değiştirme süreci şirketlerin ortaklık yapısından ve diğer medya gruplarının ilgisinden dolayı karmaşık bir hal almıştır. ATV-Sabah grubu olarak bilinen medya grubuna iktidarın da ilgisi eklenince el değiştirme sürecindeki karmaşıklık daha da artmıştır. Etibank'a TMSF tarafından el konulmasının ardından kredibilitesi düşen Bilgin Grubu'na ait medya şirketleri Doğan Medya Grubu tarafından alınmak istenmiş fakat bu isteğin ardında bir rakibi piyasadan silme arzusu olduğu gerekçesiyle gerçekleşmemiştir. Sabah-ATV Grubu bir süre Dinç Bilgin tarafından Karamehmet Grubu'na devredilmiş fakat bu durum uzun sürmemiştir. 2003 yılında TMSF, borçlarına karşılık grubu 15 yıllığına Ciner Grubu'na kiralamıştır. 2007 yılında TMSF, Ciner Grubu ile Bilgin Grubu arasında önceden yapılan bir protokolün ortaya çıkması ile Sabah-ATV Grubuna tekrar el koymuş ve aynı yıl yapılan ihale ile Sabah-ATV Grubu hükümete yakınlığı ile bilinen Çalık Grubu'na geçmiştir (Kuyucu, 2012, 373-375).

Dinç Bilgin'in medyadan çekilmesi bu çalışma kapsamında incelenen dönemden önce gerçekleşmiş olmasına rağmen Sabah-ATV Grubunun AK Parti iktidarı dönemindeki önemine binaen çalışmaya dâhil edilmiştir. Sabah-ATV Grubunun iktidara yakın Çalık Grubuna geçişi Çalık Grubu başlığı altında değerlendirilecektir.

Gazeteler:

Tablo 3.11 Dinç Bilgin Grubuna Ait G (1975-2020)⁸⁸

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
------	-----------------	----------------

⁸⁷ "Ben Yeni Asır , Sabah ve ATV'nin kurucusu dededen babadan gazeteci Dinç Bilgin.. Size gösterdiğiniz güven ve destek nedeniyle minnet ve şükran hisleriyle veda ediyorum. Bildiğiniz gibi Etibank'ın fona devredilmesi kararından sonra ortaya çıkan tablo, beni hem bana ve aileme yakışmayacak, hem de halkın fazilet beklentilerini cevaplayacak şerefli ve örnek teşkil edecek bir çözüm bulma mecburiyeti ile karşı karşıya bırakmıştı. Bu öyle bir çözüm olmalıydı ki, hem ticari alanda uğradığım talihsizliğin bedeli devlete ve halka tek kuruluş olarak bile fatura edilmesin, hem de he biri kendi alanında lider olan kurumlarımın toplum katındaki güven ve itibarına en küçük zarar getirmesin. Böyle bir borcun yerine getirilmesi, en büyük fedakârlığı bana yükliyordu. Bu kararı hiç düşünmeden verdim. Medya alanındaki bütün şirketlerimin, Sabah dahil bütün gazetelerimi, ATV dahil bütün televizyonlarımın ve Aktüel dahil tüm dergilerimin yönetimimi Türkiye'nin en güçlü mali kuruluşlarının oluşturduğu bir konsorsiyuma bırakıyorum. Yeni Asır'ı, Sabah'ı ATV'yi ve öbür yayınları emin ellere teslim ettiğimi bilerek ceketimi alıp çıkıyorum." (<https://www.yenisafak.com/arsiv/2000/kasim/30/g3.html9>)

⁸⁸ Bu tablonun hazırlanmasında kullanılan Kaynaklar:

<https://www.tmgrup.com.tr/>

https://tr.wikipedia.org/wiki/Din%C3%A7_Bilgin

Yeni Asır	1895 yılında Bilgin ailesi tarafından Selanik'te kurulmuş, 1975 yılında Dinç Bilgin yönetimine geçmiştir.	2000 yılında TMSF tarafından el konuldu. Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Sabah	1985 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur.	2000 yılında TMSF tarafından el konuldu. 2007 yılından beri Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Bugün	1989 yılında Dinç Bilgin'in oğlu Önay Bilgin tarafından kuruldu.	2001 yılında yayımları sonlandırıldı.
Takvim	1994 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur.	2000 yılında TMSF tarafından el konuldu. 2007 yılından beri Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Fotomaç	1991 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur.	2000 yılında TMSF tarafından el konuldu. 2007 yılından beri Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.

Dinç Bilgin Grubu çatısı altında Ateş, Taraftar, Yeni Binyıl, Gün, Ekip gazeteleri de yayımlanmıştır. Bu gazetelerden Taraftar, Fotomaç gazetesi ile birleşmiş, diğerleri ise muhtelif zamanlarda kapanmıştır.

Televizyon Kanalları:

Tablo 3.12 Dinç Bilgin Grubuna Ait Televizyon Kanalları (1991-2020) ⁸⁹

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Show TV	1991 yılında <u>Erol Aksoy</u> , <u>Dinç Bilgin</u> , <u>Haldun</u> ve <u>Erol Simavi</u> tarafından kurulmuştur.	Medya patronlarının ortak girişimi sonucunda kurulan kanal zaman zaman sahipler arasında el değiştirmiş 1999 yılında Çukurova Grubu'na satılmıştır. 2013 yılında TMSF tarafından el konulan kanal kardeş kanalları olan Show Türk ve Show Max ile birlikte TMSF tarafından Ciner Grubu'na satılmıştır. Günümüzde Ciner Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
ATV	1993 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur.	ATV, 2007 yılında Çalık Grubu'na satılana kadar Çukurova Grubu, Dinç Bilgin Grubu, Ciner Grubunun kontrolüne geçmiştir. 2007 yılında TMSF tarafından el konuldu ve aynı yıl Çalık Grubu'na satıldı.. Günümüzde

⁸⁹ Bu tablonun hazırlanmasında kullanılan kaynaklar:

https://tr.wikipedia.org/wiki/Din%C3%A7_Bilgin

		Turkuvaz Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
--	--	---

Dinç Bilgin televizyonculuk alanında Satel TV (1192-1996), Kiss TV, ATV Avrupa gibi kanalları kurmuş bu kanallar zamanla el değiştirmiş ve kapanmıştır. Bilgin, bir dönem Kanal 6'ya da ortak olmuş ve daha sonra hisselerini devretmiştir. Dinç Bilgin'e ait medya organları incelendiğinde ortaklık yapısı, el değiştirme süreçlerinde karmaşık durumlar bulunmaktadır. Bunda 1990'lı yıllardaki ekonomik ve siyasi istikrarsızların önemli ölçüde etkili olduğu düşünülmektedir.

Radyolar:

Tablo 3.13: Dinç Bilgin Medya Grubuna Ait Radyo Kanalları⁹⁰

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Kiss Fm, Şık Fm, Radyo Sport, Romantik Radyo, Yeni Radyo,	1994'te <u>Ömer Karacan, Ali Karacan</u> ve <u>Dinç Bilgin</u> tarafından kurulmuştur.	2000 yılında Turgay Ciner, Mehmet Emin Karamehmet ve Murat Vargı'nın kurduğu MTM'ye satıldı.

Dergiler:

Dinç Bilgin'in sahibi olduğu ve Bir Numara Yayıncılık çatısı altında yayınlanan dergilerden bazıları: Aktüel, Cosmopolitan, Esquire, Fastbreak, Gezi, Gurme, Otohaber, Outdoor, Para, PC Magazin, Power, Sinema, Topsante dergileridir. Bu dergiler de 2000 yılında Ciner Karamehmet, ve Vargı ortaklığında kurulan MTM'ye devredilmiştir. Grubun MTM'ye devri Sabah-ATV Grubu'nu kurtarma operasyonu gibi düşünülebilir. Bunun nedenini Dinç Bilgin de daha sonra açıklamıştır.

3.2.1.4.1. Dinç Bilgin Grubu ve Ak Parti İlişkileri

Dinç Bilgin, Türkiye medya tarihinde Sabah-ATV grubu olarak bilinen medya grubunun kurucusu ve gazetecilik kökenli bir aileden geliyor olması bakımından Türkiye basın/medya tarihinde önemli bir yere sahiptir. Medyadan çekildiğinde 105 yıllık gazetecilik deneyiminin de sonu gelmiştir. Dinç Bilgin'in bankacılık sektörüne girişi her ne kadar onun başlangıcı olarak görülse de Türkiye'de o dönem özel bankacılığın yasal altyapısının yetersiz olmasından dolayı kolay yoldan zenginleşmenin bir yolu olması da bir etkidir. Dinç Bilgin de bu noktada hatasını kabul etmektedir. 2013 yılında T24 gazetesinden Fatih Vural'a verdiği röportajda Bilgin'in kullandığı ifadeler de bunu doğrulamaktadır.

“Etibank'ı almak ve gazete patronluğundaki özensizliğim. Kontrolü kaybetmemeliydim. Sonra tembelleştim, zenginleştim. İtiraf edeyim, çok çalışkan birisi de değildim. Dalgacılığı severdim. Sonra fazla dalgacılık yapmaya başladım. Yazı işleri toplantılarına daha az gider oldum. Yanlış ve ayıp yaptığımız zaman gazetede, fena halde müdahale edip hatayı bastırırdım en başta. Sonra bastırmamaya başladım. Özensiz davrandık, insanların hayatlarını zorlaştırdık, haksız yere haber yaptık⁹¹.”

Etibank'a el konulmasının ardından Dinç Bilgin tarafından Sabah-ATV Grubunun MTM'ye devrinin anlaşmalı bir devir olduğu 2007 yılında ortaya çıkmış ve TMSF gruba el koymuştur. 2000 yılındaki devirden sonra 2002 yılında Dinç Bilgin'in tekrar grubun başına geçmesi anlaşmalı bir devir olduğunun göstergesi olarak kabul edilmektedir. Aralarında nasıl bir uyumsuzluk yaşandığı sorusunun cevabı muğlak olmakla birlikte durumu ortaya çıkaran ve TMSF'nin gruba el koymasına zemin hazırlayan da Dinç Bilgin olmuştur (Şeker ve Uzun, 2018:119) . Sabah-ATV Grubunun 2007 yılında yapılan ihale sonucunda hükümete yakınlığı ile bilinen Çalık Grubu'na geçmesi bu anlamda düşündürücüdür. Bilindiği üzere 2007 yılı AK Parti iktidarı için kırılma noktalarından biridir. E-muhtıra ve kapatma davası gibi konular AK Parti'nin hareket alanının darlığını (Gramsciyen tabirle hegemonya mücadelesinde manevra savaşı) göstermiştir. Medyanın AK Parti'ye mevcut desteği parti tarafından yetersiz görülmüş ve medya alanında doğrudan destek verecek arayışlara girilmiştir. Dinç Bilgin'in Ciner ile yaptığı gizli anlaşmanın böyle bir dönemde ortaya çıkması bu nedenle tesadüfi değildir. Üstelik bu gizli anlaşmanın ortaya çıkmasını taraflardan birinin (Dinç Bilgin) sağlamış olması ayrıca düşündürücüdür⁹². AK Parti iktidarı döneminde medyanın dönüşümünde kullandığı müdahale yöntemlerinden, “TMSF yoluyla medyanın farklı şirketlere satılması” olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3.2.1.5. Çukurova Medya Grubu

Kendi “web” sayfalarındaki anlatımla,

1923 yılında, Tarsus'ta kurulan bir dokuma fabrikası ile ticari anlamda faaliyetlerine başlayan Çukurova, ilerleyen tarihlerde hızla büyüyerek endüstrinin birçok alanında faaliyetler yürüten bir şirketler grubu haline gelmiştir. Bu büyümenin neticesine faaliyet alanlarını genişleten grup zaman içerisinde “endüstri, bilgi ve iletişim teknolojileri, ticaret, hizmet, finansal hizmetler ve enerji” sektörlerinde de yatırımlar yaparak yatırım alanlarını çeşitlendirmiştir. Günümüzde ulusal ve küresel ölçekte yatırımlarını ve faaliyetlerini sürdürmektedir⁹³.

⁹¹ “Hepimizin Paşa'sı Vardı”, Türkiye Gazetesi, 08. 05. 2013

⁹² “Gizli Sözleşme Ortaya Çıktı”, Hürriyet Gazetesi, 01. 04. 2007.

⁹³ <http://www.cukurova.com.tr/tr/kisaca.html>. (erişim tarihi: 30. 07. 2021).

Çukurova Grubu aynı zamanda Türkiye Cumhuriyet'inin ulusal burjuvazi oluşturma politikalarının ilk örneklerinden biri olarak bilinmektedir. Esas itibarıyla bir aile şirketi olan Çukurova Grubu Mehmet Emin Karamehmet döneminde iş dünyasında önemli ölçüde büyüme kaydetmiştir. 2000 yılında Forbes dergisine göre Türkiye'nin en, dünyanın da 27. Büyük zengini olarak belirlenmiştir. Ancak 2001 yılında patlak veren bankacılık krizi ile devlet tarafından bu bankalarına el konulması ile bu konumunu yitirmiştir. Çukurova Grubunun özellikle 1990 yıllarda hızla büyümesinde teknoloji alanında yapılan yatırımların büyük etkisi olmuştur. O dönem Türkiye'nin iki GSM operatöründen biri olan Turkcell, dijital yayın platformu olan Digitürk ve internet sağlayıcısı Superonline grubun 1990'lı yıllarda büyümesinde önemli rol oynamıştır (Kaya, 2009: 269). Tabi bu noktada hatırlanması gereken en önemli husus da devletin uzun yıllar yeni GSM ihalesi yapmaması neticesinde sektörden ciddi anlamda pay almasıdır. 1990'lı yıllar büyüyen şirketlerin ilgisini çeken iki önemli yatırım alanı olan bankacılık ve medya sektörüne girme akımına Çukurova Grubu da katılmış ve özellikle medya alanında etkili yayın organlarına sahip olmuştur.

Gazeteler:

Tablo 3.14 Çukurova Grubuna Ait Gazeteler (1997-2013)⁹⁴

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Tercüman	1961 yılında <u>Kemal Ilıcak</u> , <u>Sadettin Çulcu</u> ve <u>Ünal Sakman</u> tarafından kurulmuştur. 1995 yılında kapanmış. 2003 tarihinde tekrara açılarak Çukurova Grubu'na satılmıştır.	Gazete 2010 yılında kapatılmıştır.
Akşam	1918 yılında Necmeddin Sadak tarafından kurulmuştur. 1992 yılına kadar birkaç defa el değiştirmiş ve 1997 yılında Çukurova grubu tarafından satın alınmıştır.	2013 yılında Çukurova Grubunun borçlarına karşılık TMSF tarafından bir süreliğine el konulan gazete daha sonra Çukurova grubu tarafından hükümete yakınlığı ile bilinen Ethem Sancak'ın Türk Medya Yayın grubuna satılmıştır.
Güneş	1982 yılında Ömer Çavuşoğlu tarafından kurulan gazete birkaç defa el değiştirmiş ve 1997 yılında Çukurova grubu tarafından satın alınmıştır.	2013 yılında Çukurova Grubunun borçlarına karşılık TMSF tarafından bir süreliğine el konulan gazete daha sonra Çukurova grubu tarafından hükümete yakınlığı ile bilinen Ethem Sancak'ın Türk Medya Yayın

⁹⁴ Bu tablonun oluşturulmasında kullanılan kaynaklar:

Kaya R., (2009). İktidar Yumağı, İmge Kitabevi. Ankara.

https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87ukurova_Holding#Gazete (erişim tarihi: 30. 07. 2021).

		grubuna satılmıştır.
--	--	----------------------

Çukurova grubu 1997 yılında medya sektöründe başladığı yatırımları 2013 yılında grubun borçlarına karşılık TMSF tarafından el konulması sürecinin sonrasında medya sektöründen çekilmiştir. Gruba ait gazeteler tekrar Çukurova Grubu'na geri geçmesine rağmen grup tarafından kısa sürede satılan gazetelerin hükümete yakınlığı ile bilinen Ethem Sancak tarafından satın alınması AK Parti'nin medyayı dönüştürme stratejisinin bir sonucu olarak görülmektedir. Gazetelerin TMSF'ye devrolduğu dönemde Akşam gazetesinin Genel Yayın Yönetmenliğine AK Parti eski milletvekili Mehmet Ocaktan'ın getirilmesi TMSF'nin medyanın dönüşümünde araç olarak kullanıldığının diğer bir kanıtı niteliğindedir⁹⁵.

Televizyon Kanalları:

Tablo 3.15 Çukurova Grubuna Ait Televizyon kanalları (1999-2013)⁹⁶

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Show TV, Show Türk, Show Max	1991 yılında <u>Diñç Bilgin</u> , Erol Aksoy, <u>Haldun Simavi</u> ve <u>Erol Simavi</u> tarafından kurulmuştur. 1999 yılında Çukurova Grubu tarafından satın alınmıştır	2013 yılında Çukurova Grubunun borçlarına karşılık TMSF tarafından el konulan Show Tv kardeş kanalları olan Show Türk, Show Max ile birlikte TMSF gözetiminde Ciner Grubu'na satıldı. Satış bedeli 402 milyon dolar olarak belirlenmiştir.
Sky Türk	2002 yılında Çukurova Grubu bünyesinde kurulmuştur.	2013 yılında Çukurova Grubunun borçlarına karşılık TMSF tarafından el konulan kanal Ethem Sancak'a ait Türk Medya'ya satılmıştır. 2013'den beri 360 adı altında yayınlarını sürdürmektedir.
Lig TV (Digitürk)	Mehmet Emin Karamehmet süper Lig'in yayın haklarını satın aldıktan sonra şifreli yayın yapma amacıyla 2001 yılına Şansal Büyüka ve ekibi tarafından Show TV binasında kurulmuştur. Kanal daha sonra Digitürk platformuna geçmiştir.	Digitürk'e 2013 yılında Çukurova Grubunun borçlarına karşılık TMSF tarafından el konulduğunda ağırlıklı olarak spor kanallarından oluşan bir kanallar grubu haline gelmiştir. 2015 yılında TMSF'nin gözetiminde Katarlı beIN Media Group'a satılmış, 2016 yılında satışı tamamlanmıştır.

Çukurova Grubu televizyon yayıncılığında uluslararası şirketlerle (Viacom) ortaklıklar kurarak Digitürk üzerinden MTV, Nick Jr. (Türkiye), Nickelodeon gibi TV kanallarının

⁹⁵ "Akşam'da Küçükkkaya gitti, Ocaktan geldi", *Hürriyet Gazetesi*, 24, 06. 2013,

⁹⁶ Bu tablonun oluşturulmasında kullanılan kaynaklar:

Kaya R., (2009). İktidar Yumağı, İmge Kitabevi. Ankara.

https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87ukurova_Holding#Televizyon (erişim tarihi: 30. 07. 2021).

Türkiye’de yayınlarını sürdürmüştür. Bu kanalların Çukurova Grubu’na ait hisseleri de Digitürk’ün satışına dâhildir. Digitürk bünyesinde ayrıca İZ TV’de bulunmaktadır.

Radyolar:

Tablo 3.16 Çukurova Grubuna Ait Radyolar (1997-2013)⁹⁷

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Alem Fm	1994 yılında Mehmet Ali Ilıcak tarafından kurulmuş, 1997 yılında Çukurova Grubu’na satılmıştır.	2013 yılında TMSF tarafından el konulmuş ve TMSF denetiminde aynı yıl Türk Medya’ya satılmıştır.
Lig Radyo	2005 yılında Çukurova Grubu bünyesinde kurulmuştur.	2013 yılında TMSF tarafından el konulmuş ve TMSF denetiminde aynı yıl Türk Medya’ya satılmıştır.

Dergiler:

Çukurova Grubu medya sektöründe olduğu dönemlerde medyanın diğer alanlarında olduğu gibi dergicilik alanında da faaliyetlerde bulunmuştur. Grup bünyesindeki dergiler; Alem, Stuff, Platin & Word Business, Fourfourtwo, Autocar, Total Film. Bu dergilerin bazıları grubun bünyesinde kurulmuş bazıları da uluslararası dergi yayıncılığı yapan medya şirketleri ile yapılan anlaşmalarla grup bünyesinde yayınlanmıştır. 2013 yılında grubun medya sektöründen çıkışı ile birlikte bu dergilerin yayın hakları da devredilmiştir.

3.2.1.5.1. Çukurova Grubu-AK Parti, İlişkileri ve Grubun Tasfiyesi

2000 yılında Forbes dergisinin yayınladığı en zenginler listesinde sekiz milyar dolarlık servetiyle Türkiye’nin en zengin iş insanı Çukurova Holding yönetim kurulu başkanı M. E. Karamehmet 2001 yılındaki bankacılık krizi ile düşüşe geçmiştir. 2000’li yıllarda iş dünyasındaki aktörlerin değişiminde bankacılık krizinin önemli bir etken olduğu daha önceki örnekler üzerinden de bilinmektedir. AK Parti iktidara geldiği 2002 yılında Çukurova Holding iş dünyasında gerileme yaşasa da medya sahipliğinde hala önemli aktörlerden biridir. Haziran 2002’de TMSF, Pamukbank’a el koymasıyla birlikte holding önünü alamayacağı problemlerle karşı karşıya kalmıştır.

Çukurova Holding, medyadaki yatırımlarının yanı sıra Turkcell, Superonline, Pamukbank, Yapı Kredi, İnterbank, Pegasus Hava Yolları, BMC gibi önemli şirketleri de 2002 sonrası yaşanan süreçte elden çıkarmak zorunda kalmıştır. Bu şirketlerden holdingin TMSF’ye olan borçları karşılığında el konulanlar, holdingin kendi sattıkları, TMSF

⁹⁷ Bu tablonun oluşturulmasında kullanılan kaynaklar:

https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87ukurova_Holding#Radyo. (erişim tarihi: 30. 07. 2021)

(Dursun, 2012: 7)

gözetiminde satılanlarla birlikte küçülme yıllar içerisinde sürmüştür. Çukurova Grubunun tasfiye süreci görece uzun sürmüştür denilebilir. 2001 krizinde bankalarına el koyma ile başlayan bu süreç 2013 yılında holdinge bağlı birçok şirketin elden çıkması önemli ölçüde sonlanmıştıdır denilebilir.

Çukurova Grubunun küçülmesi AK Parti iktidarı öncesinde başlamış ve AK Parti iktidarı döneminde devam etmiştir. Sürecin bu kadar uzamasındaki temel etkenin Çukurova Grubunun bünyesinde şirketlerin maddi değerinin yüksek olması ve bu şirketlerin ortaklık yapıları önemli bir etken olmuştur. Grubun yaşadığı zorluklar borsada işlem gören şirketlerin değerini de zaman içerisinde düşürmüş ve bu da sürecin yönetilmesini zorlaştıran etkenlerden biri olmuştur. Çukurova Grubu hakkında Capital dergisinde çıkan “Çukurova Grubu Nerede Hata Yaptı” başlıklı haberde grubun eski bir yöneticisinin de verdiği bilgilere göre⁹⁸;

“Çukurova Holding’in bünyesinde çok sayıda şirket var. Belli bazı alanlara odaklansaydı daha iyi olurdu. Şu ana dek bazı şirketleri bünyesinden çıkarması, bazı alanlardan çekilmesi iyi olurdu. Ana işlere yönelmesi daha sağlıklı olurdu.”

Çukurova Grubunun bu küçülme sürecinde stratejik hatalar yaptığı ve süreci iyi yönetemediği açıktır. 2001 bankacılık krizinde bankacılık sektöründe faaliyet yürüten birçok şirket zarar görmüştür. Fakat Türkiye’nin özel bankacılık sistemindeki sorunları sadece şirketlerin üzerine yıkmak da doğru değildir. Yasal altyapı tam oluşturulmadan Neoliberal iktisadi düzene hızlı geçiş yapılması şirketleri de uzun vadede zarara uğratmıştır. Bu durum, AK Parti iktidarı döneminde sermaye sınıfına yönelik yapılan düzenlemenin de zeminini oluşturmuştur. Çukurova Grubu şirketlerinin satışı sonrası oluşan tablo bu durumu daha iyi ortaya koymaktadır. Kısa sürede Türkiye’nin en büyük şirketlerinden biri haline gelen Çukurova Grubu aynı şekilde kısa sürede küçülme yaşamıştır.

Çukurova Grubunun medya alanındaki şirketlerden gazete ve radyoların yanı sıra SkyTürk TV kanalının AK Parti’ye yakınlığı ile bilinen Ethem Sancak’ın sahip olduğu Türk Medya’ya satılması mali ve yasal anlamda bir sorun teşkil etmemektedir. Ancak, Ethem Sancak’ın AK Parti iktidarı döneminde büyüyerek medya patronu olabilecek seviyeye gelmesi sermaye alanına müdahale yollarının da bir göstergesidir. Ethem Sancak Çukurova Grubu şirketlerinden BMC’yi de satın almıştır. BMC ihale yöntemiyle satılmış fakat ihaleye sadece Ethem Sancak girmiş ve BMC muhammen bedelin (985 milyon TL) altında (751 milyon TL) altında satılmıştır⁹⁹. Bu konu Türk Medya başlığı altında derinlemesine değerlendirilecektir.

⁹⁸ “Çukurova grubu nerede hata yaptı”, *Capital Dergi*”, 01. 09. 2002.

⁹⁹ “BMC yine yandaşa...Fiyat arttır' diye yalvardılar.” *Cumhuriyet gazetesi* 30. 04. 2014.

TMSF Çukurova Grubunun şirketlerinin bazılarının mülkiyetine değil yönetimine el koymuş ve el konulan şirketlerin satışını gruba bırakmıştır. Yönetimine el konulan medya şirketlerinin satışını Çukurova Grubu gerçekleştirdiği için bunlar ihale yapılmadan karşılıklı anlaşmalar yoluyla satılmıştır. Son olarak Digitürk'ün Katarlı beIN Media Grubu'na satılması medyadaki el değiştirmelerde medya mülkiyet ilişkilerinde son yıllarda yaşanan dönüşümün somut bir örneğidir. Digitürk'ün satış bedelinin açıklanmamış olması satış sürecinde yaşanan usulsüzlüklerden bir diğeridir¹⁰⁰. Digitürk gibi büyük bir platformun ihaleye açılması durumunda ortaya çıkabilecek istenmeyen medya sahipleri sorunu da böylece ortadan kaldırılmıştır. AK Parti iktidarı döneminde medyanın dönüşümünde kullandığı müdahale yöntemlerinden, “TMSF yoluyla medyanın farklı şirketlere satılması” olduğu sonucu Çukurova Medya Grubu için de geçerlidir.

3.2.1.6. İhlas Medya Grubu

Kendi “web” sayfalarındaki anlatımla¹⁰¹;

“...Türkiye Gazetesi ile atılan temeller üzerine, sonradan, pek çok farklı alanda faaliyet gösteren yeni şirketler eklendi. Bu şirketler 1993 yılında İhlas Holding çatısı altında toplandı.

Türkiye Gazetesi, İhlas Haber Ajansı (İHA), TGRT Haber, TGRT FM ve baskı merkezleriyle bugün Türkiye'nin en etkili medya gruplarından birinin sahibi olan İhlas Holding; inşaat, pazarlama, dayanıklı küçük ev aletleri üretimi, eğitim, sağlık ve ticaret gibi sektörlerde faaliyet gösteren şirketleri ile de ülkemizin önemli grupları arasında yer aldı.”

Enver Ören 1978 yılında FİEJ (Uluslararası Gazete Sahipleri Federasyonu) kongresine katılmak üzere gittiği Japonya'da “Asahi Shimbun” gazetesinin uyguladığı abonelik sistemini incelemiş ve bu sistemi Türkiye gazetesinde uygulamaya koymuştur. Bu uygulamanın kullandığı yerlerde yüksek tirajlara erişen Türkiye Gazetesi ilerleyen yıllarda bu sistem sayesinde dönemin en yüksek tirajlarına ulaşmıştır (Kuyucu, 2012: 391).

1993 yılında İhlas Haber Ajansı (İHA) kural Enver Ören aynı yıl TGRT isimli televizyon kanalını da kurarak medya sektöründeki yatırımlarını genişletmiştir. 1993 yılında İhlas Holding'i kurulmasıyla gruba bağlı şirketler tek çatı altında toplanmıştır. İhlas Holding medyanın dışında inşaat ve gayrimenkul, üretim, pazarlama, ticaret, sağlık ve eğitim¹⁰² alanında hizmet vermektedir.

¹⁰⁰ Sabuncu, M. Nereden baksan skandal, 14. 07. 2015, *Cumhuriyet Gazetesi*,

“Digitürk resmen satıldı”, *Sabah Gazetesi*, 03. 06. 2016,

“Digitürk kime satıldı” *Oda TV*, 03. 06. 2016,

¹⁰¹ “<https://www.ihlas.com.tr/hakkimizda>” (erişim tarihi: 02.08. 2021).

¹⁰² “<https://www.ihlas.com.tr/hakkimizda>” (erişim tarihi: 02.08. 2021)

1995 yılında medya sahiplerinin finans sektörüne girme akımına İhlas Holding de katılmış ve holding İhlas Finans kurulmuştur. 2001 bankacılık krizinde İhlas Finans BDDK'nın şartları yerine getiremediği gerekçesiyle lisansı iptal edilen İhlas Finans BDDK ile anlaşarak borç yapılandırılmasına gitmiş ve 2010 yılında tüm borçların ödendiğini duyurmuştur. Bu krizin sonucunda yapılanmaya giden İhlas Holding tarafından İhlas Yayın Holding kurulmuştur. 2004 yılında İHA ve TGRT yeniden birleştirilmiş ve TGRT Haber TV A.Ş. de aynı yıl kurulmuştur. 2006 yılında holding bünyesinde yer alan TGRT TV, ABD merkezli News Corporation'a satılmış ve bu tarihten günümüze FOX TV adıyla yayınlarına devam etmektedir (Kuyucu, 2012: 393-394).

Medya sektöründeki kuruluşlar: İhlas Holding bünyesinde medya kuruluşları sayıca az olmasından dolayı tek tabloda toplanmıştır.

Tablo 3.17 İhlas Holding Bünyesindeki Medya Kuruluşları (1970-2020)¹⁰³

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Türkiye Gazetesi	1970 yılında Enver Ören tarafından "Hakikat" adıyla yayımlanmaya başlamış, 1972 yılında "Türkiye Gazetesi" adını almıştır.	Halen Enver Ören'in kurmuş olduğu İhlas Yayın Holding bünyesinde yayınlanmaya devam etmektedir.
TRGT (televizyon kanalı)	1993 yılında Enver Ören tarafından kurulmuştur.	2006 yılında News Corporation'a satılmıştır. Günümüzde FOX TV olarak yayınlarını sürdürmektedir.
TGRT Haber (televizyon kanalı)	2004 yılında İhlas Medya Holding bünyesinde kurulmuştur.	İhlas Medya Holding bünyesinde yayınlarını sürdürmektedir.
TGRT Belgesel (TV kanalı)		İhlas Medya Holding bünyesinde yayınlarını sürdürmektedir.
TGRT FM (radyo kanalı)	1993 tarihinde Enver Ören tarafından kurulmuştur.	İhlas Medya Holding bünyesinde yayınlarını sürdürmektedir.
İHA (ihlas Haber Ajansı)	1993 yılında Enver Ören tarafından kurulmuştur.	İhlas Medya Holding bünyesinde faaliyetlerini sürdürmektedir.

İhlas Holding bünyesinde ayrıca Net Gazete (netgazete.com), Mavi Kadın (mavikadin.com) ve Yemek zevki (yemekzevki.com) dijital platformları yer almaktadır. Bunların yanı sıra İhlas Holding'e bağlı tüm medya kuruluşlarının web sayfaları bulunmaktadır.

¹⁰³ Bu tablonun hazırlanmasında kullanılan kaynaklar:

<https://www.ihlas.com.tr/> (erişim tarihi 02. 8. 2021).

İhlas Grubu Türkiye’de medya ile iş dünyasındaki faaliyetlerine başlamış olması bakımından nadir örneklerden birini teşkil etmektedir. Ayrıca İhlas Holding’in büyümesinde pazarlama sektörü ile medyanın bir arada yürütülmesi de bir etkidir.

İhlas Holding, 1980 yılı sonrasında benimsenen neoliberal iktisadi politikalar çerçevesinde yeni sağın güçlenmesi ile ortaya çıkan sermaye grupları sınıfında değerlendirilebilir. Grubun siyasi anlamda da İslami referanslı partilere yakın olduğu bilinmektedir. Ayrıca finans alanındaki faaliyetlerinde İhlas Finans, faizsiz kazanç sloganı farklı bir sistem kurmuşlardır.

3.2.1.6.1. İhlas Medya Grubu ve AK Parti İktidarı İlişkileri

2002 yılında AK Parti iktidara geldiğinde 2001 bankacılık krizinden kaynaklanan sorunlar en önemli meseleler arasında yer almaktaydı. Bankacılık sisteminden kaynaklanan sorunlar, ekonomik kriz ve 2001 yılındaki devalüasyon birçok şirketin zor durum düşmesine neden olmuştur. Bu şirketlerden biri olan İhlas Finans’ın faaliyetleri BDDK tarafından durdurulmuştur. İhlas Finans, faizsiz bankacılık sloganı ile faizin haram olduğu düşüncesiyle bu yönetime yönelen vatandaşlardan topladığı paraların bir kısmını geri ödemiş bir kısmı da hala ödenmeyi beklemektedir. İhlas Finans özel finans kuruluşu olduğu için Bankacılık Kanunu’na tabi olmadığı gerekçe gösterilerek mallarına el konulmamıştır. Daha sonra bankacılık kanununa tabi tutulması için girişimler başlatılsa da mağdurların lehine sonuçlanmamıştır. Ak Parti hükümetinin ilk döneminde ekonomiden sorumlu devlet bakanı Abdüllatif Şener 2019 yılında sözcüye verdiği röportaj durumu özetler niteliktedir.

“Özel finans kuruluşları, Bankacılık Kanunu'na tabi değilken, biz bunları banka yaptık. ‘Kamuoyunu aldatmaya gerek yok, bunlar da banka’ dedik. Katılım Bankası ismini koyduk. ‘Mevzuata tabi olmak zorundadır’ dedik. Paket, 2005 yılında Meclis'e sunuldu. Komisyonunda ilgili bakan olarak ben oturdum. TMSF Başkanı Ahmet Ertürk'le birlikte “Madem bu paketle özel finansı bu kanuna koyuyoruz, İhlas Finans da şirket gibi değil, fona devredelim” dedik. Ertürk bana “Şu anda yaptığımız hesaplamalara göre İhlas Finans'ın 800 milyon dolar varlığı var, alacaklıların 500 milyon dolar. TMSF'ye devredilirse ben garanti veriyorum, 3 ay içinde bütün alacaklıların parasını öderim” dedi. Devlet kesesinden, Hazine'den de bir kuruş ödenmeyecekti. Makul çözüm olarak gördük. İhlas Finans'a para verenlerin yarıdan fazlası kar payı istememiş, “Paramızı koruyun” diye yatırmış. Bir kısmı faiz haram diye gelmiş, kar payı bile istememiş. Böyle bir müşteri kitlesi var. Bu konuda önerge hazırlattım, komisyonunda milletvekillerine verdirerek eklettim. Genel Kurul'a gönderildi. Madde geçince televizyonlarda “İhlas Finans mağdurlarının parası ödenecek” diye haberler çıktı. Madde gece yarısı girdi. Hatta o gece Ali Babacan'a “Önerge geçene kadar bekle” dedim. Ertesi gün Başbakanlık'ta bir telaş. Komisyon Başkanvekili Halil Bey (Aydoğan) onunla konuşmuş. “Bunu nasıl yaparsınız” diye. Benimle müzakereye başladı. Ben de “Bunlar dini bütün insanlar, üstelik nema bile istemiyorlar. Hükümet olarak bunların parasını dağıtacağız” dedim. Başbakan farklı görüşte idi “Dokunmayın bu konuya” dedi.

Yurtdışı gezisine çıkacaktı bana “Bunların Ankara temsilcisini çağır, onlar ne istiyorsa onu yapın” dedi. O zaman temsilcileri Nuri Elibol ile yanıma geldi. Israrla “Dokunma” dediler. Komisyonunda koyduğumuz madde Meclis Genel Kurulu'nda çıktı. Ve o gün bugündür de İhlas Finans paraları ödenmiyor.”

2001 krizi sonrasında BDDK, yirmi üç banka ve finans kuruluşuna el koymuş bunların yirmi ikisi fona (TMSF) devredilmiş bir tek İhlas Finans fona devredilmemiştir. 2005 yılında fona devredilmesi için verilen önerge mecliste kabul edilmiş ancak daha sonra genel kurul görüşmelerinde ilgili madde kanun metninden çıkarılmıştır. İhlas Finans, mudilere alacaklarını kademeli olarak ödeyeceğini duyurmuş, bu borçların bir kısmı ödenmiştir. 222 bin civarında mudinin bir kısmının alacakları çeşitli yollarla ödenirken 68 bin kişinin 398 milyon dolarlık alacağı hala ödenmemiştir¹⁰⁴. Bu madde yasalaşmış olsaydı TMSF, el konulan diğer holdinglerde olduğu gibi İhlas Holding'in mallarına el koyabilecek ve alacaklıların parasını ödeyebilecekti. TMSF'nin el koyduğu diğer gruplar benzer nedenlerle tasfiye olurken veya küçülürken İhlas Holding hala faaliyetlerini yürütebilmektedir. Dönemin (2004-2010 yılları arasında) TMSF Başkanı olan Ahmet Ertürk, İhlas Finans konusunda dönem dönem rahatsız olduğunu dile getirmiş ve 2019 yılında İhlas Finans'ın durumunu “hortumlama” olarak nitelendirmiştir. Ertürk'ün gazeteye verdiği beyanatta “Maalesef İhlas Finans yüreğimin acıdığı, gerçekten düşünürken kendimi ağlamamak için zor tuttuğum bir yaradır. İhlas Finans diğer batık bankalardan farkı olmayan bir hortumlama operasyonudur. İhlas Finans mağdurları sahipsiz kalmıştır. Biz onlara sahip çıkmak için birkaç girişimde bulunduk ama başaramadık. Maalesef orada büyük hortumlamalar var” ifadeleri durumu ortaya koyar niteliktedir¹⁰⁵.

2019 yılında Cumhuriyet Halk Partisi tarafından İhlaszedelerin mağduriyetlerinin giderilmesi yeniden yasa teklifi verilmiş fakat AK Parti ve MHP oylarıyla bu yasa teklifi de reddedilmiştir¹⁰⁶. Bu noktada AK Parti hükümetinin diğer el konulan şirketlerde olduğu gibi kararlı olmadığı görülmektedir. Önergede kabul edilen madde genel kurulda yasalaşmış olsaydı TMSF, diğer şirketlerde olduğu gibi İhlas Grubunun mallarına el koyabilecekti. Kabul edilmemiş olmasının nedeni İhlas Grubu ile AK Parti arasındaki ilişkilerle ilgili olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum aynı zamanda AK Parti hükümetinin sermaye alanına müdahale ettiğinin göstergesi niteliğindedir.

3.2.1.7. Feza Yayıncılık ve Samanyolu Yayın Grubu

¹⁰⁴ “İhlaszedeler 15 yıldır bekliyor”, *Habererk*, 04. 01. 2021.

¹⁰⁵ “TMSF eski Başkanı Ertürk: İhlas'taki durum hortumlamadır!”, *Patronlar Dünyası*, 30. 01. 2019.

¹⁰⁶ “CHP'nin 'ihlaszede' kanun teklifi AKP ve MHP oylarıyla reddedildi” *T24*, 06. 02. 2019,

Feza Yayıncılık ve Samanyolu Medya Grubu ana akım medya organizasyonları arasında değerlendirilmemesine rağmen Türkiye’de medyanın dönüşümünde en agresif uygulamaya maruz kaldığı için çalışma kapsamında incelemeye alınmıştır. Gerek Feza Yayıncılık gerekse Samanyolu Yayın Grubu sahiplik yapıları bakımından gerçek kişiler üzerinde kurulan şirketler olsa da reelde Gülen cemaatinin yayın organları olduğu bilinmektedir. Gülen cemaati, ABD’nin çerçevesini belirlediği ve desteklediği “*ılımlı islam, yeşil kuşak*” projesinin temsilcisi olarak Türkiye’den dünyaya yayılmıştır. Gülen cemaatinin küresel güçlerden büyük destek alması ve özellikle 1980 sonrasında kontrol edilmesi güç bir yapıya dönüşmesinin arkasında bu desteğin etkisi büyüktür (Zileli, 2013:209). Gülen cemaati ve ona biçilen rol göz önüne alındığında medya sektöründe atılım yapmaması mümkün değildir. Bu doğrultuda daha önce dergiler yoluyla üyelerine ulaşan Gülen cemaati, 1987 yılında Zaman Gazetesini alarak basın alanına giriş yapmış daha sonra televizyon ve radyolar ile bu atılımını sürdürmüştür. Cemaate yakınlığı ile bilinen bu medya kuruluşları tamamen cemaatin hedefleri doğrultusunda yayınlarını sürdürmüştür.

AK Parti ve Gülen Cemaati arasındaki ilişkilerin seyrine göre cemaate yakın yayın organları pozisyon almıştır. 2007 yılında başlayan TSK’ya karşı başlatılan tasfiye sürecinde Gülen cemaatine yakın yayın organları aktif bir rol oynamıştır. 2007 yılında Cumhurbaşkanlığı seçimi ve e-muhtıra sonrasında ortaya çıkan tablo AK Parti ve cemaati birbirine yaklaştırmış ve bu birliktelik gelgitlerin yaşandığı bir sürecin ardından 2013 yılında tamamen kopmuştur. 2016 yılında ise cemaate yakınlığı ile bilinen Feza Yayıncılık ve Samanyolu Yayın Grubu çatısı altında faaliyet gösteren tüm basın yayın kuruluşlarının yayınlarına terör örgütü propagandası yaptığı gerekçesiyle son verilmiştir. Bunun yanı sıra yine cemaate yakınlığı ile bilinen şahıslara ait Kanaltürk, Bugün gazetesi, Taraf gazetesi de aynı şekilde kapatılmıştır. Cemaate yakın bu medya kuruluşlarının kapatılması sürecinde itirazlar olmasına rağmen hükümet bu konuda kesin bir tavır koymuştur. Ayrıca cemaat kendi kontrolü altındaki medyayı tamamen kendi ideoloji ve çıkarları doğrultusunda kullanması da itirazların cılız kalmasına neden olmuştur. Gülen cemaatine ait basın yayın kuruluşlarını Türkiye’de medyanın dönüşümü başlığı altında değerlendirmek mümkündür lakin bu kuruluşların kapatılmasını mülkiyet değişimi yoluyla piyasa dizaynı olarak görmek doğru bir yaklaşım değildir. Terör örgütü olarak (FETÖ) tanımlandıktan sonra bu faaliyetlerin sürdürülmesine izin verilmesi de zaten mümkün değildir.

3.2.2. Türkiye’de 2020 Yılında Medya Mülkiyeti

3.2.2.1. Demirören Medya Grubu

1956 yılında Oto Kolaylık şirketi ile ticari faaliyetlerine başlayan Demirören Grubu günümüzde birçok alanda yatırımları olan bir holdingdir. 1970’li yıllarda tüp gaz üretiminde farklı şirketlerle faaliyet alanını genişletmiştir. Demirören Grubunun 2000’li yıllarda büyümesi hızlanmış ve günümüzde Türkiye’nin en büyük holdinglerinden biri haline gelmiştir. Günümüzde medya, otopaz, enerji, madencilik, liman işletmeciliği, gayrimenkul, turizm gibi alanlarda faaliyetlerini sürdürmektedir¹⁰⁷. Demirören Holding 2000’li yıllarda en çok büyüme kaydeden gruplardan biridir. Bu büyümede medyada satın almalar yoluyla günümüzde Türkiye’nin en büyük medya grubu haline gelmiştir.

Gazeteler:

Tablo 3.18 Demirören Grubuna Ait Gazeteler (2000-2020)¹⁰⁸

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Milliyet Gazetesi	1926 yılında Mahmut Soydan tarafından kurulmuştur.	2011 yılında Demirören ve Karacan ortaklığında kurulan DK Gazetecilik’e satılmıştır. Bir süre sonra hisselerinin tamamını Demirören almıştır.
Vatan Gazetesi	2002 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2011 yılında Demirören ve Karacan ortaklığında kurulan DK Gazetecilik’e satılmıştır. 2018 yılında son baskısını yapmıştır.
Fanatik Gazetesi	1995 yılında kurulmuştur.	2018 yılın Demirören Medya Grubu, Doğan Medya Grubu’ndan satın aldı.
Hürriyet Gazetesi	1948 tarihinde <u>Sedat Simavi</u> tarafından kuruldu 1994 yılında Doğan Medya Grubu tarafından satın alındı.	2018 yılın Demirören Medya Grubu, Doğan Medya Grubu’ndan satın aldı.
Hürriyet Daily News	1961 yılında yayınlanmaya başlayan gazete 2000 yılında Hürriyet çatısı altına girmiştir.	2018 yılın Demirören Medya Grubu, Doğan Medya Grubu’ndan satın aldı
Posta Gazetesi	1995 yılında kurulmuştur.	2018 yılın Demirören Medya Grubu, Doğan Medya Grubu’ndan satın aldı

Demirören ailesi, 1979 yılında Aydın Doğan Milliyet gazetesini satın alırken %25 oranında ortaklıkla gazetecilik sektörüne ilk girişini yapmış fakat kısa zaman içerisinde ortaklıktan ayrılmıştır. 2011 yılında Vatan ve Milliyet gazetelerini Karacan ailesi ile ortak kurdukları şirket üzerinden satın alarak sektöre geri dönmüşlerdir. Fakat bu ortaklık da uzun

¹⁰⁷ <https://www.demiroren.com.tr/> (erişim tarihi: 05. 08. 2021).

¹⁰⁸ Bu tablonun hazırlanmasında kullanılan kaynaklar:

. <https://www.demiroren.com.tr/> (erişim tarihi: 07. 08. 2021).

sürmemiştir. Ortaklık sonucunda oluşan anlaşmazlıklar mahkemeye taşınmış mahkeme süreci devam ederken Karacan ve Demirören anlaşmaya giderek belirli bir meblağ karşılığında hisselerin tamamı Demirören Grubu'na geçmesinde mutabık olmuşlardır. 2007 yılında ATV-Sabah grubundan sonra Demirören Grubunun da medyaya girişi ile birlikte sektörün dengesi değişmeye başlamıştır. Demirören Holding, AK Parti iktidarı dönemde önemli ölçüde büyüme gösteren şirketler arasındadır.

Televizyon Kanalları:

Tablo 3.19 Demirören Grubuna Ait Televizyon Kanalları (2000-2020) ¹⁰⁹

Kanal D	1993 yılında Aydın Doğan ve Ayhan Şahenk tarafından kuruldu.1994'de Ayhan Şahenk'in hisseleri alındı.	2018 yılında Demirören Medya Grubuna satıldı.
Euro D	1996 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2018 yılında Demirören Medya Grubuna satıldı.
CNN Türk	1999 yılında Doğan Medya Grubu ve Time Warner'ın ortak girişimi ile kurulmuştur.	2018 yılında Demirören Medya Grubuna satıldı.
Dream TV, Dream, Türk,	2003 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2018 yılında Demirören Medya Grubuna satıldı. 2020 yılında kapandı.

Radyolar:

Tablo 3.20 Doğan Medya Grubuna Ait Radyo Kanalları (2002-2020)¹¹⁰

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Radyo D	1994 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı.
CNN Türk Radyo	2001 yılında Doğan Medya Grubu bünyesinde kuruldu.	2018 yılında Doğan Grubu tarafından Demirören Grubuna satıldı.

Dijital Platformlar:

Demirören Medya Grubu bünyesinde D- Smart dijital Platformunun yanı sıra çatısı altında faaliyet gösteren gazete ve televizyonların web versiyonları bulunmaktadır. Bunun yanı sıra “ *Mahmure, Skorerv Tv, Skorerv, Pemberv, Molatik, Medyanet, Uzmanpara,*

¹⁰⁹ <https://www.demiroren.com.tr/faaliyet-alanlari/medya/gorsel-ve-isitsel-medya/> (erişim tarihi: 07. 08. 2021).

¹¹⁰ <https://www.demiroren.com.tr/faaliyet-alanlari/medya/gorsel-ve-isitsel-medya/> (erişim tarihi: 07. 08. 2021).

Bigpara, Sporarena”Hürriyet gibi medya içeriği üreten Web tabanlı dijital platformlar da bulunmaktadır¹¹¹.

Medya Sektöründeki Diğer Yatırımlar:

DHA (Demirören Haber Ajansı) 2018 yılında Doğan Medya Grubu’ndan satın alınmıştır. Bu satın alma sürecinde Doğan Grubu’na ait baskı ve dağıtım şirketleri de Demirören Grubu’na devredilmiştir. Demirören Grubu, Doğan Medya Grubunun medya kuruluşlarını satın aldığı Türkiye’nin en büyük medya grubu haline gelmiştir.

3.2.2.1.1. Demirören Medya Grubu ve AK Parti İktidarı İlişkileri

Demirören Holding’in hızlı büyümesi Türkiye’nin iktisadi anlamda büyüme gösterdiği yıllara denk gelmesi tek başına bu hızlı büyümeyi açıklamak için yeterli değildir. Çalışmanın birinci bölümünde Türkiye Cumhuriyeti tarihinde sermaye sınıfının ortaya çıkışı ve büyümesinde devletin önemli bir faktör olduğuna değinilmiştir. Batı ülkelerindeki burjuva devrimi ile karşılaştırıldığında en önemli fark da burada ortaya çıkmaktadır. Şüphesiz ki bunun felsefi, tarihi, sosyolojik, ekonomik vs. birçok nedeni bulunmaktadır. Bu yapısal farktan dolayı Türkiye ve Batı ülkeleri arasında devlet ve sermaye alanı arasında güç dengesi farklıdır. Bu fark devletin dolayısıyla hükümetin sermaye alanına yön verebilecek gücü de elinde barındırdığının bir göstergesidir. AK Parti’nin 2007 yılında yaşanan siyasi krizler sonrasında oy oranını oldukça yükselmiş ve hegemonya mücadelesinde strateji değişimine gitmiştir. Bir siyasi partinin medya organı olamayacağından medya alanındaki hegemonya mücadelesine kendine yakın sermaye grupları aracılığıyla girişmiştir. AK Parti iktidarı döneminde faaliyet alanlarını genişleten Demirören Holding’in medya sektörüne girişi bu anlamda düşünüldüğünde daha net anlaşılmaktadır.

Doğan Medya Grubunun satışında devlet bankası olan Ziraat Bankası’na Demirören Grubu’na ati bir arazi ipotek gösterilmiş ve satın almada kullanılan paranın büyük bir bölümü bu ipotek karşılığında alınan kredi ile sağlanmıştır. Demirören Holding 2018 yılında Ziraat Bankası’ndan “300 milyon dolar ve 1 milyar 118 milyon” 2020 yılında geri ödemesi başlayacak şekilde kredi çekmiş fakat 2020 yılında geri ödemesi yapılmadığı için ipotek edilen arazi Ziraat Bankası’na devrolmuştur. Bu noktada temel sorunlardan biri de Çevre ve Şehircilik Bakanlığı 2018 yılında ipoteğe konu olan Kemer Country projesine imar izni vermiş ve arazinin değeri buna mukabil yükselmiştir. Arazinin Ziraat Bankası’na devri sonrasında çevre sakinleri ve İBB tarafından açılan dava neticesinde arazinin imar izni iptal edilmiş ve değeri tekrar düşmüştür. Ziraat Bankası’na yöneltilen “Demirören’in çektiği

¹¹¹ <https://www.demiroren.com.tr/faaliyet-alanlari/medya/dijital-medya/> (erişim tarihi: 07. 08. 2021)

krediyi geri ödeyip ödemediği” sorusu ise net bir yanıt bulunamamıştır. Ya da devredilen arazinin krediye karşılık ne kadar bir bedelle bankaya geçtiği soruları da net bir yanıt bulmamıştır. Türkiye medyasının ana omurgasını oluşturan Doğan Medya Grubunun satışı büyük oranda bir devlet bankasının sağladığı kredi imkanı sayesinde gerçekleşmiştir. Demirören Grubunun AK Parti iktidarı döneminde yükselişi ve bu yükseliş neticesinde Demirören Grubunun medya sektörüne yatırım yapması ekonomik manada bir yatırım tercihinin ötesindedir. AK Parti iktidarı döneminde önemli ölçüde büyüyen bir grubun yedi yıl içerisinde (2011-2018) medya yatırımlarını genişleterek Türkiye’nin en büyük medya grubu haline gelmesi sermaye-iktidar ilişkilerinin tecessümü niteliğindedir. Üstelik 2014 yılında Başbakan Erdoğan ve Erdoğan Demirören arasında geçen ve basına müdahale edildiğinin bir göstergesi olan ses kaydında Erdoğan Demirören, “nasıl girdim bu işe, kim için” ifadelerini kullanmasına rağmen Demirören Grubu medya yatırımlarını sürdürmüştür¹¹².

Demirören ve Ak Parti ilişkileri hegemonya ve tarihsel blok perspektifinden bakıldığında anlaşılır hale gelmektedir. Hegemonyanın tesisinde önemli uğraklardan biri olan medya, 2011 yılı sonrasında sistematik bir biçimde dönüştürülmüş ve iktidara yakın hale gelmiştir. Doğan Grubunun medyadan çekiliş süreci ve Demirören Grubunun medyada genişleme süreci ve bu tüm bu süreçlerde hükümetin oynadığı rol birlikte değerlendirildiğinde ortaya çıkan tablonun planlı programlı bir yapılanmanın sonucu olduğu anlaşılmaktadır.

Demirören Grubunun 2018 yılından beri Yönetim Kurulu Başkanı olan Yıldırım Demirören 27 Şubat 2012-1 Mart 2019 tarihleri arasında TFF Başkanlığı’nı yürütmüş kendisinden sonra ise yine hükümete yakın iş insanlarından olan Nihat Özdemir TFF Başkanlığı’na seçilmiş ve 2021 yılı itibariyle de görevine devam etmektedir. Yıldırım Demirören futbol maçları üzerinden oynanan bahis şirketi İddia’nın ihalesini aldıktan sonra TFF Başkanlığı’ndan istifa etmiştir¹¹³. AK Parti hegemonya mücadelesini bürokrasi, medya, sermaye vs.de olduğu gibi diğer alanlarda da sürdürmektedir. 2012 yılında Arap Baharı isyanı başladığında futbol taraftarlarının örgütlü mücadeledeki etkisi ve Türkiye’de 2013 yılındaki Gezi Parkı olayları futbolun bir spordan daha fazlası olduğunu gösteren olaylardan sadece iki örneğidir (Özçetin, 2015). TFF de bu anlamda önemli organizasyonlardan biri olarak önem arz etmektedir.

¹¹² “4 soruda Türkiye’nin en büyük medya grubu olan Demirören Holding”, *BBC*, 08. 06. 2018.

“Demirören'in Ziraat Bankası'na ipotek ettirdiği arazilerin imar planı iptal edildi”, *Evrensel*, 09. 06. 2021.

¹¹³ “10. 08. 2021) Demirören İddaa İhalesini Aldı, TFF Başkanlığı’ndan İstifa Etti”, *Bianet*, 28. 02. 2019.

Demirören Grubunun faaliyet gösterdiği alanlardan biri olan şans oyunları sektöründe İddia'dan sonra Milli Piyango ile devam etmiştir. Türkiye Varlık Fonu'na devredilen Milli Piyango ihalesini en uygun fiyatı veren Demirören Grubu ortaklığındaki Sisal Şans kazandı. Böylece yasal şans oyunlarında Türkiye'de tek yetkili Demirören Holding oldu. Çalışmanın birinci ve ikinci bölümünde AK Parti iktidarı döneminde 2003-2013 yılları arasında kamu ihale yasası 29 kez, yasanın kapsamında yer alan çeşitli maddelerde 100'den fazla ve istisnaları içeren maddelerin içeriği de birçok kez değiştirilmesi ile birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Demirören Holding ve AK Parti iktidarı arasındaki ilişkiler kazan kazan paradigması çerçevesinde yürümektedir. Farklı sektörlerde alınan ihaleler holdingin büyümesinde katalizör görevi görmüş ve bu büyümenin bir kısmını medyaya kanalize ederek AK Parti'ye yakın medyanın inşasında önemli rol oynamıştır. Demirören Grubunun medyaya girişinde yaşanan dönüşümde kullanılan enstrümanlar; “kamu ihaleleri yoluyla güçlenen şirketlerin medyada yatırım yapması neticesinde dönüşüm” ve devletin imkanlarını devreye alarak medya şirketlerine yapılan baskılar neticesinde yaşanan dönüşüm” olarak iki başlık altında da değerlendirilebilir. Demirören Grubunun AK Parti iktidarı döneminde büyümesi ilk kategori içinde değerlendirilebilirken grubun satın aldığı medya kuruluşlarının durumu da ikinci kategori altında değerlendirilebilir. İki kategorinin de Demirören Grubu için geçerli olması medyada yaşanan mülkiyet değişiminin altında yatan motivasyonu görmek adına iyi bir örnektir.

3.2.2.2. Doğu Medya Grubu

2002-2020 yılları arasında medyada yaşanan dönüşüm incelendiğinde anaakım medya sahipliğinin büyük ölçüde değiştiği görülmektedir. Doğu Medya Grubu büyük ölçekli medya grupları içerisinde bu değişimden etkilenmeyen tek medya grubudur. Hatta bu incelenen dönemde medya sektöründe genişleme kaydetmiştir. Doğu Medya Grubu'na ait mülkiyet değişimine 3.7.1.2. numaralı başlık altında ayrıntısı ile değinilmiştir.

3.2.2.3. Turkuvaz Yayın Grubu

Turkuvaz Yayın Grubu ve grubun bünyesindeki basın yayın kuruluşlarının mülkiyet değişim süreci, medya-siyaset-sermaye ilişkilerinin varabileceği noktayı görebilmek adına önemli bir örnektir. ATV-Sabah grubu olarak da bilinen medya grubuna TMSF'nin 2007 yılında el koymasıyla başlayan sürecin başında mülkiyet sahibi Ciner Grubu tarafından itiraz davaları açılmış fakat zaman içerisinde bu davalardan vazgeçilmiş ve TMSF ile anlaşmaya gidilmiştir. Sabah-ATV Grubu TMSF tarafından ihale usulü ile satışa çıkarıldığında Rekabet Kurumu'ndan alınan görüş doğrultusunda Doğan ve Çukurova gruplarının ihaleye katılamayacağı açıklanmıştır. Ayrıca TMSF ile borç ilişkisi olan ve geçmişte bankacılık

faaliyetlerinden dolayı bankalarına el konulan isimler de bu ihaleye katılamayacaktır. Bunun yanı sıra RTÜK lisansı almaya hakkı olmayanların da ihaleye giremeyeceklerdir. Sabah-ATV Grubunun satış bedeli 1.1 milyar dolar olarak belirlenmiş ve ihalenin 7 Kasım 2007 gerçekleştirileceği kararlaştırılmış olmasına rağmen TMSF katılımcılardan gelen talepleri gerekçe göstererek Aralık ayına ertelenmiştir. Kasım ayının sonunda ihaleye katılma ön yeterliliğini üç konsorsiyum (Marma, Turkuvaz ve NC Radyo Televizyon) elde edebilmiştir. Bunlardan ikisi (Marma ve NC Radyo Televizyon) daha sonra ihaleden çekilmiş ve Çalık Grubu, tek başına ihaleye katılarak belirlenen muhammen bedel üzerinden Sabah-ATV Grubunu satın almıştır. İhale öncesinde yabancı şirketler, Sabah-ATV Grubuna yönelik ilgileri olmasına rağmen ihale şartnamesinde yer alan %25 yabancı yatırım sınırı nedeniyle ön yeterlilik alamamışlardır. İhaleye tek şirket girdiği için rekabetin oluşmadığı yönündeki itirazlara rağmen (daha önce yapılan ihaleler örnek gösterilmiştir) TMSF satışı onaylamıştır (Kılıçatan, 2011: 192-194). Türkiye'nin en büyük medya gruplarından birini alan Çalık Grubu ihale bedeli olan 1.1 milyar doları devlet bankalarının açtığı kredilerle sağlamıştır. “Bu satışın 750 milyon dolarlık kısmının kamu bankaları olan Halkbank ve Vakıfbank'tan sağlanan kredilerle gerçekleştiği açıklanmıştır. Bu kredilerin hangi şartlarda geri ödeneceği ve ne kadarının ödendiği konusunda CHP İzmir Milletvekili Ahmet Ersin'in 2008'te Meclis'e verdiği soru önergesi istenen bilgilerin ‘ticari sır’ olduğu gerekçesiyle yanıtlanmamıştır (Sözeri, 2015: 12).” Türkiye'nin en büyük medya gruplarından biri devlet bankalarının sağladığı kredi imkânları ile hükümete yakın bir sermaye grubunun kontrolüne geçmiştir. Çalık Grubunun bu satın almadan önce ulusal çapta herhangi bir medya faaliyetinde bulunmamış olması satın almada dikkat çekici yönlerden biridir.

Gazeteler:

Tablo 3.21 Grubuna Ait Gazeteler (2007-2020)¹¹⁴

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Sabah	1985 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur.	2007 yılından beri Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Takvim	1994 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur.	2000 yılında TMSF tarafından el konuldu. 2007 yılından beri Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Fotomaç	1991 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur.	2000 yılında TMSF tarafından el konuldu. 2007 yılından beri Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.

¹¹⁴ Bu tablonun hazırlanmasında kullanılan kaynaklar:

<https://www.tmgrup.com.tr/> (erişim tarihi: 14. 08. 2021)

Yeni Asır	1895 yılında Bilgin ailesi tarafından Selanik'te kurulmuş, 1975 yılında Dinç Bilgin yönetimine geçmiştir.	2000 yılında TMSF tarafından el konuldu. Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Daily Sabah	2014 yılında Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında yayın hayatına başlamıştır.	Halen Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altında yayınlarını sürdürmektedir.

Televizyon Kanalları:

Tablo 3.22 Turkuvaz Yayın Grubuna Ait Televizyon Kanalları (2007-2020)¹¹⁵

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
ATV	1993 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur.	2007 yılında TMSF tarafından el konuldu ve aynı yıl Çalık Grubu'na satıldı. 2013 yılında Turkuvaz Yayın Grubu çatısı altına girdi. Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
A Haber	2011 yılında Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde kurulmuştur.	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
Minika Çocuk ve Minika Go	2011 yılında Minika olarak kurulmuş 2012 yılında iki kanala bölünmüştür.	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
A Spor	2014 yılında Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde kurulmuştur.	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
A2	2016 yılında Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde kurulmuştur.	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.

Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde ayrıca A News ve A Para kanalları da bulunmaktadır. Bu kanallar ATV çatısı altında kurulan tematik kanallardır.

Radyolar:

Tablo 3.23 Turkuvaz Yayın Grubuna Ait Radyolar (2007-2020)¹¹⁶

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Radyo Turkuvaz	2009 yılında Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde kurulmuştur.	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
Turkuvaz; Romantik, Müsiki, Efsane, Anadolu,	2016 yılında Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde kurulmuşlardır.	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
A Haber Radyo	2014 yılında Turkuvaz Yayın	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu

¹¹⁵ <https://www.tmgrup.com.tr/> (erişim tarihi: 14. 08. 2021)

¹¹⁶ Bu tablonun hazırlanmasında kullanılan kaynaklar:

<https://www.tmgrup.com.tr/> (erişim tarihi: 14. 08. 2021)

	Grubu bünyesinde kurulmuştur.	bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
A Spor Radyo	2016 yılında Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde kurulmuştur.	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
Soft Radyo	2016 yılında Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde kurulmuştur.	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.
Vav Radyo	2021 yılında Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde kurulmuştur.	Günümüzde Turkuvaz Yayın Grubu bünyesine faaliyetlerini sürdürmektedir.

Dergiler:

Turkuvaz Yayın Grubu bünyesinde uluslararası ve ulusal ölçekte dergiler yer almaktadır. Bunlar; “China Today, Esquire, Forbes Türkiye, GQ Türkiye, Harper's Bazaar, HomeArt, House Beautiful, İbusiness, Lacivert, Otohaber, Minika Çocuk, Minika Go, Muhit, Sabit fikir, Para, Sofra, Şamdan Plus, Vogue Türkiye”dir. Dergiler gazete ve televizyona türüne göre spesifik bir kitleye hitap etmektedir. Turkuvaz bünyesindeki bulunan dergiler çeşitli hedef kitlelere hitap edecek türleri içermektedir.

Turkuvaz Yayın Grubu incelendiğinde medyanın yazılı, görsel, işitsel ve dijital olmak üzere her alanında var olduğu görülmektedir. Gruba bağlı tüm medya organlarının dijital versiyonları olduğu gibi birçoğunun sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Ayrıca gruba bağlı gazetecilerin birçoğu da şahsi sosyal medya hesapları üzerinden açık bir şekilde AK Parti’ye destek verdiği bilinmektedir.

3.2.2.3.1. Turkuaz Medya Grubu ve AK Parti İlişkileri

AK Parti iktidarı döneminde medyada yaşanan dönüşümün içeriklere etkisinin en yoğun biçimde yaşandığı medya grubu Turkuvaz Yayın Grubu’dur. ATV-Sabah Grubu olarak da bilinen yayın grubunu Çalık Holding almadan önce görece dengeli bir çizgide yer almıştır ya da AK Parti iktidarına doğrudan destek veren bir yayın politikası anlayışına sahip olmamıştır. Bunun yanı sıra gerek televizyon gerekse gazeteleri ile Türkiye’de etkili olan ana akım medya gruplarından biridir.

AK Parti iktidarının paradigma değişimine gittiği 2007 yılı öncesinde medya kuruluşlarında el değiştirmeler olmuş fakat hükümet bunların ihalelerinde doğrudan müdahaleci bir tutumu olmamıştır. 2007 yılı şartlarında medya sahibi olmayı hedefleyen herhangi bir grubun (siyasi veya ticari) kısa vadede hedefine koyabileceği medya grubu ATV-Sabah grubudur denilebilir. Hem ciddi bir izleyici ve okur kitlesine sahiptir hem kurulu bir yapısı vardır hem de mülkiyet yapısının sorunlu olduğu bilinmektedir. Bunun yanı sıra medya piyasa yapısının oligopol piyasa olmasından dolayı piyasaya yeni girişler oldukça zor ve zahmetli olmaktadır. AK Parti hükümetinin 2007 sonrasında benimsediği politikalar

neticesinde medyaya karşı giriştiği dizayn politikasında kendisine yakın şirketler üzerinden yeni bir medya grubu oluşturulması da bu anlamda zor ve zahmetlidir. Ana akım olarak tabir edilen medya kuruluşlarına doğrudan nüfuz edebilmenin en kesin ve kestirme yolu bu medya kuruluşlarının sahiplik yapısından geçmektedir. Medyanın sahiplik yapısında 2000 sonrasında başlayan süreçte yaşanan el değiştirmeler nasıl bir yol izleneceği hususunda gerekli çerçeveyi sunmuştur.

Dinç Bilgin'in bankacılık faaliyetlerinden dolayı mal varlığına TMSF'nin el koymasından dolayı medya şirketlerini önce MTV grubuna sonra ise Ciner Grubuna devretmiştir. ATV-Sabah grubu, Ciner Grubu bünyesinde yer aldığı dönemde Merkez Medya olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Fakat grubun, Ciner'e satışının anlaşmalı bir satış olduğunu gösteren belgeler Turgay Ciner tarafından TMSF'ye sunulunca TMSF ATV-Sabah grubuna el koymuş ve 2007 yılında yapılan ihale ile grup, Çalık holding bünyesine geçmiştir (Uzun, 2017: 66).

Hükümete yakınlığı ile bilinen Ahmet Çalık'ın Sabah-ATV Grubu'nu satın almasından sonra grup çatısı altındaki medya organlarını Turkuaz Yayın Grubu adı altında toplamıştır. Çalık Grubu, 2013 yılında Turkuvaz Yayını Kalyon Holding'e satarak medya faaliyetlerine son vermiştir. Turkuvaz Yayın Grubunun günümüzdeki sahibi Kalyon Holding¹¹⁷, son yıllarda yüksek bedelli kamu ihalelerinin beş büyük yüklenicilerinden biridir. Kalyon Holding'in web sayfası incelendiğinde faaliyet alanları başlığının altında "*medya*" yer almamaktadır. Yine Turkuvaz Yayın Grubunun web sayfası incelendiğinde de benzer şekilde Kalyon Holding ile ilgili bir bilgi yer almamaktadır¹¹⁸. Çalık Grubunun Turkuvaz Yayın Grubu'nu satma sürecine ilişkin internette yayılan "tape"lerde satış işleminde hükümete yakınlığı ile bilinen şirketlerden para toplanarak bir havuz oluşturulduğu ve bu havuzda toplanan para ile satın almanın gerçekleştiği iddia edilmiştir (Sözeri, 2015: 12). Gerek Kalyon Holding'in web sayfasında gerekse Turkuvaz Yayın Grubunun web sayfasında birbirleri ile bağlantılı bir bilginin yer almaması sahiplik yapısında bir muğlaklık olduğunu düşündürmektedir. Bu durum ayrıca havuz iddialarını da doğrular niteliktedir. Bu durumu doğrulayan diğer bir konu da incelenen diğer medya gruplarında medya faaliyetleri

¹¹⁷ Kalyon Holding, İnşaat başta olmak üzere; enerji, yatırım-işletme, sanayi, gayrimenkul sektörlerinde faaliyetler yürütmektedir. İnşaat sektöründeki yatırımların bazıları şunlardır: İstanbul 3. Havalimanı, Kuzey Marmara Otoyolu, TANAP 4, 3. Havalimanı Metro Hatları, Marmaray, Başakşehir Stadyumu vs. Kalyon Holding enerji alanında beş HES projesi ve yenilenebilir enerji santrali projeleri bulunmaktadır. Faaliyet alanları incelendiğinde birçoğunun doğrudan devlet ile doğrudan bağlantılı iş alanları (kamu ihaleleri neticesinde yapılan) olduğu anlaşılmaktadır. <https://kalyonholding.com/Anasayfa> (Erişim tarihi: 13. 08. 2021)

¹¹⁸ <https://kalyonholding.com/>, <https://www.tmgrup.com.tr/>. (Erişim tarihi: 13. 08. 2021)

holdinglerin çatısı altındayken Turkuvaz Yayın Grubu'nda böyle bir durum söz konusu olmamıştır. Grubun web sayfasında Yönetim Kurulu Başkanı olarak Ömer Faruk Kalyoncu adı yer alırken Yönetim Kurulu Başkan Vekili olarak Serhat Albayrak adı yer almaktadır. Grubun adı çoğunlukla Serhat Albayrak ismi ile anılmaktadır. Bu durum Turkuvaz Yayın Grubunun yayın politikaları söz konusu olduğunda Kalyon Holding'den ziyade Serhat Albayrak isminin öne çıkmasından da anlaşılmaktadır. Serhat Albayrak ayrıca ATV-Sabah Grubunun 2007 yılındaki satışından beri başkan vekilliği görevini yürütmektedir. Grubun sahiplik yapısının değişmesine rağmen Serhat Albayrak'ın yöneticilik görevi değişmemiştir. Bir diğer dikkat çekici husus ise Çalık Holding'in Turkuvaz Yayın Grubu'nu neden sattığı sorusudur? Grubun TMSF tarafından satışa çıkarıldığı dönemde ihaleden çekilen diğer iki konsorsiyum, çekilme gerekçelerini bedelin yüksek olması olarak göstermiş olması bu sorunun bir cevabı niteliğindedir. ATV-Sabah Grubunun satışında ihale şartnamesi ile muhtemel rakipler azaltılırken fiyat da yüksek tutularak olası diğer rakipler elenmiştir. Dönemin TMSF Başkanı Ahmet Ertürk bir televizyon programında isim vermeden *“kamu malını yüksek fiyattan sattığım için cezalandırılıyorum”* diyerek bunu doğrulamıştır¹¹⁹. Çalık Holding, ATV-Sabah Grubu'nu devlet bankalarından sağlanan kredilerle satın alabilmiş fakat zamanla bu kredilerin geri ödeme sürecinde medyadan sağlanan gelir yeterli olmadığı için grubun tekrar satılması gündeme gelmiştir. Satışa konu olan ikinci el değiştirmede yayın politikalarından ziyade ekonomik nedenlerin olduğu düşünülmektedir. ATV- Sabah Grubunun yayın politikalarında, kadrosunda bir değişiklik söz konusu olmaması bu durumun kanıtı niteliğindedir. Satışın miktarı konusunda resmi olarak net bir bilgiye ulaşılamamış olup bazı web tabanlı haber platformlarında 600 milyon dolar ila 1 milyar dolar gibi rakamlar haberleştirilmiştir. Çalık Holding'in yayınladığı 2018 faaliyet raporunda ATV-Sabah Grubunu satın aldığı miktar (1.1 milyar dolar), tarih, ortaklık yapısı yazılmış; buna karşılık satışında satıldığı yıl belirtilmiş olmasına rağmen miktar bilgisi verilmemiştir¹²⁰. Turkuvaz Yayın Grubunun devlet bankalarından aldığı kredilerin ödeme planları konusunda bir bilgi olmamakla beraber grubun satış sürecinde bu kredi borçları ile birlikte satıldığı düşünülmektedir.

AK Parti hükümetinin yayın organı haline gelen Turkuvaz Yayın Grubunun mülkiyetinde yaşanan değişimde *“kamu ihaleleri yoluyla güçlenen şirketlerin medyada yatırım yapması neticesinde dönüşüm, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu aracılığıyla medya*

¹¹⁹ “Ertürk: Kamu malını yüksek fiyattan sattığım için cezalandırılıyorum” Hürriyet, 14. 11. 2008.

¹²⁰ “4 soruda Türkiye'nin en büyük medya grubu olan Demirören Holding”, BBC, 08. 06. 2018.

¹²⁰ 2018 Faaliyet Raporu (Çalık Holding, 2018, 25).

kuruluşlarının sahiplik yapılarındaki dönüşüm” olmak üzere her iki yöntemin de kullanıldığı anlaşılmaktadır. Turkuvaz Yayın Grubunu 2013 yılında satın alan Kalyon Holding ve satın alma sürecinde maddi destek sağlayan şirketler son yıllarda yüksek bütçeli kamu ihaleleri ile ön plana çıkmaktadır. Kamu ihale yasasının ve istisnaları içeren maddelerin 2003-2013 yılları arasında birçok kez değişmesi ve özellikle ihale yasasının 21. Maddesi¹²¹ kamu ihalelerine idarenin nüfuz edebilmesini kolaylaştırmıştır.

“Kanunda ifade edildiği gibi, yapım tekniği açısından özellik arz eden veya yapı veya can ve mal güvenliğinin sağlanması açısından ivedilikle yapılması gerekliliği şartlarının gerçekleşip gerçekleşmediğine dair teknik ve bilimsel gerekçeler olması, bu durumun da objektif kriterlere göre belirlenmesi halinde pazarlık usulü ile ihale yapılması uygun olacaktır. Aksi takdirde kolay yoldan ve sadece idarenin davet ettiği firmalarla ihale gerçekleştirilecek olup, bu uygulama ise suistimale açık olduğundan katılımcılık, şeffaflık, rekabet ve eşit muamele gibi ilkelerin ihlal edilmesiyle sonuçlanabilecektir (Yıldırım, 2018:737).”

Medyada mülkiyet değişimi bu nedenle bütüncül bir perspektifle incelenmesi gerekmektedir. ATV-Sabah Grubunun el değiştirme süreci; AK Parti, Kalyon Holding (Zirve Holding), Çalık Holding, TMSF, Kamu İhale Yasası ve devlet bankalarının kredi sağladığı kredi imkanları gibi çeşitli temalar üzerinden değerlendirildiğinde bu gereklilik anlaşılır hale gelmektedir.

ATV-Sabah Grubunun mülkiyetinde yaşanan dönüşüm bütüncül bir biçimde bakıldığında anlaşılabilir bir konudur. Hegemonya mücadelesinde manevra ve mevzi savaşı ve tarihsel blok oluşturma kavramı çerçevesinde olguya yaklaşıldığında bütüncül bir yapı ve organizasyon ortaya çıkmaktadır. 2007 yılında seçimleri öncesinde yaşananlar ve seçimlerden alınan yüksek oy AK Parti adına hegemonya mücadelesini hem daha zorunlu kılmış hem de paradigma değişiminde bir etken olmuştur. Cumhurbaşkanlığı makamının AK Partili kadrolara geçmesi ile birlikte bürokraside önemli konumlara atama gücünü de eline

¹²¹ “Doğal afetler, salgın hastalıklar, can veya mal kaybı tehlikesi gibi ani ve beklenmeyen veya yapım tekniği açısından özellik arz eden veya yapı veya can ve mal güvenliğinin sağlanması açısından ivedilikle yapılması gerekliliği idarece belirlenen hallerde veyahut idare tarafından önceden öngörülemeyen olayların ortaya çıkması üzerine ihalenin ivedi olarak yapılmasının zorunlu olması.”

“16/5/2018 tarihli ve 7144 sayılı Kanununun 11 inci maddesiyle bu bentte yer alan ‘beklenmeyen veya’ ibaresinden sonra gelmek üzere ‘yapım tekniği açısından özellik arz eden veya yapı veya can ve mal güvenliğinin sağlanması açısından ivedilikle yapılması gerekliliği idarece belirlenen hallerde veyahut’ ibaresi eklenmiştir”.

“(Değişik ikinci fıkra: 20/11/2008-5812/7 md.) (b), (c) ve (f) bentlerinde belirtilen hallerde ilan yapılması zorunlu değildir. İlan yapılmayan hallerde en az üç istekli davet edilerek, yeterlik belgelerini ve fiyat tekliflerini birlikte vermeleri istenir.”

(KAMU İHALE KANUNU. 22/1/2002. Resmi Gazete (Sayı : 24648). <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4734.pdf>. (erişim tarihi: 20. 08. 2021).

geçiren iktidarın hegemonya mücadelesinde mevzi kazanma kabiliyeti de böylece artmıştır. AK Parti adına kazanılan mevziler manevra savaşını kolaylaştırmış ve bu manevralar da daha fazla mevzinin kazanılmasına yol açmıştır. Medya bu mücadele alanının mevzilerinden sadece biridir. Eğitim, medya, din, kültür vb. kurumlar üzerinde hegemonik bir üstünlük sağlanması ve ilerleyen yıllardaki seçimlerde de benzer başarıların yakalanması ile AK Parti, zamana kendi ideolojisini verebilmiştir. Türkiye’de hâkim resmi ideoloji ve söylemin partinin ideolojik yapısına benzeyerek değişmesi “*tarihsel blok*” kavramı üzerinden yeniden düşünülmelidir.

3.2.2.4. Ciner Medya Grubu

Kendi Web sayfasındaki anlatımla;

“Temelleri 1978 yılında atılan Ciner Grubu; ana faaliyet konusu olarak madencilik, enerji, cam, kimyasallar, medya, denizcilik, turizm ve diğer ticari sektörlerde faaliyet gösteren Türkiye’nin büyük Gruplarından biridir. ... Ciner Grubu’nun tepe kuruluşu olarak çalışan Park Holding tüm şirketleri çatısı altında konumlandırmıştır... 2002 yılında medya sektörüne adım atan ve bu alanda da sürekli gelişen Grup, kısa bir süre içinde yapmış olduğu yatırımlar ve kurmuş olduğu şirketlerle sektörün en büyük gruplarından birisi olmuş ve modern bir yapıya kavuşmuştur. Ciner Grubu bugün itibari ile Ciner Enerji ve Madencilik Grubu, Ciner Cam ve Kimyasallar Grubu, Ciner Medya Grubu, Ciner Denizcilik Grubu adı altında 4 ana grup ve diğer çeşitli ticari şirketleri ile faaliyetlerini sürdürmektedir¹²².

Holding’in kurucusu ve başkanı olan Turgay Ciner medyaya 2000 yılında Dinç Bilgin’in sahibi olduğu Sabah gazetesine ortak olarak girmesiyle başlamıştır. Daha sonra Dinç Bilgin’in Etibank’ın batması sonucunda mallarına TMSF’nin el koymasıyla Bilgin Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdüren ATV-Sabah Grubu’nu önce kiraladı, 2005 yılında 10 yıl içinde eşit taksitlerle ödeme koşuluyla 435 milyon dolara satın aldı¹²³. Ciner, ATV-Sabah Grubunu kendi kurmuş olduğu Merkez Medya adlı şirket üzerinden satın aldı ve bu medya grubu Ciner Holding’in kontrolünde olduğu dönem Merkez Medya Grubu olarak faaliyetlerini sürdürdü. 2005 yılında TMSF’nin on yıl içinde ödeme şartıyla 435 milyon dolar değer biçtiği ATV-Sabah grubuna 2007 yılında 1.1 milyar değer biçmesi maliyetinin yüksek tutulduğunun bir göstergesidir. 1 Nisan 2007 tarihinde TMSF, Ciner ve Bilgin grupları arasında imzalanan gizli protokolün ortaya çıkması ile ATV-Sabah grubuna el koydu. TMSF tarafından yapılan açıklama;

"Bu hukuki durum karşısında, Dinç Bilgin’in Merkez grubu da dâhil olmak üzere yukarıda zikredilen protokollere konu mal, hak ve varlıklardan oluşan tüm Medya sektöründe Turgay Ciner ile ortak

¹²² <http://www.parkholding.com/park-holding>, <https://www.cinergroup.com.tr/hakkimizda> (erişim tarihi: 21. 08. 2021)

¹²³ <https://www.cinergroup.com.tr/haberler/haber/1272891-ciner-atv-ve-sabahi-aldi> (erişim tarihi: 21. 08. 2021).

olduğu, 1 Ekim 2002 tarihli ilk lisans sözleşmelerinden itibaren başlayan bu sürecin tamamında ortak hareket ettikleri, hileye dayalı ve muvazaalı işlemlerle Fon’u yanılttıkları belgelenmiştir. Bu nedenle, 5411 sayılı Bankacılık Kanununun ilgili hükümleri gereğince Medya Grubu (Dinç Bilgin Grubu) ve Merkez Grubu şirketlerinin temettü hariç ortaklık hakları ile yönetim ve denetimleri fon tarafından devralınmıştır”¹²⁴.

Taraflar arasındaki gizli sözleşmeyi Dinç Bilgin’in TMSF’ye verdiği daha sonradan ortaya çıkmıştır. ATV-Sabah (Merkez Medya) grubuna el konulmasına neden olan gizli protokol ve sözleşme aşağıdaki şekildedir¹²⁵.

¹²⁴ “TMSF ATV ve Sabah’a El Koydu”, Sabah Gazetesi, 02. 04. 2007.

¹²⁵ <https://www.dunyabulteni.net/arsiv/tmsfyi-harekete-geciren-protokol-h11077.html> (erişim tarihi: 22. 08. 2021).

Görsel 3.1 Turgay Ciner ve Dinç Bilgin arasında imzalanan gizli protokol.

PROTOKOL

"Park Şirketler Grubu" başkanı TURGAY CİNER ile "Sabah ve ATV Grubu" başkanı DİNÇ BİLGİN Ekim 2000 tarihinden bu yana yasal olarak kesintisiz, yönetim olarak kesintili devam eden her türlü basın - yayın ve iletişim alanındaki ortaklıklarının bir anlamda anayasası olacak bu metni imzalayarak ortaklık ve yönetim biçimini kağıt üzerine dökmüşlerdir.

TURGAY CİNER ile DİNÇ BİLGİN;

- 1- DİNÇ BİLGİN'in halen sahibi veya ortak olduğu bütün şirketlerde,
- 2- DİNÇ BİLGİN'in üçüncü şahıslar üzerinden bile olsa kontrol ettiği bütün şirketlerde,
- 3- TURGAY CİNER'in ve üçüncü şahıslar üzerinden bile olsa kontrol ettiği hisseler ile DİNÇ BİLGİN'in ortaklık oranları ne olursa olsun birlikte pay sahibi olduğu bütün şirketlerde,
- 4- Bundan sonra basın-yayın ve TV-radyo gibi her türlü yazılı ve görsel medyada birlikte kuracakları şirketlerde,
- 5- TURGAY CİNER'in tek başına ve üçüncü şahıslar üzerinden bile olsa delaylı olarak veya başkaları ile önceden kurduğu basın - yayın ve TV - radyo gibi her türlü iletişim ve buna bağlı hizmet, destek ve üretim şirketlerinde,

şu temel esaslarda hareket edeceklerdir.

- a- TURGAY CİNER ile DİNÇ BİLGİN ortaklığının temeli eşit hisse eşit yönetim prensibine dayalıdır.
- b- TURGAY CİNER ile DİNÇ BİLGİN'in bu prensiple oluşturdukları şirketin, üçüncü şahıslarla veya şirketlerle yaptıkları ortaklık veya anlaşmalarda da aynı prensip geçerlidir.
- c- TURGAY CİNER ile DİNÇ BİLGİN ister ortak oldukları şirketler, ister kontrol ettikleri, isterse azınlık ortak olarak katıldıkları üçüncü şirketlerin halka açılması durumunda da dışarıdan hisse senedi toplamaları halinde bile birbirlerine karşı yönetim üstünlüğü sağlama çabasında bulunmayacaklardır.
- d- TURGAY CİNER ile DİNÇ BİLGİN bu prensipler doğrultusunda mevcut basın ve TV - dergi ve iletişim şirketlerinin yapılandırılması için girişimlere imkan sağlayacaklardır.
- e- TURGAY CİNER ve DİNÇ BİLGİN birbirlerinden bağımsız olarak ve birbirlerinin yazılı rızası olmaksızın basın - yayın, TV - iletişim ve bunların yan kollarında faaliyet göstermelerini sağlayacak şirketler kurmayacaklar ve kurulmuş olanlara da ortak olmayacaklardır. 12.06.2002

TURGAY CİNER

DİNÇ BİLGİN

Görsel 3.2 Turgay Ciner ve Dinç Bilgin arasında imzalanan gizli sözleşme.

SÖZLEŞME

konusu şirketlerin %50 oranında sahibi Turgay Ciner gurubu, %50 oranında sahibi Dinç Bilgin gurubudur. Dinç Bilgin hakkındaki ihtiyati tedbir kararı ve benzer idari ve yargısal engeller kalktığı takdirde ve/veya Dinç Bilgin'in talebiyle söz konusu şirketlerdeki %50 oranındaki hisseler Turgay Ciner tarafından Dinç Bilgin'e ve/veya Önay Şevket Bilgin'e veya mutabakatın temin edileceği 3 ncü şahıslara devredilecek veya devredilmeleri sağlanacaktır. Bu anlamda işbu sözleşme inanç sözleşmesi hükümlerini haizdir.

3. Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu ve Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu tarafından talep edilmesi ve bu konuda karşılıklı mutabakata varılması halinde Merkez Şirketleri'ni temsil eden hisse senetlerinin tamamının veya bir kısmının Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'na rehin verilmesi halinde de 2 nci maddede belirtilen ortaklık ve yönetim yapısı geçerliliğini sürdürecektir ve söz konusu rehinin fakkini müteakip Dinç Bilgin'in talebi halinde %50 oranındaki hissesi kendisine veya Önay Şevket Bilgin'e devir ve teslim edilecektir.
4. Merkez Şirketleri'ndeki hisselerin üçüncü kişilere devri, intifa hakkı tesisi edilmesi veya yeni ortak alınması Dinç Bilgin ve Turgay Ciner'in birlikte yazılı mutabakatları ile mümkündür.
5. 2 nci maddedeki temel ilke Merkez Şirketleri'nin yönetim kurullarının topluluğu temsil ve ilzami, personel, yayın ve ticari politikalarının tayin ve tesbiti, sermaye artırımlarına karar verilmesi hallerinde de korunacak ve gerek Dinç Bilgin ve gerekse Turgay Ciner, Merkez Şirketleri'nin mülkiyet, yönetim ve idaresinde kendilerini temsil eden gerçek ve tüzel kişilerin de bu temel ilkelere uygun hareket etmelerini sağlayacak olup işbu taahhüt Borçlar Kanunu maddede 110 hükmündedir 08.08.2002.

DİNÇ BİLGİN



TURGAY ÇİNER



Bu gizli sözleşmenin Dinç Bilgin tarafından ortaya çıkarılmasının neden olduğu gelişmeler Türkiye medya tarihi bakımından önemlidir. Bu gizli sözleşme ve protokolün taraflarından biri olan Dinç Bilgin'in tarafından ortaya çıkarılması neticesinde TMSF, ATV-

Sabah Grubuna el koymuş ve böylece grup AK Parti'ye yakınlığı ile bilinen şirketlerin kontrolüne geçebilmiştir. Ciner grubu ATV-Sabah grubuna el konulmasının ardından bir süre medyadan çekilmek durumunda kalmış ancak kısa süre içerisinde tekrar medyaya giriş yapmıştır. Ciner Medya Grubunun medya faaliyetleri:

Gazeteler:

Tablo 3.24 Ciner Yayın grubuna ait gazeteler¹²⁶

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Sabah	1985 yılında Dinç Bilgin tarafından kurulmuştur.	2002-2007 yılları arasında Ciner Grubu çatısı altında faaliyetlerini yürüten gazeteye 2007 yılında TMSF el koymuştur.
Habertürk	2009 yılında Ciner Yayın Grubu bünyesinde yayı hayatına başladı.	Halen Ciner Yayın Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.

Günümüzde grubun bünyesinde sadece Habertürk gazetesi yer almaktadır. 2009 yılında yayın hayatına başlayan Habertürk gazetesi 2018 yılında yazılı basın faaliyetlerine son vermiş ve yayınlarına dijital platformda devam edeceğini duyurmuştur¹²⁷.

Televizyon Kanalları:

Tablo 3.25 Ciner Yayın Grubuna ait televizyon kanalları¹²⁸

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
ShowTV	1991 yılında kurulmuştur.	2013 yılında Ciner Yayın grubu tarafından TMSF gözetiminde Çukurova Holding'den satın alınmıştır. Halen Ciner grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Show Türk	2005 yılında Avrupa'da yaşayan Türkiye vatandaşlarına yönelik yayın yapma amacıyla	2013 yılında Ciner Yayın grubu tarafından TMSF gözetiminde Çukurova Holding'den satın alınmıştır. Halen Ciner grubu çatısı

¹²⁶ Bu tablonun hazırlanmasına kullanılan kaynaklar: <https://www.cinergroup.com.tr/medya>.

¹²⁷ "Ciner Medya Grubu olarak, dünyada ve ülkemizdeki kitle iletişiminin doğasında meydana gelen bu olağanüstü teknolojik ve ticari değişimleri göz önüne alarak ve bu gelişmelere paralel olarak haber medyamızda stratejik dönüşüm kararı vermiş bulunmaktayız. Buna göre, yazılı basın faaliyetlerimizi 5 Temmuz 2018 tarihi itibarıyla sonlandırmaya, buna mukabil gazetecilik faaliyetlerimizi televizyonlarımız Show Haber, Habertürk TV, Bloomberg HT ile entegre bir vaziyette Habertürk.com başta olmak üzere internet mecralarımız odaklı olarak daha da güçlü bir şekilde devam ettirmeye karar verdik." <https://www.ntv.com.tr/ekonomi/haberturk-gazetesi-kapaniyor-cuma-son-gun,NVcwzAGHQEmRWtvB4VXqqQ> (erişim tarihi: 22. 08. 2021).

¹²⁸ Bu tablonun hazırlanmasında kullanılan kaynaklar:

<https://www.cinergroup.com.tr/medya> (erişim tarihi: 24. 08. 2021)

Bünyamin Uzun (2017). *Ciner Grubunun Ekonomi Politik Yapısı*. Yayınlanmamış yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya

	kurulmuştur.	altında Show Türk adıyla faaliyetlerini sürdürmektedir.
Habertürk TV	1999 yılında Ufuk Güldemir tarafından kurulmuştur.	2007 yılında Ciner Grubu tarafından satın alınmıştır. Halen Ciner grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.
Bloomberg HT	2007 yılında TMSF Merkez Grubu'na el koymasından kısa bir süre sonra Ciner Medya Grubu Kanal 1'i almış ve 2010 yılında uluslararası TV yayıncısı Bloomberg ile ortaklık sonucunda frekansını Bloomberg'e devretmiştir.	2010 yılından beri Bloomberg ve Ciner Grubu ortaklığında yayınlarına devam etmektedir. Ekonomi içerikli bir televizyon kanalıdır.

Ciner Yayın Grubuna ait diğer medya yatırımları:

Ciner Yayın Grubu çatısı altında faaliyet gösteren tüm medya platformlarının internet versiyonları bulunmaktadır. Gruba ait Habertürk gazetesinin 2018 yılında baskı gazeteye son vermesinin ardından gazete tamamen internet yayıncılığına geçmiştir. Bundan dolayı Web versiyonu oldukça kapsamlı içerik üreten bir platformdur. Grubun bünyesinde film yapım şirketi olan C Film Yapımcılık bulunmaktadır. Ayrıca grubun çatısı altında Habertürk TV ile ortak yayın yapan Habertürk Radyo, Bloomberg HT radyo bulunmaktadır ve bu radyolar 2021 itibari ile yayınlarına devam etmektedir.

3.2.2.4.1. Ciner Yayın Grubu ve AK Parti İlişkileri

Ciner Grubunun çatı kuruluşu Park Holding bünyesinde “madencilik, enerji, cam ve kimyasallar, medya, denizcilik, turizm ve diğer ticari sektörler” bulunmaktadır. Anlaşılacağı üzere bu sektörlerin birçoğu doğrudan devletle irtibatlı olmak zorundadır. Çapraz bütünleşmenin bir örneğini teşkil eden Ciner Yayın Grubunun editöryal bağımsızlığını bu anlamda düşünmek gerekmektedir.

Habertürk televizyonu Genel Yayın Yönetmeni Fatih Saraç ve o dönem (Şubat, 2014) Başbakan olan Recep Tayyip Erdoğan arasında geçen bir telefon konuşmasının ses kaydının internette yayılmasının ardından basına müdahale edildiği yönünde hükümete karşı ciddi eleştiriler yöneltilmiştir. Bu durumu söz konusu ses kaydının içeriğinden bağımsız düşünmek gerekmektedir. Doğrudan televizyon kanalının sorumlularından birinin aranıp içerikler hakkında itirazda bulunulması ne siyasetin ne de gazeteciliğin evrensel etik kurallarına sığmamaktadır. Ayrıca o dönem başka ses kayıtları da internette yayılmış ve toplumda

oldukça ilgi uyandırmıştır. Habertürk 'ün bu kayıtları referans olarak televizyon ve gazetede haberler yapması o dönem hükümete yakın medya organlarında grubun hedefe konulmasına yol açmıştır. Takvim gazetesinin 17.01.2014 tarihinde “*Ananas Group*” manşeti ile verdiği haberde Mustafa Koç, Ali Sabancı, Mehmet Nazif Günel, Mustafa Süzer ve Turgay Ciner'in fotoğrafları kullanılarak bu isimlerin Fethullah Gülen ile bağlantılı olduğu ve aralarında çıkar ilişkileri bulunduğu ileri sürülmüştür¹²⁹. Bu yöndeki haberler bir süre hükümete yakın gazetelerde yer almaya devam etmiştir. Bu durumda, 17-25 Aralık süreci sonrasında dalgalanan güç dengesinde AK Parti medyayı kontrol altına tutmak için kendi medya kuruluşlarını kullanırken aksi yönde haber yapabilecek medya kuruluşlarını da siyasi baskı yoluyla kontrol altında tutmak için hükümet olmanın verdiği gücü kullanmıştır denilebilir.

Habertürk gazetesinin kuruluşunda yer alan ve gazetenin kuruluşundan itibaren Genel Yayın Yönetmenliğini sürdüren Fatih Altaylı 29 Mart 2014 tarihinde istifa etmiştir. Altaylı “Bu bir veda yazısı değildir” başlıklı yazısında kullandığı “Başka bir zaman diliminde 20 yıla sığmayacak olayları yılda gördük. Ve bugünlere geldik. Bugünler dediğim ne peki! Gazeteciliğin, benim bildiğim gazeteciliğin olmadığı günlere. Çok üzülerken izliyorum ki, artık ‘militan gazetecilik’ dönemi başladı¹³⁰ ifadeler durumu açıklar niteliktedir.” Fatih Altaylı gazetenin Genel Yayın yönetmenliğinden istifa etmiş fakat gazetede yazılarına, Habertürk TV'deki yaptığı programa devam etmiştir. Altaylı'nın istifasından sonra Habertürk gazetesinde kadro değişiklikleri ve işten çıkarmalar yaşanmıştır.

Bu sürecin ardından yaşanan bir diğer gelişme ise 2014 yılının Mayıs ayında “İstanbul 4. İdare Mahkemesi, TMSF tarafından 402 milyon dolara Ciner Grubu'na satılan Show TV'de, ‘yürütmeyi durdurma’ kararı verdi”¹³¹. Tekrar TMSF kontrolüne geçen Show TV'ye TMSF tarafından Turkuvaz Yayın Grubu Reklam Grup Başkanı Ümit Önal getirildi. Ancak yürütmeyi durdurma kararına yapılan itiraz kabul edilerek 18 Temmuz 2014 tarihinde Show TV, Ciner Yayın Grubuna iade edildi¹³².

AK Parti ile Ciner Yayın Grubu arasında ilişkileri “Devletin imkanlarını devreye alarak medya şirketlerine yapılan baskılar neticesinde yaşanan dönüşüm” ekseninde ele almak mümkündür. Ciner Yayın Grubunu muhalif olarak değerlendirmek mümkün olmamakla birlikte AK Parti'nin arzuladığı medya olmadığını da söylemek doğru olacaktır. Bir holdingin bünyesinde yer alan medya kuruluşlarından editöryal bağımsızlık beklemek Türkiye medya

¹²⁹ “Ananas Group” *Takvim Gazetesi*, 17. 01. 2014.

¹³⁰ “Bu bir veda yazısı değildir”, *Habertürk Gazetesi*, 29. 03. 2014.

¹³¹ “Show TV'nin Ciner'e Satışı İptal”, *Patronlar Dünyası*, 28. 05. 2014.

¹³² “TMSF Show TV'yi Ciner'e resmen iade etti”, *The Wall Street Journal*, 18. 07. 2014.

ortamında mümkün değildir. Medya dışında faaliyet gösteren şirketlerin bu faaliyet alanları çeşitlendikçe devletle dolayısıyla hükümetle daha fazla irtibatlı olmak durumunda kalmaktadır. Bu durum “medya dışında kalan iş alanlarındaki yatırımlarda kuvvetli olmak, rekabet avantajını diğerlerine göre büyük oranda ele geçirmek” amacının medyaya yansımaları olarak değerlendirilebilir.

AK Parti açısından değerlendirildiğinde 2007 sonrası değişen paradigma ile birlikte Ciner Yayın Grubu partinin arzulanan konseptte uymadığı söylenebilir. Doğan Medya Grubu’nda olduğu gibi Ciner Grubu da iktidar olmanın verdiği güç ile baskı altına alınmaya çalışılmaktadır. Gerek 2007 yılında ATV-Sabah Grubu’nda yaşananlar gerekse Show TV’nin alınma sürecinde yaşananlar iktidarın Ciner Grubunun medyadaki varlığına bakışını göstermektedir. AK Parti kendi medyasını oluşturduktan sonra diğer medya gruplarından da bu medya kuruluşlarının yayın anlayışını benimsemesini beklemektedir.

3.2.2.5. Türk Medya Yayın Grubu

İlk olarak 2008 yılında ES Medya olarak medyaya giriş yapan Türk Medya, son yıllarda medyada yaşanan sahiplik dönüşümlerinin iktidarla ilişkili yanlarını ortaya koyma bakımından önem arz etmektedir. 2001 bankacılık krizi sonrasında el konulan holdinglerin çatısı altında faaliyet gösteren medya kuruluşlarının satışlarında öne çıkan isimlerden biri olan Ethem Sancak Türk Medya Yayın Grubunun kurulmasında ve genişlemesinde önemli bir isimdir. Ethem Sancak 1987 yılında ecza deposu kurarak girdiği iş dünyasında hızlı yükselen iş insanlarından biridir. AK Parti iktidarı döneminde iş dünyasında faaliyet alanlarını geliştiren Ethem Sancak Erdoğan için “Başbakan şu anda en önemli idolüm. Adamın sevdalısuyum” ifadelerini kullanmış ayrıca bir röportajında medyaya girişini şu sözlerle ifade etmiştir.¹³³

“Tayyip Bey köşeye sıkıştırılmıştı, parti kapatma davaları, 367 kararı vs. Basın tek sesli, onu boğmaya çalışıyor. Hasan Doğan'la ‘Onun için ne yapabiliriz?’ diye konuştuk. Dedik ki, ‘Basın alanında tek sesliliği kıralım.(...)’ Star’ı büyüttük. Gazetenin yetmediğini anladık. İtibarsızlaşmış da bir gazeteydi. 24 televizyonunu kurduk. Ben tamamen ideallerim için, ona daha iyi hizmet edebilmek için girmiştim o işe”.

Türk Medya Grubunun ortaya çıkışının öyküsü Star gazetesi ile başlar. Uzan Medya Grubu’nun 1999 yılında kurduğu Star gazetesini, grubun mallarının TMSF’ye devrolmasından sonra 2006 yılında yapılan ihalede Kıbrıslı iş insanı Ali Özmen Safa satın almıştır. Bu ihalede aynı zamanda “Kanal 24” adı televizyonun isim hakkı da aynı kişi tarafından satın alınmıştır. Ali Özmen Safa ilk olarak üçte bir oranında ortaklıkla Ethem

¹³³ “Doğan Ertuğrul: Star'da Başbakan rahatsız olur diye Gül sansürlendi, Cem Yılmaz'a yasak tartışıldı!”, *T24*, 05. 05. 2014.

sancak ve dönemin TFF Başkanı Hasan Doğan'ı ortak almıştır. 2008 yılında ise Star Medya Yayıncılık şirketinin tüm hisselerini Ethem Sancak devralmıştır. Grubun tüm hisselerini devraldıktan sonra kendisine yönelik “yandaş medya” suçlamalarına Sancak, “ yandaş medya sözü çok yanıltıcı, yandaş olmayan medya mı var?” cevabını vermiştir (Kuyucu, 2012: 531). Ethem Sancak Star gazetesinden sonra medyaya yatırımlarına devam edeceğini söylemiş ve bunu şu sözlerle ifade etmiştir. "Demokrasiyi savunmak hangi partiye, hangi vakfa ya da derneğe tekabül ediyorsa onları destekleriz. Kazancımız sonuna kadar helaldir ve son kuruluşuna kadar da bu yolda harcamaya hazırız. Kazandıkça fikrimizin zekatı olarak basına yatıracğız.” Ethem Sancak söylediği gibi kısa süre içerisinde medya yatırımlarını çeşitlendirmiş ve bunları kendisinin kurduğu daha sonra Türk Medya adını alacak olan ES Medya çatısı altında toplamıştır.

Gazeteler:

Tablo 3.26 Türk Medya Yayın Grubuna ait gazeteler¹³⁴.

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Star Gazetesi	199 yılında Uzan Medya Grubu bünyesinde kurulmuştur.	2006 yılında Ali Özmen Safa TMSF'den satın almış, 2008 yılında ise Ethem Sancak'a satmıştır. Ethem Sancak ise 2017 yılında Es Medya'yı Hasan Yeşildağ'a satmıştır.
Akşam Gazetesi	1918 yılında kurulan gazete birçok kez el değiştirmiştir. Son olarak Çukurova Medya Grubu bünyesine geçmiş ve 2013 yılında Türk Medya Grubuna satılmıştır.	2013 yılında Türk Medya tarafından TMSF gözetiminde Çukurova Medya grubundan satın alınmıştır.
Güneş Gazetesi	1982 yılında Ömer Çavuşoğlu tarafından kurulan gazete birkaç defa el değiştirmiş ve 1997 yılında Çukurova grubu tarafından satın alınmıştır.	2013 yılında Türk Medya tarafından TMSF gözetiminde Çukurova Medya grubundan satın alınmıştır.

Televizyon Kanalları

Tablo 3.27 Türk Medya Yayın Grubuna ait televizyon kanalları

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
360 (Televizyon Kanalı)	2002 yılında Sky Türk adıyla Çukurova Medya Grubu çatısı altında kurulmuştur.	2013 yılında Türk Medya tarafından TMSF gözetiminde Çukurova Medya grubundan satın alınmıştır.

¹³⁴ Bu tablonun oluşturulmasında Kullanılan Kaynaklar:

<https://www.turkmedya.com.tr/> (erişim tarihi: 27. 08. 2021).

(Ceylan, 2015:77.)

24 TV (Televizyon Kanalı)	Star Medya Grubu ile birlikte isim hakkıyla birlikte Ali Özmen Safa'ya satılmıştır. 2007 yılında yayın hayatına başlamıştır.	2008 yılında Türk Medya'ya satılmıştır.
TV 4	2013 yılında Türk Medya bünyesinde kurulmuştur. “Çocuk, kadın ve aile temaları ile yayın yapmaktadır.”	Halen Türk Medya Grubu çatısı altında faaliyetlerini sürdürmektedir.

Radyolar:

Tablo 3.28 Türk Medya Yayın Grubuna dergiler¹³⁵

Adı:	Kuruluş Biçimi:	Mevcut Durumu:
Alem FM	1994 yılında Mehmet Ali İlicak tarafından kurulmuş, 1997 yılında Çukurova Grubu'na satılmıştır.	2013 yılında TMSF tarafından el konulmuş ve TMSF denetiminde aynı yıl Türk Medya'ya satılmıştır. Halen grubun bünyesinde faaliyetlerine devam etmektedir.
Lig Radyo	2005 yılında Çukurova Grubu bünyesinde kurulmuştur.	2013 yılında TMSF tarafından el konulmuş ve TMSF denetiminde aynı yıl Türk Medya'ya satılmıştır. Halen grubun bünyesinde faaliyetlerine devam etmektedir.

Medya sektöründeki diğer yatırımlar:

Türkmedya bünyesinde yer alan her medya platformunun dijital versiyonları ve sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Ayrıca grubun bünyesinde magazin içerikli yayın yapan Alem Dergisi ve iş dünyasına yönelik Platin dergisi yer almaktadır. Türk Medya Yayın Grubu medyanın her alanında faaliyetler yürütmektedir.

3.2.2.5.1. Türk Medya Yayın Grubu ve AK Parti İlişkileri

Türk Medya Yayın Grubunun ortaya çıkmasına önemli bir figür olan Ethem Sancak aslen Siirtli olup köklü bir aileden gelmektedir. Üniversite eğitimi sonrasında bir süre gazetecilik yapmış ve üniversite yıllarında katıldığı “Türkiye İşçi Köylü Partisi'nin güneydoğu ve doğu sorumluluğu ile Diyarbakır İl Başkanlığını yaptı.” İlerleyen yıllarda ticarete atılan Sancak'ın yükselişi oldukça hızlı olmuştur. Yükselişini AK Parti iktidarı döneminde de sürdüren Sancak, 2014 yılında TMSF tarafından el konulan Çukurova Holding'e ait BMC adlı şirketin satış ihalesine tek başına girerek BMC'yi satın almıştır. Daha sonra BMC adlı şirket üzerinden, işletme hakkı ihaleye çıkarılan Sakarya Tank-Palet fabrikasını yirmi beş yıllığına kiraladı. BMC'nin ihalesini 725 milyon liraya alan Sancak,

¹³⁵ <https://www.turkmedya.com.tr/> (erişim tarihi: 27. 08. 2021)

BMC üzerinden girdiği Tank Palet Fabrikası ihalesini 3.5 milyar avroya satın almıştır. Her iki ihalede kamuoyunda çokça tartışmalı bir konu haline gelmiş olsa da devirler ihaleden sonra kısa zaman içerisinde gerçekleşmiştir.

Ethem Sancak medyaya girişini tamamen kendi iradesiyle olduğunu beyan etmiş ve bu alandaki yatırımlarına devam edeceğini söylemiştir. Sancak, ilk olarak 2013 yılında ortaklık anlaşmaları ile bir süre medyadan çekilmiş sonra tekrar ortaklık yoluyla elindeki medya kuruluşlarını geri almıştır. 2017 yılında ise kendisine ait tüm medya şirketlerinin Hasan Yeşildağ'a satarak medyadan tamamen çekilmiştir. Hasan Yeşildağ, Recep Tayyip Erdoğan'a yakınlığı ile bilinen hatta iş dünyasında yer edinmesinde direkt olarak bu yakınlığın etkisi olduğu bilinen iş insanlarından. Bu satışın ardından Sancak'a ait Es Medya olarak bilinen medya grubu Türk Medya adını almıştır. Netice itibari ile değişen sadece medya grubunun adı ve sahibi olmuş, yayın anlayışı bir değişim yaşanmamıştır¹³⁶. Bunun yanı sıra Hasan Yeşildağ, Recep Tayyip Erdoğan'ın en yakınındaki isimlerden biri olarak bilinmektedir.

Türk Medya Grubunda yaşanan sahiplik dönüşüm "Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu aracılığıyla medya kuruluşlarının sahiplik yapılarındaki dönüşüm" başlığı altında değerlendirilebilir. AK Parti kendine yakın sermaye grupları aracılığıyla medyada etkili hale gelebilmiştir. Bu sermaye grupları büyük ölçüde 1980 sonrası değişen ekonomi politikaları neticesinde ortaya çıkan "yeşil sermaye" olarak adlandırılan gruplardır. Medya üzerinden yapılan analizde dahi AK Parti'nin devleti yönetmekten aldığı gücü nasıl hegemonya aracına dönüştürdüğü anlaşılmaktadır.

3.2.3. Medya Holdinglerinin Medya Dışı Yatırımları

Tablo 3.29 Medya holdinglerinin medya dışı yatırımları

Holding Adı	Medya Dışındaki Yatırımlar
Demirören Holding	<p>Sanayi: MS Motor Servis, Parsat Piston, Demirören Ağır Metal Sanayi A.Ş.</p> <p>Gayrimenkul: İstiklal Palas, Kemer Country, Demirören İstiklal</p> <p>Turizm: Kemer Country Hotel, Kemer Country Club, Uptown İstiklal</p> <p>Eğitim: Ata Koleji</p> <p>Şans oyunları: Şişal Şans (Milli Piyango), İddia, Misli.com</p> <p>Dijital: Yakala.Co, Demirören Teknoloji, Yenibiris.com</p>
Doğuş Grubu	<p>Otomotiv: Volkswagen, Audi, Porsche, Bentley, Lamborghini, Bugatti, Seat, Skoda, Meiller Kipper, Scania, Thermo King, Doğuş</p>

¹³⁶ "Ethem Sancak'ın Es Medya Grubu'nu kime sattığı belli oldu" *Sputnik News*, 17. 08. 2017.

	<p>Otomotiv Servis Ve Ticaret A.Ş. Tüvtürk, Volkswagen Doğuş Finans, Vdf Faktöring, Vdf Filo, Vdf Sigorta, Tüv Süd Expert.</p> <p>Enerji: Doğuş Enerji Grubu: Doğuş Enerji Üretim Ve Tic. A.Ş. (Artvin Hes), Boyabat Elektrik Üretim Ve Ticaret A.Ş, Aslancık Elektrik Üretim A.Ş.</p> <p>İnşaat: Doğuş İnşaat, Teknik Mühendislik Ve Müşavirlik A.Ş.</p> <p>Turizm: Yeme İçme: Nahita Restoran İşletmeciliği ve Yatırım A.Ş, Günaydın Et Sanayi Ticaret A.Ş., Havana Yayıncılık Turizm ve Gıda Paz.Tic. A.Ş., D Et ve Et Ürünleri Gıda Pazarlama Ticaret A.Ş.</p> <p>Perakende: n11, Doğuş Perakende (Doğuş perakende çeşitli markaların satış yetkilisi olarak farklı noktalarda hizmetleri bulunmaktadır).</p> <p>Gayrimenkul: Doğuş GYO, Doğuş Gayrimenkul Yatırım ve İşletme A.Ş. İstinye Park, Doğuş Center Maslak, Doğuş Center Etiler, D- Ofis Maslak, Gebze Center.</p> <p>Diğer Yatırımlar: Reidin, Doğuş Teknoloji, Yapı Kredi Bomontiada, Körfez Havacılık, TDB Kalibrasyon Hizmetleri A.Ş., sigortaladım.com, Zingat, Related Digital, D- Gym.</p>
Kalyon Holding	<p>İnşaat: “İstanbul Havalimanı, Thy Destek Binaları , Kuzey Marmara Otoyolu, Menemen-İliş-Çandarlı Otoyol Projesi, Çanakkale-Ezine- Ayvacık Yolu, İstanbul-Şile-Ağva Yolu, Sabuncubeli Tüneli Ve Bağlantı Yolları, Nurdağı-İlahiye Yolu, Metrobüs Ulaşım Hattı İnşaatı, Dudullu-Bostancı Metrosu, Mecidiyeköy-Mahmutbey Metro Hattı, Gayrettepe 3. Havalimanı Metro, Yeni Havalimanı-Halkalı Metro Hattı, Kirazlı-Halkalı Metrosu, Marmaray, Gaziray Prpjesi, Antalya Raylı Sistem, Kktc Deniz Geçişi İsale Hattı İnşaatı, Melen İsale Hattı Projesi, Avrupa Bölgesi İçme Suyu Tünel İnşaatı, Gaziantep-Düzbağ İçme Suyu İsale Hattı, Terkos-İkitelli İçme Suyu Hattı, Kartal Dr. Lütfi Kırdar Şehir Hastanesi, İstanbul Uluslararası Finans Merkezi Ziraat Kuleleri, Ankara Balgat Ofis Projesi, Başakşehir Stadyumu, Mersin Öğrenci Yurdu, Vatan Caddesi Gelirler İdaresi Başkanlığı Binası, Tanap 4, Tanap 5, Kuzey Marmara Doğalgaz Depolama Projesi, Yarımca Oyak Port Projesi, Ataköy Atıksu Arıtma Tesisi, Taksim Meydanı Düzenleme İnşaatı.”</p> <p>Yatırım İşletme: İstanbul Havalimanı, Kuzey Marmara Otoyolu.</p> <p>Gayrimenkul: Finanskent Konutları, Yeşilvadi Konutları</p> <p>Enerji: YEKA Güneş, YEKA Rüzgar, Ordu HES, Kürtün HES, Torul HES, Doğan kent HES, Etki Liman Gazlaştırma AŞ.</p> <p>Sanayi: Kalyon Güneş Teknolojileri Üretim A.Ş.,</p>

Ciner Holding	<p>Enerji ve Madencilik: Park Elektrik (Konya Ilgın Elektrik Üretim A.Ş., Park Termik Elektrik San. ve Tic. A.Ş.), Park Teknik, Silopi Elektrik, Park Toptan Elektrik, Konya Ilgın Elektrik,</p> <p>Sanayi: Eti Soda, Kazan Soda Elektrik, Park Cam, Ciner Resources LP (ABD).</p> <p>Turizm ve Denizcilik: Ciner Denizcilik (Gemi taşımacılığı), Park denizcilik (Liman İşletmeciliği).</p>
İhlas Holding	<p>Sağlık ve Eğitim: Türkiye Hastanesi, İhlas Eğitim Kurumları: Özel Bahçelievler İhlas İlkokulu ve Anasınıfları, Özel Bahçelievler İhlas Ortaokulu, Özel İhlas Anadolu Lisesi, Özel İhlas Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi (Radyo Televizyon Bölümleri), Özel İhlas Fen Lisesi. Özel Marmara Evleri İhlas İlkokulu ve Anasınıfları, Özel Marmara Evleri İhlas Ortaokulu, Özel Marmara Evleri İhlas Anadolu Lisesi, Özel Marmara Evleri İhlas Fen Lisesi. Özel İhlas Ana Okulu, Özel İhlas Ana Okulu Bizim Evler 3, Özel İhlas Ana Okulu, Özel İhlas Bizimevler İlkokulu, Özel İhlas Mehmet Yoluç İlkokulu, Özel İhlas Mehmet Yoluç Ortaokulu.</p> <p>İnşaat ve Gayrimenkul: İhlas Gayrimenkul Proje Geliştirme A.Ş. Kuzuluk Kaplıca İnşaat Turizm Sağlık ve Petrol Ürünleri Ticaret A.Ş., Armutlu Tatil ve Turizm İşletmeleri A.Ş.</p> <p>Üretim ve Pazarlama: İhlas Pazarlama A.Ş., İhlas Ev Aletleri İmalat Sanayi ve Ticaret A.Ş.</p>
Türkmedya	<p>Türkmedya çatısı altında faaliyet gösteren medya şirketlerini önce Ethem Sancak almış ve Türkmedya çatısı altında birleştirmiştir. Ethem Sancak ile ilgili bilgiler Türkmedya kısmında verilmiştir. Ethem Sancak 2018 yılında Türkmedya'yı Zeki Yeşildağ'a satmıştır. Zeki Yeşildağ Recep Tayyip Erdoğan'a yakınlığı ile bilinen bir iş insanıdır. Medya dışında Turizm ve İnşaat sektörlerinde yatırımları bulunmaktadır. Zeki Yeşildağ'ın sahibi olduğu şirketler konusunda araştırma yapılmış fakat sahibi olduğu yönünde iddiaların bulunduğu şirket künyelerinde ismine rastlanmamıştır. Daha önce yönetim kurulunda olduğu Yapı&Yapı İnşaat A.Ş. inşaat sektöründe aldığı kamu ihaleleri ile bilinmektedir. Şirketin web sayfası ve şirketle ilgili çeşitli kaynaklar araştırılmasına rağmen şirket sahibi konusunda net bir veriye ulaşılamamıştır.</p>

3.2.4. Küresel Medya Gruplarının Türkiye'deki Yatırımları

Soğuk savaşın sona ermesiyle benimsenen neoliberal ekonomi politikalarını küreselleşme ile birlikte düşünülmesi gerekmektedir. Kuyucu, 2013b: 23 küreselleşmeyi “Küreselleşme, her alanda mesafenin daha az önemli hale gelerek, siyasal, ekonomik, sosyal

ve kültürel alanlarda dünyanın daha bütünleşmesidir. Tek yanlı bir süreç değildir; daha çok diyalektik bir süreçte, zıt eğilimleri de ihtiva ederek gelişmektedir” şeklinde özetler. Küreselleşmenin iletişim ve medyadan bağımsız bir biçimde dünyada hâkim sistem haline gelmesi mümkün değildir. Küresel şirketler farklı ülkelerde medya pazarına genelde o ülkedeki yerel ortaklıklar kurarak girer. Tecrübe sahibi yerel ortak sayesinde pazar hakkında bilgi sahibi olur ve piyasada rekabet gücü de böylelikle artar (Kuyucu, 2013b: 29). Türkiye’de medya sektörüne girişlerde ayrıca birtakım yasal yükümlülükler vardır (yabancı sermaye kısıtlaması¹³⁷) ve bu yükümlülüklerden dolayı küresel şirketler ortaklık yoluyla pazara giriş sağlamaktadır.

Türkiye’de yayın yapan küresel televizyon kanalları:

CNN Türk

Televizyon küresel televizyon kanalının ilk örneği olan CNN Türk, 1999 yılında Turner Broadcasting System ve Doğan Holding ortaklığında kurulmuştur. CNN Türkiye pazarına bu ortaklık sayesinde girebilmiş ve Doğan Medya Grubu tüm medya şirketlerini Dermirören’e devrederken bu ortaklık da devredilmiştir. Haber içerikli yayınlar yapmaktadır (Akfırat, 2012: 36).

Bloomberg HT

Diğer bir küresel medya şirketi olan Bloomberg HT, Bloomberg L.P ve Ciner Medya Grubu ortaklığında Türkiye pazarına giriş yapabilmıştır. 27 Ocak 2010'da yayına başlamış olup ekonomi içerikli yayınlar yapmaktadır¹³⁸.

CNBC-E

Doğuş Yayın Grubu ve NBC Universal ortaklığında 16 Ekim 2000'de kurulan CNBC-E, Eylül 2015'te Discovery Communications'a satılmış günümüzde TLC adıyla yayınlarına devam etmektedir¹³⁹.

FOX TV

¹³⁷) “Bir medya hizmet sağlayıcı kuruluşta doğrudan toplam yabancı sermaye payı, ödenmiş sermayenin yüzde ellisini geçemez. Yabancı bir gerçek veya tüzel kişi en fazla iki medya hizmet sağlayıcı kuruluşta doğrudan ortak olabilir. Medya hizmet sağlayıcı kuruluşların ortağı olan şirketlere yabancı gerçek veya tüzel kişilerin iştirak ederek yayın kuruluşlarına dolaylı ortak olmaları hâlinde, yayıncı kuruluşların yönetim kurulu başkanı, başkan vekili ile yönetim kurulu çoğunluğu ve genel müdürünün Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olması ve ayrıca yayıncı kuruluş genel kurullarında oy çoğunluğunun Türkiye Cumhuriyeti tabiiyetini haiz gerçek veya tüzel kişilerde bulunması zorunludur. Şirket ana sözleşmelerinde bu hususları sağlayan düzenlemeler açıkça belirtilir.” <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6112.pdf>.

¹³⁸ https://tr.wikipedia.org/wiki/Bloomberg_HT (erişim tarihi: 29. 08. 2021).

¹³⁹ “CNBC-e bugün kapanıyor”, *Hürriyet Gazetesi*, 05. 11. 2015.

“2007 yılında bünyesinde News Corporation, Fox TV, New York Post, Times, Adelaide News, Sunday Mail, The Sun gibi dünyanın yakından bildiği yayınları bulunan ve dünya genelinde 65’in üzerinde televizyon istasyonu, 130’un üzerinde gazetesi, dergileri ve film şirketleri olan Avustralya asıllı medya imparatoru Murdoch, İhlas Holding’den Huzur Radyo Televizyon A.Ş. (TGRT) unvanlı şirketi satın alarak Fox TV’nin Türkiye yatırımını gerçekleştirmiştir (Satın alma sürecinde Ahmet Erteğün’ün sahibi olduğu Atlanta Records stratejik ortak olarak yer almıştır)” (Kadıoğlu: 2014: 29).

News Corporation’un sahibi Rupert Murdoch, daha önce de Türkiye’de televizyon kanalı kurmak istemiş ancak yasal engele takılmıştır. Fox TV genel amaçlı televizyon kanalı olmasının yanı sıra habercilikte de önemli bir yere sahiptir. Çoğu haber programının giremediği reyting listelerinde üst sıraları zorlamaktadır. Ak Parti’nin etki alanı dışında kalması Fox Haberin yüksek reyting almasında önemli bir etken olduğu düşünülmektedir. Ne var ki Fox Tv de küresel ölçekli bir medya şirketine aittir ve bu da yayınlarının ideolojik, siyasi, ekonomik, kültürel vb. etkilere açık olması anlamına gelmektedir.

Türkiye’de bunların dışında yayın yapan çok sayıda yabancı menşeli televizyon kanalı bulunmaktadır. Bunların arasında Bein Media Group bünyesinde çok sayıda televizyon kanalı barındırmaktadır. Ayrıca çocuk temalı küresel ölçekli televizyon kanalları da Türkiye’de yayın yapmaktadır. 2010 yılında verilen yasa teklifi ile yabancı yatırımcı kısıtlaması genişletilmiş ve yabancı sermayenin girişi kolaylaştırılmıştır. Bu durumu özel televizyonların ortaya çıktığı zaman olduğu gibi fiili durum yasal hale getirilmesi şeklinde görmek daha doğru olacaktır.

Haber içerikli yabancı basın kuruluşları da özellikle son yıllarda Türkiye’ye büyük ilgi göstermektedir. Televizyon yayıncılığında olduğu gibi bağlayıcı bir üst kurul (RTÜK) olmaması bu alana girişleri kolaylaştırmaktadır. Ayrıca internet teknolojilerinin gelişmesi ve gazete yayıncılığının dijitalleşmesi bu girişleri kolaylaştıran etmenlerdendir. Türkiye’de haber içerikli başlıca yabancı yayın organları:

BBC

“British Broadcasting Corporation’ın kısaltması olan BBC, Britanya Yayın Kuruluşu olarak tanımlanmaktadır. Kurumun merkezi Londra’dadır. Devlet ve halkın maddi desteği ile yayın yapan bir kamu yayın kuruluşudur. British Broadcasting Company Ltd. 1922’de özel bir şirket olarak kurulmuştur. 1925’te şirket tasfiye edilmiş ve 1927’de bir kamu kurumu olarak British Broadcasting Corporation adıyla yeniden yayın hayatına başlamıştır” (Karaduman, 2019: 472).

BBC dünyanın birçok bölgesinde basın-yayın faaliyeti yürüten küresel bir medya şirketidir. “20 Kasım 1939 tarihinde kurulan Türkçe Servisi 29 dilde yayın yapan BBC Dünya Servisi’nin bir parçasıdır. Bugün Londra’dan yayın yapan BBC Türkçe Servisi,

internet sitesi ve sosyal medya hesaplarıyla Türkiye ve dünyanın her yerindeki dinleyici, izleyici ve okuyucularına ulaşıyor¹⁴⁰. ”

Sputnik Türkiye

“Sputnik’in merkezi Moskova’dadır. Ayrıca ABD (Washington), Çin (Pekin), Fransa (Paris), Almanya (Berlin), Mısır (Kahire), İngiltere (Londra ve Edinburgh) gibi dünyanın kilit noktalarında bölge ofisleri bulunmaktadır¹⁴¹. Rusya’nın kendi içinde medyaya bakışı düşünüldüğünde Sputnik News’in Rusya politikalarından bağımsız olması düşünülmez. “Sputnik Türkiye, 14 Nisan 2016’da Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı’nın aldığı idari tedbir kararı doğrultusunda Türkiye’den erişime kapatılmış, 8 Ağustos 2016’da Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Rusya ziyaretinden bir gün önce erişim engellemesi kaldırılmıştır” (Karaduman, 2019: 474).

Voice of America (VOA)

“VOA, basın kısmen özgür olduğu ya da hiçbir şekilde özgür olmadığı bölgelere, 45’i aşkın dilde yayın yapan, ABD’nin en büyük uluslararası multimedya haber kuruluşudur¹⁴².” VOA, kuruluşu itibarıyla Amerikan politikalarını destekleyen bir anlayış içerisindedir ve Amerika Kongresi tarafından fonlanmaktadır¹⁴³. VOA’nın ABD politikalarını desteklemesi “VOA Bildirgesi ”ne de girmiştir¹⁴⁴.

Türkiye’de bunların dışında yayın yapan haber odaklı yayın kuruluşları¹⁴⁵:

“Deutsche Welle DW (Almanya),
Taz Gazete (Almanya),
Çin Uluslararası (Radyosu),

¹⁴⁰“ <https://www.bbc.com/turkce/kurumsal-36765777>” (erişim tarihi: 29. 08. 2021).

¹⁴¹ “<https://tr.sputniknews.com/docs/about/hakkimizda.html>” (erişim tarihi: 29. 08. 2021).

¹⁴² “Biz Kimiz, Amerikanın Sesi, <https://www.amerikaninsesi.com/p/3781.html>” (erişim tarihi: 29. 08. 2021).

¹⁴³ “Mission and Values”, VOA, <https://www.insidevoa.com/p/5831.html>, (Erişim tarihi: 29. 08. 2021).

¹⁴⁴ VOA Bildirgesi: “VOA yayınlarının korunması ve kurumun amacının tanımlanması için 1960 yılında hazırlanan VOA Bildirgesi, 12 Temmuz 1976 tarihinde ABD Başkanı Gerald Ford tarafından imzalanarak yürürlüğe girdi.

1. VOA tutarlı bir şekilde güvenilir ve saygın bir haber kaynağı olarak görev yapar. VOA haberleri doğru, tarafsız ve kapsamlı olacaktır.

2. VOA yalnızca Amerikan toplumunun bir bölümünü değil, tüm Amerika’yı temsil eder. VOA, Amerikan düşünce yapısını ve kurumlarını dengeli ve kapsamlı bir şekilde yansıtmakla yükümlüdür.

3. Amerikan yönetiminin politikalarını açıkça ve etkili bir şekilde yansıtır ve bu politikalar konusunda sorumlu tartışmaları ve görüşleri yayınlar. (Yasa 94-350). <https://www.amerikaninsesi.com/p/3781.html>.”

¹⁴⁵ “<https://gazeteapp.com/haber-siteleri/turkce-yayin-yapan-yabanci-medya-kuruluslari/>” (erişim tarihi: 29. 08. 2021).

Sarkul Avşat (Suudi A.),
 Kırım Haber Ajansı (Kırım),
 Trend Haber Ajansı (Azerbaycan),
 Sana (Suriye),
 Bulgaristan Radyosu (Bulgaristan),
 News Am (Ermenistan),
 Euronews (Avrupa Birliği),
 Xinhua (Çin),
 WDR COSMO (Almanya)”.
 Kabar – Kırgız Ulusal Haber Ajansı (Kırgızistan),
 Filistin Enformasyon Merkezi (Filistin),
 Kıbrıs Haber Ajansı (Kıbrıs),
 Rudaw (IKBY), İrna (İran),
 Daha fazla haber (İran),
 İndependent Türkçe (Suudi A.),
 Fars News (İran),
 Yeni Çağ (Azerbaycan)”

Görüleceği üzere Türkiye’de çok sayıda yabancı yayın kuruluşu bulunmaktadır. Bunların birçoğu iktidarın etki alanı dışında olduğu söylenebilir. Bu durum aynı zamanda sahiplik yapısının içeriklere ne derecede etki ettiğinin de bir göstergesi niteliğindedir. İktidarın nüfuz alanı dışında kalan sermaye grupları aynı zamanda iktidarın baskısının da dışında kalmaktadır. İktidarın medya üzerinde baskı kurma araçları yabancı menşeli medya kuruluşları için büyük oranda geçerli değildir.

Yabancı menşeli medya kuruluşlarının Türkiye’de yatırımlarının artmasında birkaç etken olduğu düşünülmektedir. İlk olarak, Türkiye’de medya ortamının haber üretiminde geldiği nokta vatandaşları haber takip etme noktasında iktidar ve siyasetten bağımsız basın organlarını tercih etmesidir. Daha sonra internet çağında bilgiye erişimin kolaylaşması ile ulus aşırı yatırımlar yapmak da aynı ölçüde kolaylaşmıştır. Baskı gazeteciliğinin olduğu dönemlerde başka bir ülkede gazete çıkarmanın maliyeti ile internet ortamında haber üretme maliyeti arasında ciddi ölçüde maliyet farkları bulunmaktadır.

Yabancı menşeli bu platformların sakıncalı olduğu en önemli nokta ise bağlı oldukları ülkenin siyasi amaçlarına göre hareket ederek ülke siyasetine etki etme çabalarıdır. Bu yayın kuruluşlarının siyasete nüfuz etme çabaları dönem dönem eleştirilse de bu kadar yaygınlaşmasının altında yatan sorunlar giderilmedikçe devam edeceği öngörülmektedir.

Çağımızda medya bir bütün olarak kolay kontrol edilebilir bir şey olmadığı açıktır. İnternet teknolojilerinin sağladığı imkanlar neticesinde kontrol alanı dışına çıkabilecek imkanlar da her zaman mevcuttur. Medya politikaları inşa edilirken bu noktaların gözden kaçırılmaması gerekmektedir.

3.3. Medya Sektöründeki Diğer Oluşumlar

Medya sektörünün tarihsel gelişimine bakıldığında belirli kırılma noktaları olduğu görülmektedir. Matbaa, radyo, televizyon gibi teknolojilerin ortaya çıkışı ve yayılması bu tarihsel kırılma noktaları arasında önemli ölçüde fark yaratanlar arasındadır. XXI. yüzyılda ise önemli bir kırılma noktası olarak hem dijitalleşme hem de internetin ortaya çıkışı ve yaygınlaşması medya sektöründe bir kırılma noktası olagelmektedir. Özellikle internet bilginin yayılması ve dağıtımında önemli bir fark yaratmıştır. Medya sektörünün sermayenin kontrolünde olması ve oligopol piyasa yapısından dolayı internet çağının öncesinde bilginin dağıtımını kontrol edilebiliyorken internet çağında bunun pek mümkün olmadığı görülmektedir. Ayrıca internet ve dijitalleşme sadece medya değil tüm sektörlerde büyük ölçüde dönüşümlerin yaşanmasına yol açmıştır. İnternetin ortaya çıkışı 1960'lı yıllara tekabül etse de toplumsal yaşamı dönüştürmesi 1990'lı yıllardan itibaren mümkün olabilmiştir (Karaduman, 2003, 58-59). Bu da kişisel bilgisayarların artması ve internetin teknik olarak gelişmesi ile doğrudan ilişkilidir. İnternet teknolojilerinde en önemli kırılma noktalarından biri kullanıcı tabanlı içerik üretimine izin veren web 2.0'in ortaya çıkışıdır. Web 2.0 ile birlikte internet bireyler için çok daha kullanışlı ve cazip bir teknoloji haline gelmiş ve ayrıca sosyal medyanın da ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. "Web 1.0'dan web 2.0 teknolojisine geçiş sürecinde, internet geniş kitlelere yayılırken, internet kullanıcıları da kullanıcı konumundan sıyrılıp içerik üreten ve paylaşan bir konuma geçmişlerdir. Bu nedenle, web 1.0'da internet kullanıcıları pasif durumdayken web 2.0 teknolojisine geçilmesiyle aktif bir konum elde etmişlerdir". (İlhan, 2019: 55). Web 2.0'in ortaya çıkışından hemen sonra cep telefonlarının (mobil teknolojiler) kişisel bir bilgisayar olarak kullanılmasına olanak sağlayan teknolojilerin geliştirilmesi ile internet (dolayısıyla bilgi) bireylerin çok daha hızlı ve kolay ulaşabildiği bir teknoloji haline gelmiştir. Web 2.0 sonrasında, önceleri sadece teknik bilgi ve beceriye sahip bireylerin içerik üretebildiği internet ortamında basit alıcı konumunda olan kullanıcı bir içerik üreticisine dönüşmüştür (Narin, 2017: 24).

İnternetin ortaya çıkışı birçok sektörü etkilediği gibi medya sektörünü de etkilemiştir. Hatta medya sektöründe yeni bir dönüşüm noktası olmuştur denilebilir. Web 1.0 ile birlikte gazeteler web tabanlı platformlarını hayata geçirmeye başlamış zamanla bazı gazeteler

baskılarına son vererek sadece internet üzerinden yayına geçmişlerdir. Bunun yanı sıra sadece internet sayfalarından yayın yapan pek çok haber odaklı medya kuruluşu da ortaya çıkmıştır. Giderek yaygınlaşan bu teknolojinin ilerleyen yıllarda baskı gazeteciliğine son vereceği öngörülmektedir. İnternet ve dijitalleşmenin yarattığı tüm bu dönüşümlerin neticesinde farklılaşan medyaya “yeni medya” denilmektedir.

3.3.1. Yeni Medyanın Geleneksel Medyaya Etkileri

Geleneksel medya, internet ve dijitalleşmenin ortaya çıkışı ve yaygınlaşmasıyla bir dönüşüm geçirmiştir. Teknoloji ile yoğun bir biçimde içli dışlı olan bir alanın bu dönüşümden etkilenmemesi teknik olarak mümkün değildir. Yeni medya ve geleneksel medya arasındaki temel farkın kullanılan teknoloji ile bağlantılı olduğu fakat giderek bu yeni teknolojileri kullanan kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ile aralarındaki farkın yok olduğu düşünülmektedir. “Yöndeşme veya yakınsama olarak adlandırılan bu durum yeni iletişim teknolojileri sayesinde farklı medya organlarının (gazete, televizyon, radyo vb.) bir arada ve birbirine eklenmiş biçimde kullanılmasını ifade eder (Narin, 2017: 22). Yeni medyada yeni olanın kullanılan teknolojiler olduğu ve zaman içerisinde bu teknolojilerin yaygın hale gelmesi ile geleneksel ve yeni arasındaki fark kalmadığını dahası gelenekselin dönüşüm geçirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Yeni teknolojiler medyayı yapısal olarak dönüştürdüğü gibi işleyişine de etki etmiştir. İnternetin sağladığı imkanlarla haber artık çok daha hızlı servis edilmekte, televizyonda yayınlanan programlar internet üzerinden takip edilmekte ve bu sayede kullanıcı ile etkileşim sağlanmaktadır. Yeni teknolojilerin sağladığı imkanlar gazetecilik pratikleri ekseninde değerlendirildiğinde dijital fotoğraf makineleri, dijital ses kayıt cihazları gibi teknolojiler iş yapış sürecini kolaylaştırmıştır. Ayrıca dijital ortamlarda yayınlanan haberler aynı metin üzerinden güncellenmektedir. Hipermetinler sayesinde okuyucu art alan bilgisine daha kolay ulaşabilmektedir. Ayrıca dijital platformlar görsel kullanımını da genişletmektedir. Tüm bu olumlu gelişmelerin yanı sıra dijitalleşmenin olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Dijital ortamda haber yayımlamak baskı gazeteciliğine göre daha kolay hale gelmiş ve çok sayıda haber platformu oluşturulmuştur. Yurtaş gazeteciliğinin yaygınlaşması, bloglar aracılığıyla amatör gazetecilik yapılması, yine Youtube gibi sosyal medya platformlarında haber içerikli kanallar açılması katılımcı demokrasi adına olumlu bir gelişme olarak değerlendirilse de ciddi etik sorunları beraberinde getirmektedir (Narin, 2017: 25).

Yeni medyanın sağladığı en önemli avantajlardan biri sadece Türkiye’de değil dünyada da devletin veya iktidarların nüfuz alanı dışında bir alan yaratmasıdır. Medyanın

dördüncü güç olduğu tezi özellikle sosyal medyanın ortaya çıkışı ile birlikte mümkün olabilmiştir. Geleneksel medyanın sahiplik yapısı ve iktidarla olan ilişkileri medya içeriklerini etkilerken bu durum yeni medya/sosyal medya için büyük ölçüde geçerli değildir. Özellikle sosyal medyanın kullanıcı odaklı yapısı içeriklerin kontrol edilebilirliğinin önüne geçmektedir. Bu nedenle, AK Parti iktidarının farkı yöntemlerle medyaya nüfuz etme girişimleri ana akım medya özelinde hatırı sayılır derecede başarıya ulaşmış olsa da yeni/sosyal medya sayesinde ortaya çıkan medya düzeni bu girişimleri bir bakıma boşa çıkarmıştır denilebilir.

İnternet ve dijitalleşme çağımızda her alanda olduğu gibi medya alanında da ciddi dönüşümleri beraberinde getirmiş ve getirmektedir. Bu dönüşüm medya-siyaset ilişkileri çerçevesinde değerlendirildiğinde medyanın kontrolünün zorlaştığı görülmektedir. Bu noktada incelenmesi gereken temel sorunlardan biri ise sosyal medya mülkiyetinin nasıl olduğu bu yeni durumda ne gibi kontrol biçimlerinin ortaya çıktığıdır. Medyanın gücü ve iktidar kavramı geniş anlamda (sadece siyasi iktidar anlamında değil) düşünüldüğünde tamamen kontrol dışı bir mecra olamayacağı açıktır. Bunu anlamanın bir yolu yine mülkiyet ilişkilerinin izini sürmekten geçmektedir.

3.3.2. Yeni/Sosyal Medya Mülkiyeti

İlk kullanıldığı dönemde kullanılan teknolojinin (internet ve dijital teknolojiler) yeniliğinden dolayı “yeni medya” olarak adlandırılan medya günümüzün medyasıdır. Geleneksel olarak tabir edilen medya biçimi bu teknolojilerin yaygın bir biçimde kullanıldığı alan olması bakımından bu dönüşüm büyük ölçüde tamamlanmıştır. Günümüzde ana akım olarak nitelendirilen tüm gazete, televizyon ve radyo kanalları dijital olarak da hizmet vermektedir. Scolari (2009: 945) yeni medyayı “tarih yeni teknoloji örnekleri ile doludur, tüm medya bir zamanlar yeni medyaydı ve ilerleyen dönemlerde teknolojinin sağladığı yeniliklerin de eskiyecek bu nedenle yeni medya göreceli bir kavramdır” şeklinde ifade eder. Medya tarihinde çeşitli kırılma noktaları olmasına rağmen dijitalleşme ve internetin ortaya çıkışı ile birlikte önemli bir dönüşüm yaşanmıştır, bu da internetin çift yönlü iletişimi mümkün kılmasından kaynaklanmaktadır. Medyada yeni olan şey de budur. İnternet teknolojilerinin gelişmesi, buna paralel olarak yaygınlaşması ve mobil telefonların kişisel bilgisayar gibi kullanımı bireylerin medya kullanım pratiklerini değiştirmiştir. Özellikle sosyal medyanın ortaya çıkışı ile birlikte her bir internet kullanıcısı bir içerik üreticisine dönüşmüş ve iletişimin temel öğelerinden biri olan geri bildirim fonksiyonunu daha işlevsel hale getirmiştir.

Ana akım medyanın kontrolünde olan dijital medya platformlarının mülkiyeti yine aynı medya kuruluşunun kontrolünde olup içerikleri bağlı bulunduğu medya kuruluşuna göre şekillenmektedir. Buna karşın sosyal medyada kullanıcılar içerik üretip dolaşıma sokmaktadır. Bu yönüyle sosyal medya kullanıcıları medyaya içerik üretimi konusunda pasif konumdan aktif bir konuma geçmişlerdir. Yeni medyanın yarattığı bu dönüşümlerin yoğunluğu ve çeşitliliği modern anlamda ulus devletlerin geleneksel medya çağında önemli ölçüde kontrol altında tutabildiği medyanın kontrolünü güçleştirmiştir. Böylece modern ulus devletlerin otoritesi sarsılmış ve internet ve dijitalleşmenin getirdiği yenilikler hegemonya metotlarını yapı-bozumuna uğratmıştır. Yeni medya öncesindeki kitleleri propaganda yoluyla ikna etme yolları yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle hegemonya mücadelesi ve yöntemleri de mu mecralara yönelmekte ve buna bağlı olarak da değişim göstermektedir (Bayrakçı, 2021: 102).

Özellikle sosyal medyanın küresel şirketlerin kontrolünde olması hegemonya mücadelesinde iktidarın medyaya nüfuz alanını daraltmaktadır. Sosyal medya kuruluşlarının küresel şirketlerin mülkiyetinde olması ayrıca bir takım sorunları beraberinde getirmektedir. Küresel ekonomik sisteme dâhil olmuş bu şirketler bir endüstri olarak değerlendirildiğinde nihai amacının kâr maksimizasyonu olduğu anlaşılır ve kapitalist sistemin talep ettiği birey tipinin ortaya çıkmasına hizmet eder. Ayrıca bu sosyal medya platformlarının dolaylı bir biçimde siyasete müdahale edebilme yollarının olması demokrasi açısından sakıncalıdır. Örneğin, siyasi konuların tartışıldığı Twitter'ın 2020 ABD başkanlık seçimlerinde Donald Trump'ın attığı tweetlere kısıtlama getirmesi bunun örneklerinden biridir. Benzer uygulamalar nefret söylemi içerdiği gerekçesiyle Türkiye'de de bazı siyasetçilere yapılmıştır¹⁴⁶. Yine Twitter, Haziran 2020'de AK Parti'ye yakın ve onun güdümünde olduğu gerekçesiyle 7340 hesabı kapatmıştır. Twitter tarafından yayınlanan raporda bu kapatmanın gerekçesi ayrıntılı bir biçimde verilmiştir¹⁴⁷. Bu türden uygulamalar ileride benzer uygulamalarla ülke siyasetine yön verebilme riskini taşımaktadır. Medya mülkiyetinde tekelleşmenin getirdiği riskler özünde sosyal medya için de tartışılmalıdır. Bu türden uygulamaların sosyal medya platformlarının inisiyatifine bırakılmaması ve gerekli yasal düzenlemelerle güvence altına alınmasının daha doğru olacağı düşünülmektedir.

Sosyal medyanın küresel çapta oligopol piyasa yapısında olduğu görülmektedir. Bu nedenle oligopol piyasa yapısının geleneksel medya mülkiyetinde ortaya çıkardığı sorunların ilerleyen yıllarda sosyal medyada da olmayacağını bir garantisi yoktur. Sosyal

¹⁴⁶ "Twitter'dan Süleyman Soylu'nun nefret söylemi içeren tweetlerine kısıtlama" Birgün Gazetesi, 02.02.2021.

¹⁴⁷ "Twitter'ın Türkiye'de kapattığı hesaplarla ilgili raporda neler var?" BBC, 12. 06. 2020.

medya büyük ölçüde Google, Facebook, Twitter vb. birkaç şirketin kontrolünde olması bu riskleri küresel boyuta taşımaktadır.

Sonuç olarak gerek yeni medya gerekse sosyal medyanın yeni oluşumlar olduğu ve mevcut yasaların bu alanlarda yetersiz kaldığı anlaşılmaktadır. Bu da bu platformların etik sorunlar karşısında kendilerinin inisiyatif almalarına neden olmaktadır. Bu alanda yasal düzenleme yapılması gerekliliği tartışmaları uzun yıllardan beri devam etmekle birlikte henüz bir yasal düzenleme yapılamamıştır. Ayrıca bu alanda yapılacak yasal düzenlemenin siyasi iradeye bırakılması özellikle sosyal medyanın sağladığı özgürlükleri kısıtlama riskini taşımaktadır. Bu nedenle yapılacak yasal düzenlemelerin sadece siyasetin inisiyatifine bırakılmaması tüm paydaşların katılımı ile bir düzenleme yapılması gerektiği düşünülmektedir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE MEDYA SEKTÖRÜNDE ÇALIŞANLARIN DURUMU

4.1. Çalışma Grubu

Türkiye medyasında son 20 yılda yaşanan mülkiyet değişimlerinin gazetecilerin çalışma ilişkileri ve prensiplerine nasıl yansıdığı alanda çalışmış veya çalışmakta olan gazetecilerle yapılacak yarı yapılandırılmış görüşmeler ile ortaya koyulacaktır. Çalışma grubunun belirlenmesinde amaçlı örnekleme tekniklerinde ölçüt örnekleme tekniği dikkate alınmıştır. Amaçlı örneklemenin mantığı *“derinlemesine anlama üzerine yaptığı vurgudan gelir*. Bu durum, çalışmanın derinliği için zengin bilgi içeren durumların seçimine yol açar. Zengin bilgi içeren durumlar, araştırmanın amacına yönelik merkezi öncemdeki hususlar hakkında oldukça şey öğrenilebilmesinden kaynaklanmaktadır” (Patton, 2018: 46). “Bu anlamda amaçlı örnekleme yöntemleri pek çok durumda olgu ve olayların keşfedilmesinde ve araştırılmasında yararlı olur”. Ölçüt örnekleme tekniği “önceden belirlenmiş bir dizi ölçütleri karşılayan bütün durumların çalışılmasıdır. ” (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 118-122). Araştırmada görüşme yapılan kişiler amaçla ilgili belirlenen ölçütlere sahip kişiler ile yapılmıştır. Bu doğrultuda araştırmada incelenen 2002-2020 yılları arasında medyada gazeteci olarak çalışmış veya çalışıyor olmak temel ölçüt olarak alınmıştır. Katılımcıların görüşleri gizlilik esasına dayanılarak, isimleri verilmeden (K harfi ile) kodlanarak aktarılmıştır. Bazı katılımcılar isimlerinin araştırmada yer alması konusunda izin verirken bazıları isimlerin yer almasını istememişlerdir.

4.2. Veri Toplama Süreci ve Araçları

2002-2020 yılları arasında yaşanan mülkiyet dönüşümünün gazetecilerin çalışma ilişkileri ve prensiplerine yansımalarını anlamak adına araştırmada incelenen dönem içerisinde ana akım öncelikli olmak üzere medyada çalışan ve çalışmış gazetecilerle yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılması planlanmıştır. Görüşmede kullanılan sorular, çalışmanın varsayımları dikkate alınarak ve gazetecilerin çalışma hayatında en çok karşılaştıkları sorunlar üzerine durularak hazırlanmıştır. Bu konuda ayrıca gerek akademik gerekse gazetecilerin yazıları üzerine alan yazın taraması yapılmış, uzman görüşüne başvurulmuş (danışman, iki öğretim elemanı ve alanda çalışan bir gazeteci) ve sorular son halini almıştır.

Görüşme formu demografik sorular haricinde 16 başlık altında oluşturulmuştur. Görüşme formu yarı yapılandırılmış olup görüşülen kişinin pozisyonu ve mesleki deneyimlerine ve görüşmenin akışına göre bazı farklılıklara gidilmiştir. Görüşme formunun

soruları kesinleştirildikten sonra etik kurul onayına gönderilmiş ve etik kurul onayı alındıktan sonra görüşmelere başlanmıştır. Görüşmeler esnasında verilerin standardize edilebilmesi adına görüşme formuna mümkün olduğunda bağlı kalınmaya özen gösterilmiş ve bazen görüşmenin akışına göre bağlamın dışına çıkmadan farklı sorular tercih edilmiştir. Görüşme formu; araştırmanın amacı ve kapsamına yönelik olarak gazetecilerin iş deneyimleri, mesleğe yönelik algıları (basın özgürlüğü, çalışma ilişkileri ve prensipleri, profesyonellik), medyada var olan sorunların çalışma ilişkileri ve prensiplerine yansımaları konusundaki görüşleri, medyanın genel sorunlarına yönelik algıları, yeni medya ve gazetecilik konusundaki görüşleri, medya mülkiyetinin yol açtığı sorunlara yönelik algıları, medya-sermaye siyaset ilişkilerine yönelik algıları ve sorunların giderilmesine yönelik önerilerini tespit edilebilmesine dönük sorulara yer verilmiştir. Araştırmanın analizi de bu başlıklar altında kategorilere ayrılmıştır.

Katılımcılar belirlenirken önce medya çalışanlarına yönelik bir araştırma yapılmış ve mail adresleri üzerinden görüşme talebi iletilmiştir. Maillere dönüş beklenenin çok altında (%4-5) kalmıştır. Katılımcılara ulaşabilmek adına gazeteci örgütleri ile temasa geçilmiş fakat gazeteci örgütleri gerek iş yoğunluğu gerekse üyelerinin iletişim bilgilerini vermek istememelerinden dolayı bu yolla katılımcılara ulaşılamamıştır. Katılımcılara ulaşmada tercih edilen bir diğer yöntem ise sosyal medya hesapları üzerinde mesaj yoluyla olmuştur. Bu yöntemle de geri dönüşlerin oranı oldukça düşük kalmış olmasına rağmen mail yöntemine göre daha yüksek düzeydedir. Mesaj yönteminin ilk sınırlığı ise gazetecilerin birçoğu kendilerine doğrudan ulaşma sağlayacak mesaj gönderme kanallarını kapatmış olmasıdır. İletişime geçilen katılımcılardan üçü bilgilendirme formu sonrası konu hakkında yeterli bilgi veremeyecekleri için görüşmeden vazgeçmiştir. Yine iletişime geçilen katılımcılardan bazıları kurumlarının kendilerine beyan vermeyi sözleşme ile yasakladığını belirterek görüşmeye katılamayacağını bildirmiştir. Gazetecilerin geri dönüş yapmamasında en önemli etkenin iş yoğunluğu ve beyan verme konusundaki sınırlamaların etkili olduğu düşünülmektedir. Gazetecilerle ilk iletişime geçme ve son görüşmenin yapılması arasında geçen süre beş aydır. Gazetecilerle iletişime geçme, görüşme takvimi belirleme, görüşmenin gerçekleştirilmesi zaman alan bir süreç olduğundan görüşmeler için planlanan takvimin (üç ay) dışına çıkmıştır. Görüşmelerin tamamı dijital ortamda gerçekleştirildiği için katılımcıların izinleri ve onayları görüşmelerde sesli olarak alınmıştır. Görüşme öncesinde katılımcılara görüşmede toplanan verilerin tez çalışmasında kullanılacağı, izin vermedikleri takdirde araştırmada isimlerinin yer almayacağı ve üçüncü kişilerle paylaşılmayacağı belirtilerek katılımcının rahat bir biçimde görüşlerini ifade etmesi sağlanmaya çalışılmıştır.

Görüşmelerde veri toplama araçları yarı yapılandırılmış görüşme formu ve bu görüşmelerde elde edilen gözlemlerden oluşmaktadır. Görüşmelerin yüz yüze yapılması planlanmış fakat gerek görüşmecilerin iş yoğunluğu gerekse Covid-19 pandemisinin ortaya çıkardığı koşullardan dolayı online görüşme uygulamaları (Skype, WhatsApp, Facetime) ve telefon aracılığıyla yapılmıştır.

Görüşmelere başladıktan sonra katılımcıların verdiği bilgilerin belirli bir doygunluğa ulaşması neticesinde görüşmeler sonlandırılmıştır. Toplam 22 gazeteci ile görüşme yapılmış ve görüşmelerdeki ses kayıtları deşifre edilerek yazıya dökülmüştür. Görüşmeler ortalama 40 dakika olmak üzere toplam 903 Dakika sürmüştür. Görüşmelerin deşifresi 123 Sayfadan oluşmuştur. Toplanan veriler soruların hazırlanmasına belirlenen kategorilere göre incelenmiştir.

Belirlenen kategoriler ve bu kategorilere göre görüşme formunda oluşturulan sorular:

1. Kategori: Gazetecilerin iş deneyimleri, mesleğe yönelik algıları (basın özgürlüğü, çalışma ilişkileri ve prensipleri, profesyonellik),
 - Gazetecilik mesleğini seçme nedeniniz nedir ve nasıl karar verdiniz? Gazetecilik sizin için nasıl bir anlam ifade ediyor?
2. Kategori: Medyanın genel sorunlarına yönelik algıları,
 - Sizce medyada yaşanan mülkiyet değişimleri meslek pratiklerine nasıl yansımaktadır?
 - Yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkışı ile birlikte medya oldukça çeşitlendi. Buna rağmen ana akım medyaya bakıldığında hala büyük çaplı holdinglerin kontrolünde olmasının altında yatan nedenler sizce nelerdir? Medya sadece bir işletme olarak düşünüldüğünde sizce kârlı bir sektör müdür?
3. Gazetecilerin yeni medya ve gazetecilik konusundaki görüşleri:
 - Yeni medya habercilik alanında çalışanlar için ne gibi olanaklar sunmaktadır.
 - Yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkışı medya sektörünü etkilediğini düşünüyor musunuz? Gazetecilik yapmak için bir medya kuruluşunun çatısı altında çalışma zorunluluğunun görece ortadan kalkması editöryal bağımsızlık konusunda ne derecede etkilidir?
 - Sosyal medyanın iktidarın hegemonya alanının dışında olduğu görüşüne katılıyor musunuz?
4. Kategori: Medyada var olan sorunların çalışma ilişkileri ve prensiplerine yansımaları konusundaki görüşler:

- Çalıştığınız süre boyunca iktidar veya farklı bir gücün baskısını hissettiniz mi? Böyle bir baskı hissettiyseniz bu daha çok ne şekilde yapılıyor?
 - Özgür bir şekilde haber yapabiliyor musunuz? Ya da herhangi bir engelleme ile karşılaştığınızda nasıl tavır alıyorsunuz?
 - Haber toplarken, yazarken veya yayınına izin verirken herhangi bir kaygı duyuyor musunuz? Duyuyorsanız bu kaygıların nedeni nedir?
 - Habercilerin iş güvencesi konusundaki varsa kaygılarının çalışma pratiklerine yansımaları nasıl oluyor?
 - Gazetecilik alanında gerek basın özgürlüğü gerekse çalışma ilişkileri konusunda mevcut yasal düzenlemeler sizce yeterli mi? Neler yapılabilir
5. Kategori: Medya siyaset kontrol ilişkilerinin yol açtığı sorunlara yönelik algıları, medya-sermaye siyaset ilişkilerine yönelik algıları ve sorunların giderilmesine yönelik öneriler.
- Medya sektöründe mülkiyet sahiplerinin farklı sektörlerde yatırımlarının olması veya farklı sektörlerde yatırımları olan şirketlerin medya sektörüne girmelerini nasıl değerlendirirsiniz?
 - 2000’li yıllarda medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümleri 90’lı yıllardaki dönüşümlerle karşılaştırdığınızda farkı var mıdır? Medya siyaset ilişkileri bağlamında değerlendirebilir misiniz?
 - AK Parti iktidara geldiği 2002 yılından sonra ana akımda mülkiyet dönüşümleri olmasına rağmen (Dinç bilgin, Uzan Grubu, Çukurova grubunun el değiştirmesi gibi) 2007 yılında kadar medyada mülkiyet değişimlerine direkt olarak müdahale etmemiştir. Fakat 2007 sonrasındaki mülkiyet dönüşümlerinde doğrudan veya dolaylı müdahaleler olduğu bilinmektedir. Bunun nedenleri sizce nelerdir?
 - 2007 sonrasında yaşanan mülkiyet değişimlerini Antonio Gramsci’nin hegemonya ve tarihsel blok kavramları çerçevesinde değerlendirebilir misiniz? (Özetle hegemonya kuramı: küçük bir azınlığın; eğitim, sendika, gazete vb. aygıtları kullanarak rıza ürettiğini ve böylece hâkimiyetini sürdürdüğünü iddia etmektedir. Tarihsel blok ise hegemonyanın tesisi ile birlikte sivil toplum ve politik toplumun birbirine eklemlenmesi olarak özetlenebilir). Bu bağlamda değerlendirdiğinizde siyasal iktidarın tarihsel blok olması yolunda medya ne gibi bir rol oynamaktadır?

- Son olarak medyada özellikle mülkiyet kaynaklı sorunların giderilmesi adına neler yapılabilir? Bu konudaki önerileriniz nelerdir?

4.3. BULGULAR

Türkiye’de son yirmi yılda yaşanan mülkiyet dönüşümlerini ele alan bu çalışmanın ilk üç bölümünde süreç medya siyaset ilişkileri ekseninde ele alınmıştır. Yaşan mülkiyet dönüşümünün yapısal dönüşümlere de neden olduğu ve “medya sektöründe çalışanlar sektörde yaşanan mülkiyet değişimlerden ve bu değişimlerin getirdiği atmosferden olumsuz etkilenmektedir” varsayımından hareketle sektörde çalışan gazetecilerle görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeye katılan ve görüşlerine başvuru gazetecilere yönelik tanıtıcı bulgulara (meslek, çalışma süresi, eğitim, çalıştığı kurumlar) yer verilmiştir. Yaş, gelir düzeyi, cinsiyet gibi demografik bilgiler çalışma kapsamının dışında tutulmuştur. Araştırma sorularından ve katılımcılardan elde edilen veriler doğrultusunda temalar oluşturulmuş (mesleğe yönelik algıları, medyanın genel sorunlarına yönelik algıları, çalışma pratikleri ve çalışma ilişkileri, yaşanan mülkiyet dönüşümlerinden nasıl etkilendikleri) ve veriler bu temalar çerçevesinde analiz edilmiştir. Verilerin analizinde kullanılan yöntem betimsel analiz yöntemidir ve bu yöntemde sıklıkla “görüşülen ya da gözlemlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sıklıkla yer verilir” (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 239). Verilerin temalara göre belirlenmesinde Excel programından yararlanılmıştır.

4.3.1. Katılımcılar Hakkında Tanıtıcı Bilgiler¹⁴⁸

Tablo 4.1 Katılımcıların demografik özellikleri

	Meslek (unvan)	Öğrenim durumu	Meslekteki kıdemi (Yıl)	Çalıştığı pozisyonlar
K1	Gazeteci (Aktif çalışan)	İşletme (Lisans)	15 yıl	Muhabir, Editör, Yazı işleri
K2	Gazeteci (Aktif çalışan)	Edebiyat (Lisans)	40 yıl	Muhabir, Editör, Program Yapımcısı, Köşe Yazarı
K3	Gazeteci (Aktif çalışan)	Fen Edebiyat Fakültesi (Lisans)	25 Yıl	Muhabir, Foto muhabiri,
K4	Gazeteci	Siyaset Bilimi	29 Yıl	Muhabir, Editör,

¹⁴⁸ Katılımcılar hakkında EK-3’de ek bilgiler verilmiştir.

	(Aktif çalışan)	(Lisans, YL)			
K5	Gazeteci (Aktif çalışan)	Siyaset Bilimi (Lisans)	22 Yıl		Muhabir, Köşe Yazarlığı, Yayın koordinatörlüğü
K6	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik ve Halkla İlişkiler (Lisans)	35 Yıl		Muhabir, TV Programcısı, Genel Yayın Yönetmenliği,
K7	Gazeteci (Aktif çalışan)	Lise	24 Yıl		Editör, köşe yazarı, muhabir
K8	Gazeteci (Emekli, Aktif çalışan)	Basın Yayın (Lisans)	42 Yıl		Muhabir, haber müdürü, araştırmacı yazar, köşe yazarlığı, okur temsilcisi
K9	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik (Doktora)	23 Yıl		Muhabir, Program yapımcısı
K10	Gazeteci (Aktif çalışan)	Marka Yönetimi (Yüksek L.)	20 Yıl		Muhabir,
K11	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik (Lisans)	26 Yıl		Muhabir, Yazı işleri, haber merkezi editörlükleri, yazı işleri müdürlüğü
K12	Gazeteci (Aktif çalışan)	Medya ve İletişim (Yüksek L.)	22 Yıl		Radyo ve TV Programcısı, Yapımcı, Muhabir, Köşe Yazarı, Yazı İşleri Müdürü
K13	Gazeteci (Aktif çalışan)	İktisat (Yüksek L.)	30 Yıl		Muhabir, Araştırmacı, Köşe yazarı,
K14	Gazeteci (Aktif çalışan)	Lise	30 Yıl		Muhabir, Yönetici
K15	Gazeteci (Aktif çalışan)	Lise	33 Yıl		Muhabir, Köşe Yazarlığı, Program yapımcısı
K16	Gazeteci (Aktif çalışan)	RTS (Lisans)	30 Yıl		Muhabir, Köşe yazarı, Moderatör
K17	Gazeteci (Aktif çalışan)	Sosyal Bilimler (Lisans)	29 Yıl		Muhabir, Bölge Temsilcisi

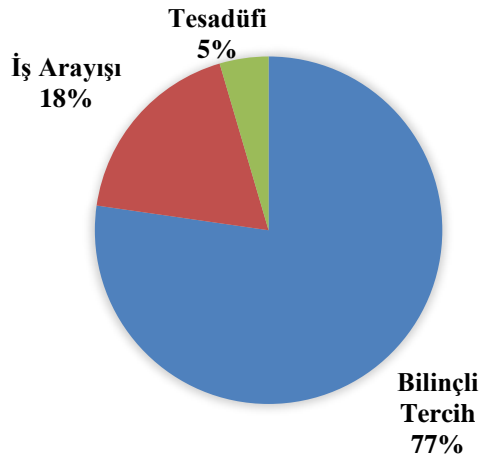
	çalışan)			
K18	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik (Lisans)	8 Yıl	Muhabir, Editör
K19	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik (Yüksek lisans)	26 Yıl	Düzeltilen, Redaktör, Editör, Muhabir, Koordinatör, Haber müdürü, Dijital medya sorumlusu
K20	Gazeteci (Aktif çalışan)	Lise	26 Yıl	Muhabir, Bölge temsilcisi, Birim Şefliği
K21	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik (Lisans)	22 Yıl	Muhabir, Haber müdürü
K22	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik (Lisans)	25 Yıl	Muhabir, Editör, Bölge Şefi

Görüşlerine başvurulmuş katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde % 9'unun kadın % 91,9'unun erkek olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılara ulaşma aşamasında gazetecilere gönderilen mail, mesaj vs. %30'unun kadın gazetecilere gönderilmiş olmasına rağmen kadın gazetecilerden daha az dönüş gerçekleşmiştir.

Katılımcıların çalışma sürelerine bakıldığında ortalama 26.4 yıl olduğu en fazla süre çalışan katılımcının 42 yıl en az çalışan katılımcının ise 8 yıldır medya sektöründe çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların tamamı halen aktif gazetecilik yapmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeylerine bakıldığında % 59'unun lisans, %22.7'sinin lisansüstü ve % 18.1'inin lise mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların ikisi hariç tamamı ana akım medyada çalışmış veya çalışmakta olan gazetecilerden oluşmaktadır. Katılımcılar medyada farklı birimlerde çalışmış olmakla birlikte tamamı muhabir olarak çalışmış veya çalışmaktadır.

4.3.2. Gazetecilerin iş deneyimleri, mesleğe yönelik algıları (basın özgürlüğü, çalışma ilişkileri ve prensipleri, profesyonellik)

Araştırmanın bu bölümünde gazetecilerin mesleğe yönelik algıları ve mesleği tercih nedenlerine yönelik görüşlerine yer verilmiştir. Bu bağlamda katılımcılara, katılımcı bilgi formunda yer alan "Gazetecilik mesleğini seçme nedeniniz nedir ve nasıl karar verdiniz? Gazetecilik sizin için nasıl bir anlam ifade ediyor?" sorusu yöneltilmiştir.

Grafik 4.1 Gazetecilik mesleğini tercih etme nedenleri

Araştırmaya katılan gazetecilerin %77'si gazetecilik mesleğini bilinçli olarak tercih ettiklerini belirtmiştir. Bilinçli tercih yapan gazetecilerden 6'sı gazetecilik mesleğiyle lise yıllarından, 1'i ise ilkokul yıllarından itibaren ilgilendiklerini 3'ü ise aileden ve çevreden etkilendiklerini belirtmiştir. Gazeteciliği bir iş arayışı neticesinde tercih eden 5 kişi ise mesleğe iş arayışı neticesinde girmiş olmalarına rağmen kişiliklerine uygun bir meslek olduğu için devam ettiklerini özellikle belirtmiştir.

Gazetecilik sizin için ne anlam ifade ediyor sorusuna verilen yanıtlar ise genel olarak gazetecilik mesleğinin idealleri çerçevesinde olduğu anlaşılmıştır. Buna göre:

Tablo 4.2 Gazetecilik mesleğini seçme nedenleri

Temalar:	Topluma katkı	Toplumun ilerlemesi ve aydınlanmasına katkı	Vatana millete faydalı olma	Sessizlerin sesi olma	Toplumsal sorunları gündeme getirme ve çözümüne katkı sağlama	Toplumu bilgilendirme	Yaşam tarzı
K1	X				X		
K2	X		X				
K3	X					X	
K4	X	X					
K5							X
K6	X						
K7	X						
K8				X			
K9	X						
K10	X					X	
K11	X					X	
K12	X	X				X	

K13	X	X					
K14					X		
K15					X		
K16					X		
K17		X			X		
K18	X						
K19							
K20							X
K21					X		X
K22	X				X	X	X

Gazeteciliğin ne anlam ifade ettiği hakkındaki soruya ağırlıklı olarak toplumu bilgilendirme, toplumun ilerlemesine ve aydınlanmasına olan katkısından söz edilmiştir.

“Gazetecilik doğru anlamda yapıldığı zaman (toplumda sıkıntılı konularda çözüm getirebildiğiniz, toplumun ilerlemesine katkı sağladığınız, demokrasiye katkı sağladığınız zaman) mesleki tatmin düzeyi çok yüksek bir meslek.” K1

“Bir şeyleri değiştirme ve etkileme gücünü çok seviyorum. Sadece bir şeyi tespit etmekten ortaya çıkarmaktan ziyade ortaya çıkardığımız gerçeklerin bir sonuç yaratması bir şeyi dönüştürmesi, toplumu daha ileri gitmesi için bir farkındalık yaratması beni oldukça tatmin ediyor.” (K19)

“Gazetecilik benim için öncelikle halkın sesi olma anlamına geliyor. Toplumda dikkat çekmeyen sorunlara gazeteci olarak eğildiğiniz zaman yetkililerin gerekli adımları atması gazeteciliğin en önemli unsurlarından biri. Bazen oluyor ki vatandaş belli konularda gerekli başvuruları yapmasına rağmen düzeltme için adım atılmıyor bir gazeteci olarak o sorunu gündeme getirdiğimizde hızlı bir biçimde çözülüyor ya da çözümü için adımlar atılabiliyor. Gazetecilerin aynı şekilde sosyal medyada bir konuya ele alması bile etkili olabiliyor. Bu da yaptığımız işin tatmin düzeyini artırıyor. Gazeteciliğin topluma faydalı bir meslek olması mesleki tatmin düzeyi çok yüksek ve bu sizi bu ideale ister istemez bağlı kılıyor.” (K12).

“Gazetecilik benim için ilk olarak kişiliğime pozitif katkı sağladığını görmem adına önemli. Gazetecilik benim açımdan topluma faydalı bir meslek olması bakımından kutsal. Haksızlığa uğrayan, mağduriyet yaşayanlara karşı kamunun verdiği güçle bu hakları savunuyor olmak da aynı derecede önemli.”(K1).

“Medyanın toplumu aydınlatma gücünü fark etmem bunda en önemli faktördür. Bu vesile ile topluma, vatana ve millete daha faydalı olabileceğim inancı ile bu mesleği seçtim.” (K2).

“Gazetecilik benim için toplumu bilgilendirmek adına yapılan bir görev olduğu için ve toplumun aydınlanmasına katkı sağladığı için çok çok önemli olduğunu düşünüyorum.” (K4).

“Gazetecilik benim için öncelikle halkın sesi olma anlamına geliyor. Toplumda dikkat çekmeyen sorunlara gazeteci olarak eğildiğiniz zaman yetkililerin gerekli adımları atması gazeteciliğin en önemli unsurlarından biri. Bazen oluyor ki vatandaş belli konularda gerekli başvuruları yapmasına rağmen düzeltme için adım atılmıyor bir gazeteci olarak o sorunu gündeme getirdiğimizde hızlı bir biçimde çözülüyor ya da çözümü için adımlar atılabiliyor. Gazetecilerin aynı şekilde sosyal medyada bir konuya ele alması bile etkili olabiliyor. Bu da yaptığımız işin tatmin düzeyini artırıyor. Gazeteciliğin topluma

faydalı bir meslek olması mesleki tatmin düzeyi çok yüksek ve bu sizi bu ideale ister istemez bağlı kılıyor”. (K12)

“Gazetecilik kamuoyunun bilgilendirmesi, kamuoyu adına denetim görevinin üstlenilmesi. Gazetecilik sevmeden yapılabilecek bir iş değil. Gazetecilik sanatçılık gibi biraz gönül işi. Mesleki tatmin düzeyi yüksek.” (K22).

Görüşmeye katılan gazetecilerde dikkat çeken bir diğer unsur ise gazeteciliği bir yaşam tarzı gibi görmeleridir. Görüşmelerde genel olarak katılımcılar mesleğin zor olduğunu belirtmiş fakat mesleki tatmin düzeyinin çok yüksek olduğunu da altını çizmişlerdir. Genel olarak tüm zorluklarına rağmen katılımcıların gazetecilik mesleğini sevdiğini gözlemlenmiştir.

“Gazetecilik benim için hayatın anlamı, bir yaşam tarzı. Mesleğin sağladığı bilgi ve donanımı çok seviyorum. Yaptığımız işin önemini bu işin içerisinde olmayan insanlarla konuşurken daha iyi anlıyorum. Bazı şeyleri değiştiremeseniz bile etkimizin olduğunu gördüm. Değiştiremesen bile konu hakkında bir hassasiyet uyandırabilmenin bile önemli olduğunu gördüm. Ben mesleğe ilk başladığım yıllarda hormonlu gıdalar üzerine bir haber yapmıştım. Bir anda bu konuya çok ciddi bir ilgi oldu ve toplumda bu konuda hassasiyet oluştu. Bu benim mesleğin başın yaptığım işin ne kadar değerli olduğunu gösteren bir şeydi.” (K21)

“Gazetecilik çalışma şart ve koşulları zor olmasına rağmen çok güzel bir meslek. Gazetecilik mesleği sevmeden yapılabilecek bir iş değil. Gazetecilik benim hayatımla bütünleşmiş durumda, bu anlamda gazetecilik benim için yaşam biçimi diyebilirim.” (K5).

Katılımcıların verdiği cevaplarda dikkat çeken bir diğer unsur ise gazetecilik mesleğinin kişilikle ilişkili bir meslek olduğudur. Genel olarak meraklı ve araştırmacı kişiler olduğu anlaşılmıştır.

“Konulara olaylara merakım nedeniyle gazetecilik mesleğini seçtim. Bilgiye olan açlık ve onu gidermenin, hem kendim hem toplum için, yegâne yolu gazetecilikti.” (K3)

“Gazetecilik; sorgulamak, araştırmak, ulaştığı bilgiyi doğru şekilde ve kendisini yargı yerine koymadan cesaretle kamuoyuna aktarmak.” (K11).

“Ben her şeyin orijinal tanımına inana bir insanım. Gazetecilik de öyle. Ben şahsen araştırmacı bir yapıya sahibim. Gazeteci olmasam yine araştırmacı yönü olan bir meslek tercih ederdim. Gazeteciliğin birçok türü var ben araştırmacı gazeteciliğe yöneldim buna yönelmemin nedeni de şahsi tercihimdir. Ben ekonomi servisinde muhabir iken ‘ekonomi muhabirleri genelde basın toplantısına gider, iş dünyasını takip eder ne söyleniyorsa onu aktarır’ sorunların üzerine araştırma yapıyordum. Olaya vatandaş tarafından yaklaşır ve egemen güç her ne olursa olsun karşıya koyar ona göre gazetecilik yapardım. Fakat 2000’li yıllarda post-truth kavramının gazeteciliğe yerleşmesi ile birlikte son yıllarda bunun toplumda karşılığı nedir konusunda tereddüt içindeyim. Benim gazeteciliği seçmemdeki amacım hala baki ama insanların hakikate ihtiyacı olup olmadığından eskisi kadar emin değilim. Ama hakikate sonuna kadar bağlıyım. Bu hakikat burada dursun nasılsa bir gün birine lazım olacak ve bunu bulacak. Mesela Uğur Mumcu’nun köşe yazılarını, kitaplarını ilk okuduğumda gazeteci değildim. Onun yazılarını okuduğumda birtakım numaralar, tarihler, sayılar, evrak numaraları yazıyordu. Yazıyı okuyorsunuz bir anda parantez içinde bir sürü sayı, rakam tarih var. Bunu daha sonra Uğur Mumcu’nun

öldürüldükten sonra başka konuları araştırırken Uğur Mumcu'nun yazılarında kullandığı evrak, sayı numaralarından ilgili evraka ulaştım. Bunun ne kadar önemli olduğunu konu hakkında araştırma yaparken daha iyi anlıyorsunuz. Ben de bunu bir kural gibi benimsedim ve hayatım boyunca da gerek yazılarımda gerekse kitaplarımda bu yöntemi kullandım. Her zaman önemli olan hakikattir, hiçbir zaman algı olgunun, yalan gerçeğin yerini alamaz. En nihayetinde gerçek kendini gösterir (K13).

Görüşmeler esnasında dikkat çeken önemli unsurlardan biri gazetecilerin mesleğin zorluklarına rağmen yaptıkları işi sevdiğikleri hususudur. Bu durum gazeteciliğin tatmin düzeyi yüksek bir meslek olduğu şeklinde değerlendirilebilir.

4.3.3. Gazetecilerin Medyanın Genel Sorunlarına Yönelik Algıları

Bu kapsamda katılımcılara ilk olarak “sizce medyada yaşanan mülkiyet değişimleri meslek pratiklerine nasıl yansımaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre:

Tablo 4.3 Gazetecilerin Medyanın Genel Sorunlarına Yönelik Algıları

Temalar:	Doğrudan etkilenme	Mülkiyet sahibinin tutumuna göre etkilenme	Etkilenme	Kadro değişimi	İçeriklere yansıma	Olumsuz	Nötr
K1	X			X	X		X
K2	X			X			X
K3	X				X		X
K4	X						X
K5		X					X
K6			X	X		X	
K7	X			X		X	
K8	X				X	X	
K9	X				X	X	
K10		X					X
K11	X					X	
K12		X			X	X	
K13		X		X			X
K14						X	
K15		X			X	X	
K16			X				X
K17	X				X	X	
K18	X			X	X	X	
K19	X			X	X	X	
K20	X				X	X	
K21		X					X

K22							
K23			X	X		X	

Gazetecilerin tamamı kurumda mülkiyet değiştiği zaman çalışma pratiklerinin etkilendiğini belirtmiştir. Katılımcılar %59'u mülkiyet değişiminin etkisini olumsuz olarak değerlendirirken % 40.9'u nötr olarak değerlendirmiştir. Ayrıca medyada yaşanan mülkiyet değişimlerinin kadro değişimine yol açtığını, içeriklere de yansıdığını belirtmişlerdir. Katılımcılardan üçü (K2, K7, K20) mülkiyet değişimleri sonrasında iş güvencesi sorunlarının ortaya çıktığını belirtmişlerdir.

Mülkiyet değişimlerinin gazetecilik mesleğini olumsuz etkilediğini belirtenlerin görüşleri:

“Yandaş medya veya karşısındaki medya şu anda çoğu gazetecilikten gelmiyor. Gazeteciler belli anlayışların içine hapsediliyor. Medyanın genel durumu bu.” (K6)

“Bunun Doğan Grubu'nun Demirören grubuna geçişi üzerinden değerlendirebiliriz. Demirören Grubuna geçtiğinde kendi anlayışına göre belli başlı yayın politikaları benimsendi. Örneğin Hürriyet gazetesinden işten ayrılanlar oldu ayrılmayanlar da o yayın politikasına uyum sağlayanlardı zaten. Etkilememesi mümkün değil.” (K7).

“Ben şahsen satılmışlık duygusu hissediyorum. Ben Hürriyet'te çalışırken Simavi sattı, Doğan aldı, sonra Doğan sattı Demirören aldı. Her satışta gazetenin anlayışı, yöneticileri baştan aşağı değişti. Bu eskiden ağaların köylerini marabalarla, köyde yaşayanlarla birlikte satması gibi. İnsan böyle hissediyor, satılan masalar sandalyeler gibi hissediyor. Ben gazetecilik yaşamımda hep şöyle düşündüm: gazeteci bir markette çalışan kasiyer gibi veya bir fabrika işçisi gibi değildir. Bizler gazeteci olarak bir fikir işçisiyiz. Fikirlerimizle orada varız dolayısıyla itirazımızı veya desteğimizi ifade edebilme konuşabilmeliyiz. Fakat öyle anlar oluyor ki sizin ne düşündüğünüzün hiçbir önemi kalmıyor. Mesele Hürriyet'te Simavi döneminde sendika vardı, Doğan gelince zorlayarak sendikadan istifa ettirdi. Ama şunu da söylemeliyim Simavi ve Aydın Doğan döneminde bir şekilde insanlara bilgi aktarımı yapılabiliyordu. Demirören döneminde işler çok değişti. Düşünün gazetenin ilk sayfası birilerine gidiyor, orada fotoğraf beğenilmiyor değiştiriliyor ya da muhalefet liderlerinin konuşmaları haberde veriliyor ama iktidarı rahatsız edecek ifadeler çıkarılıyor.” (K8).

“Tabii ki olumsuz yansıyor. Gazetecilik haberi halka doğru bir biçimde ulaştırma işidir. Haberi şartlara göre eğip bükerseniz doğasından koparırız ve doğasından koptuğu için de yaşaması zor. (K9).

Editöryal bağımsızlık başta olmak üzere basın denetleme, bilgilendirme, haber aktarma görevleri çöktü.” (K11).

“Çalışanlar için ayrı bir sıkıntı. Gazeteci için haberinin-yazısının kırılması, makaslanması, kesilmesi istenmeyen bir durumdur. Bunu ben de yaşadım. Türkiye'de şu anda medya mülkiyet sahibinin çerçevesinin dışına çıkabilmek pek mümkün değil.” (K12).

“Olumsuz yönde yansıyor.” (K14).

“Medyadaki gerek gazete gerek görsel medyada çalışanlar için artık keskin kalem usta kalem gibi insan artık çok az. Patronlar talep ve vizyonları çerçevesinde gazetecilere etki ediyor. Buna karşı gelen gazeteciler de maalesef işsiz kalma sorunu ile karşı karşıya kalıyor.” (K15).

“Ben çalıştığım süre boyunca, çalıştığım kuruluşlarında defalarca sahiplik yapısı değişimine tanık oldum. Her değişimle yeni gelenin kendi görüş ve düşünceleri var ve bu otomatikman yayın anlayışına yansıyor. Şu anda aynı çalıştığım kurumda da farklı mülkiyet sahipleri ile çalıştım. Şu anda çok daha seçici olmak zorunda olduğumu hissediyorum. Haberin türünün ne olduğu önemli değil her tür haberde bir seçicilik var. Kurumun başındaki patronun tutumu direkt olarak yansıyor.” (K17).

“Oldukça olumsuz yansıdığını söyleyebilirim. Ben çalışırken bir mülkiyet dönüşümü yaşamadım ama çalıştığım kurumlarda arkadaşlardan dolayı bilgim var. Mülkiyet sahipliği çalışma pratiklerine doğrudan yansıyor. Ben Vatan gazetesinde çalışırken mesela aynı haberi Hürriyet gazetesinde çalışan muhabir ile aynı şekilde yapamıyordum. Bu benden kaynaklı olan bir şey değil tamamen kurumun yapısından kaynaklı. Vatan gazetesi benim ilk çalıştığım zamandaki (2014) durumu itibariyle siyasi baskıdan biraz daha kaçabiliyordu ama yıldan yıla hükümetin baskısı daha arttı. Bir haber için ilk yıllarda çok daha rahat hareket edip, başlıklar atabilirken iki yıl geçtikten sonra artık bunları yazamadığımızı fark ettim. Ben bu durum yüzünden yöneticilerle çok karşı karşıya geldim. Bazı haberler konusunda eğer bu konuda haber yapamıyorsak bu mesleği neden yapıyoruz dediğim çok oldu. Yöneticilerin de eli kolu bağlı maalesef. Şu anda medya ortamında bir kere üzeriniz çizildiği zaman mesleğe dönmeniz çok zor. Gazetecilerin üzerinde büyük bir baskı oluşturuyor bu durum.” (K18).

“İlk olarak işini yaygın medyada veya iktidara yakın medyada da işlerini yapmaya çalışan gazeteciler hala var. Orada çalışan herkes yandaştır veya iyi gazeteci değildir diyemeyiz. Fakat meslek pratiklerine şöyle bir zarar getirdiler. Kalifiye gazetecilerin büyük çoğunluğu bu kurumların dışına gitti. Ayrıca insan kaynağı anlamında veya gazeteciliğin gelişmesi, sektörü ileriye taşımak anlamında bir yatırım yapılmıyor. Motivasyonları gazete veya gazetecilik değil. Bu insanların medyaya giriş nedeni de bu değil.

Meslek pratikleri ile ilgili çok basit bir şey söyleyeyim. Bir parlamento muhabiri yirmi yıldır aynı gazetede çalıştığını varsayalım. Yirmi yıl önce meclise gittiğinizde meclis görüşme veya meclisin işleyişi ile ilgili vekillere sorular sorardınız. Kafanı kurcalayan bir şey varsa onunla ilgili çapraz görüş almaya çalışırdınız. Mesela mimariyi etkileyen bir görüşme varsa Mimarlar Odasından görüş alırdınız. Yani gazeteci sürece katkı sağlardı şimdi ise tamamen aktarıcı pozisyonunda çalışıyor. Bütün önemli olaylarda eğer siz bir haber kanalıysanız toplumu kuşatan tüm politik çizgilerden görüş alırsınız o refleksler de kaldı ortadan. Mesela muhalefet tarafında çok önemli gelişmeler oluyor, bu gelişmeler olduğunda medyaya göremiyorsunuz. Böyle bir kurumda işe alınan bir gazetecinin de öğreneceği gazetecilik budur. Eğitimi kesinlikle hafife almıyorum ama gazetecilik büyük oranda yapılırken öğrenilen bir iş. Dolayısıyla yeni işe başlayan bir gazetecinin gördüğü tablo bu olunca yeni gazetecilerin yetişmesine de olumsuz yansıyor”. (K19).

“Ben kendi yaşadığım bir örnek üzerinden bunu değerlendireceğim. Mesele ben daha önce çalıştığım kurumda resmi kurumlarla ilgili bir haber yapacağım zaman kolaylıkla ilgili kurumlarla irtibata geçebiliyordum. Şimdiki durumda ise bunu yapmak daha zor. Resmi kurumlar devletin bir kurumu mu yoksa bir partinin kurumu mu arasında fark azaldı. Parti devleti eleştirisi de buradan kaynaklanıyor. Bu resmi kurumlarla ilgili haber yapmanın zor olmasının yanı sıra bazı kurumlarda olumsuz bir durumu haber yaptığınızda en iyi ihtimal işinizden olursunuz. Ben defalarca yargılandım, ceza da aldığım oldu ama bunlar yaptığım haberin doğruluğu veya gazeteciliğin pratikleri ile ilgili değildi. Mülkiyet değişimleri sonrasında mesele haber üreten kurumlarda ciddi bir ast üst ilişkisi ortaya çıktı”. (K20).

“Doğan grubunda çalışırken yaptığımız haberler bir dönem çok iyi işler çıkarıyorduk. Toplum her alanda ilgilendiren konularda haberler yapıyorduk. Fakat 2009-2010 yıllarından itibaren bu haberlerin gazete yönetimi tarafından çok iyi karşılanmadığını gördük. Daha önce manşetten verilen haberler ya hiç verilmemeye ya da görülmeyecek bir biçimde verildi. Bazı medya kuruluşlarında arkadaşlarımız doğrudan baskıya uğradı. Yani sadece mülkiyet dönüşümü değil esasında çok öncesinde başlayan bir dönüşüm var. Bir baskı mekanizması oluştu. Sarı öküzü kaptırmayalım hikâyesinde sarı öküzü kaptırmak gibi oldu. Bunda tabii medya sektörünün başka alanlarda yatırımı olması en önemli etken. Farklı alanlardaki yatırımları olmasından dolayı medya üzerinde baskı uygulanabiliyor.” (K22).

Olumsuz yönde görüş belirten gazetecilerin birçoğu kendi deneyimlerinden yola çıkarak bu yönde değerlendirme yapmıştır. Özellikle içeriklerin etkilenmesi konusunda hassasiyetlerinin olduğu gözlemlenmektedir. Katılımcılar bu durumdan genel olarak gazetecilik mesleğinin de olumsuz etkilendiğini belirtmişlerdir. Örneğin (K19) adlı katılımcı her ne kadar eğitim alınmış olsa da gazetecilik mesleğinin büyük oranda yapılrken öğrenildiğini ve mevcut ortamda mesleğe yeni başlayan gazetecilerin yetişmesinin de bu durumdan olumsuz etkilenebileceğini ifade etmiştir. Bunun yanı sıra medyada yaşanan dönüşümün kalifiye gazetecilerin sayısının azalmasına yol açtığını ve medyaya giriş yapan patronların da mesleği ileri taşımak anlamında bir çabalarının olmadığını ifade etmiştir. Bunun yanı sıra bu patronların zaten temel motivasyonlarının gazetecilik olmadığını sektöre girişin nedeninin de gazetecilik olmadığını altını çizmiştir.

Deutcshe Welle’de çalışan (K20) resmi kurumlardan haber elde etmenin zorlaştığını bu kurumların devlet kurumu mu yoksa bir partinin kurumu mu olduğunu anlamakta zorlandığını ifade etmiştir. Bu durum sadece medya üzerinde değil aynı zamanda belli resmi kurumlarda da medyaya karşı bir tavır konulduğunun göstergesi olarak görülebilir.

Mülkiyet değişimlerinin gazetecilik mesleğini etkilediğini kabul edip bu etkiyi nötr bir biçimde değerlendirenlerin görüşleri:

“İmtiyaz sahibi değişince özellikle ulusal medyada var olan bir kültür vardır, kadrolar da değişir özellikle yönetim kadroları nezdinde bir değişim olur. Medyada da bu kadro değişimi kaçınılmaz olarak yaşandı. Sermaye bir yayın grubunu aldığı anda alan şirketin bir ideolojik bir duruşu varsa ister istemez bir yayın politikası benimseniyor. Etkilenmemesi söz konusu değil.” (K1)

“Elbette. Son dönemlerde medyada çok sayıda mesleğin içerisinden gelen isim işlerinden oldu. Bu ortam da meslek pratiklerini etkiliyor. Medyada her alanda torpil olması deneyimsiz, gazetecilikten bihaber isimlerin önemli görevlere gelmesi de yine bir etken. Medyada sahipliğin etkisiyle torpilli kişilerin işe alınması gazetecilik mesleğinin doğasını doğrudan etkiliyor.” (K2)

“Sahibi kimse yayın organının pratiği onun duruşuna göre değişiyor. Mülkiyet değişimi çoğu zaman çizgi değişimini beraber getiriyor.” (K3)

“Tabii ki yansıyor.” (K4).

“Tabii ki yansıyor. Burada yönetici veya patronun nerede durduğu önemli. Bir medya kuruluşunun üç ortağı vardır; birinci ortağı sahibidir, ikinci ortağı onu izleyen okuyandır, üçüncü ortağı ise çalışanlardır. Üç ortaklı bu yapıda iyi bir denge kurulmadığı takdirde içerikler bundan etkilenir.” (K5).

“Bu biraz gazeteciden gazeteciye veya gazetecinin uzmanlık alanına göre değişir. Daha az eşelemek zorunda kalınabiliyor.” (K10).

“İlk anda çok güzel açıklamalar yapılır sonra hiçbir değişiklik olmaz. Sadece kadrolar değişir, yeni yönetime uygun kadrolar gelir. Yapısal olarak değişen bir şey olmaz, medyanın işleyişinde bir değişim olmaz.” (13).

“Yansıyor tabii ki. Mesela Star Gazetesi el değiştirdi. Uzan grubundan başka gruba geçince Uzancı olarak bilinen isimler başka camiaların adamı oldu. Milat gazetesi mesela Numan Kurtulmuş’un gazetesiydi, Numan Kurtulmuş AK Parti’ye geçince gazete çalışanların çoğu da AK Parti’ye yakın yayın anlayışını benimsediler.” (K16).

“Tabii ki etkili oluyor. Fakat ben bir noktaya dikkat çekmek istiyorum. Gazeteler ve televizyonlar belli patronaj yapılarının altında toplandığı için haber merkezlerinin haber havuzları da ortak oluyor. Muhabirler haberlerini yapıyor ve haberlerini o havuza atıyor. Aynı gruba ait haber kuruluşları o havuzdan haberleri alıyor. Oradan belki beş gazete haber alıyor ama tek gazetede çalışabilecek kadar personel var. Belli pozisyonlarda editör gibi, genel yayın yönetmeni vb. gibi farklıdır ama beslendikleri haber kaynakları hepsinin aynıdır. Dolayısıyla mülkiyet değişimleri sektöre böyle bir zarar veriyor.” (K21).

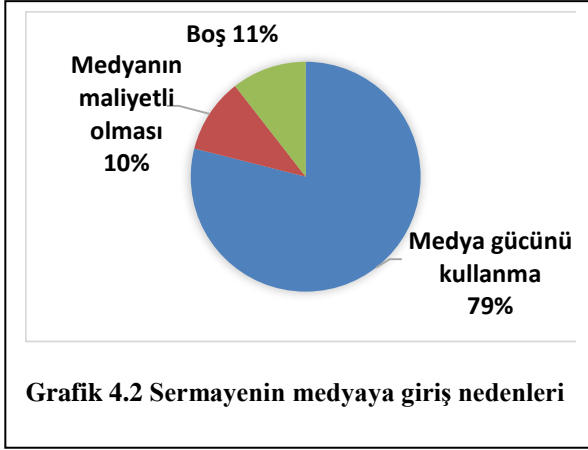
Mülkiyet değişimini nötr olarak değerlendirenler genel olarak bunu doğal bir sonuçmuş gibi görmektedir. Örneğin; K13, medyanın genel düzenine dikkat çekmiş, değişimin ilk dönemlerinde olumlu bir hava estirildiğini daha sonra ise değişen bir şey olmadığını belirtmiştir. K16, bu durumu medyadan örnekler vererek ifade etmiştir. K21 ise yine aynı tutumu göstermekle birlikte medyaya girişlerde tekelleşme olgusuna dikkat çekmiştir. Gazeteler veya televizyonların aynı çatı altında toplandığı zaman gazetecilerin çalışma alanlarının daraldığının altını çizmiştir. K2 ise sektörde torpilli kişilerin arttığını bunun da mesleğin doğasını etkilediğini belirtmiştir.

Elde edilen veriler doğrultusunda genel olarak medyada yaşanan mülkiyet değişimlerinin meslek pratiklerine etki ettiğini söylemek mümkündür. Görüşmeye katılan gazetecilerin tutumlarından son yıllarda yaşanan değişimlerin etkilerinin daha fazla olduğunun farkında oldukları gözlemlenmiştir.

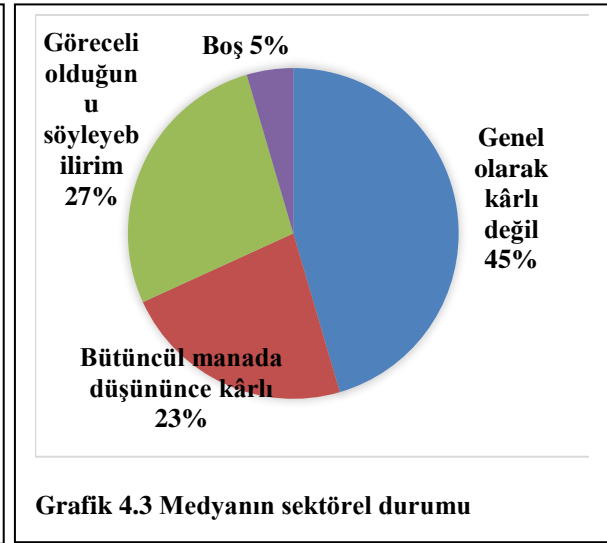
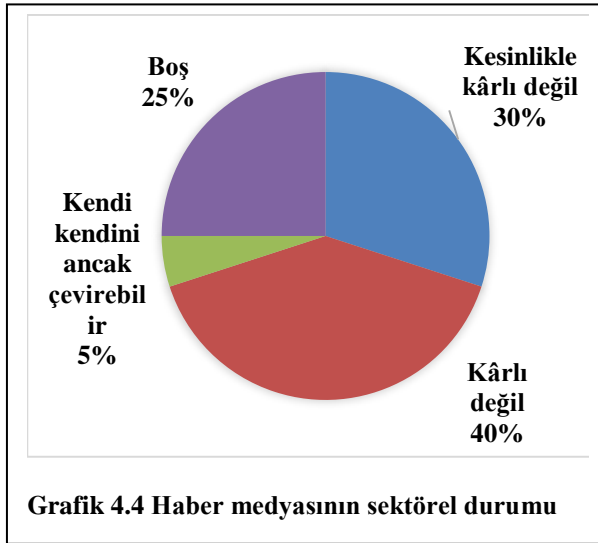
Gazetecilerin medyanın genel sorunlarına yönelik algılarını anlama adına ikinci olarak; “yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkışı ile birlikte medya oldukça çeşitlendi. Buna rağmen ana akım medyaya bakıldığında hala büyük çaplı holdinglerin kontrolünde olmasının altında yatan nedenler sizce nelerdir? Medya sadece bir işletme olarak düşünüldüğünde sizce kârlı bir sektör müdür?” sorusu yöneltilmiştir.

Araştırmaya katılan katılımcıların %79’u dijitalleşmenin çok yoğun yaşandığı ve medyanın çok çeşitlendiği çağımızda ana akım medyaya girişlerin temel nedeninin medyanın

verdiği gücü kullanmak olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcıların % 10'u ise ana akım medyanın yüksek maliyetlerinden dolayı büyük çaplı şirketlerin bu alana girebildiğini belirtmişlerdir.



Medyanın sektörel olarak kârlı olup olmadığı sorusuna ve ayrıca haber medyasının kârlı olup olmadığına yönelik verilen cevaplar:



Katılımcıların sermayenin medyaya girmesindeki temel motivasyonunun genel olarak medyanın var olan gücünün kullanma amaçlı olduğunu belirtmişlerdir. Medya bir yatırım alanı olarak maliyetleri ile birlikte düşünüldüğünde doğrudan kâr edilebilecek bir sektör olmaktan ziyade medya sayesinde elde edilen gücün şirketlerin diğer faaliyet alanlarına katkı sağladığı görüşü yaygındır. Katılımcılar haber medyasının özellikle kârlı bir alan olmadığını zaten bu alana girişlerde doğrudan kâr elde etmekten ziyade dolaylı kâr elde etme modellerinin geçerli olduğunu belirtmiştir. Katılımcılar haber medyasının doğası gereği da kâr elde edilebilecek bir alan olmadığını ifade etmişlerdir.

“Medyaya özellikle ana akım medyaya yatırım yapmayı konjonktürel olarak görüyorum. Örneğin; Doğan grubunun satışı ve Demirören grubunun satın alma süreci üzerinden değerlendirecek olursam Demirören’in bunu ben medyada güçleneyim, büyüyeyim mantığı ile yapmadığı bilinen bir gerçek. Bence ne Doğan Holding’in sektörden çıkışı ne de Demirören’in büyümesi tesadüfi değil. Türkiye şartlarında da bu gayet olağan bir durum, ileride farklı medya kuruluşlarında da benzer şeyler görebiliriz”. (K1)

“Holdinglelerin medyaya yönelmesinin nedeni tamamen medya gücünü kullanma amaçlı. Medya hangi holdinge bağlıysa onun çıkarlarını gözetliyor. Holdinglerin medyaya yönelmesinin sebebi kendi işlerini daha rahat bir biçimde yürütebilme aksi bir durum yaşanırsa medyayı siyasete karşı bir şantaj unsuru olarak kullanmadır. (K2)

“Bunun yegâne nedeni, medya gücünü kullanarak bir yerlere ulaşma, bir yerleri baskı altına alma, işini yaptırmak için araç olarak kullanmaktır.” (K3).

“Medya sahibi olan bir grup güçlü bir grup olarak algılanır”. (K5)

“Medyaya yatırım genel olarak güç amaçlı yapılıyor. Holdinglerin büyük şirketlerin buna yönelmesinin nedeni bu. Mevcut koşullarda basın iki gelir kapısı var bir reklam geliri ve resmi ilanlar. Belli bir destek almayan medya kuruluşlarının ayakta durması zor.” (K7).

“Medyadan para kazanmaktan ziyade medya sayesinde para kazanma söz konusu. Medya sayesinde özelleştirmelerden alınan pay söz konusu. Medya sayesinde hem kar hem de güç elde edildi.” (K8).

“Holding veya şirketlerin medyaya girmelerinin altında yatan ana etken ekonomik getiriden ziyade onun sağlamış olduğu güçtür.” (K9)

“Temel neden tabii ki basının gücünü elde tutmak ve her zaman olduğu gibi ticari gücünü pekiştirmek, nüfuzu korumak. Medya, yatırımcısına doğrudan “mali kâr” değil dolaylı “kâr” getiren bir sektör. Tabii ki bütün bunlar basının varlık nedeniyle çelişkilidir.” (K11).

“Çok daha farklı yatırım alanları olmasına rağmen buna yönelmelerinin nedeni büyük ölçüde medyanın sağladığı güç.” (K12).”

“Ekonomik pozisyonlarını korumak için devlet üzerinde bir baskı, silah veya zırh olarak kullanılmak istenmesini bunda neden olarak görüyorum.” (K15).

“Bunun altında iktidarla olan ilişki ve ticari ilişkileri yatıyor. Holdingler yatırım güçlerinin daha yüksek olması için daha çok sektöre giriş yapıyorlar.” (K16).

“Medya patronları medyayı diğer işlerinde veya kişisel olarak bir koruyucu kalkan olarak görüyor. Şu an medya sektörüne baktığımız zaman holding sahiplerinin büyük bir bölümü elinde bulundurduğu gücü gerektiğinde kendi lehine kullanabilme olanağına sahip. Zaman zaman bunun bu şekilde kullanıldığını da görüyoruz.” (K17).

“Medya finansal olarak kârlı olduğunu düşünmüyorum. Başka sektörlerde medyanın verdiği güç ile birlikte düşünüldüğünde kârlı olabilir ancak. Bu alan yatırım yapanların zaten temel motivasyonu bu.” (K22).

“İş insanlarının medyaya yaptıkları yatırım yapmalarındaki temel motivasyon kaynağı diğer sektörlerdeki yatırımları için kolaylık sağlamak olduğunu söyleyebilirim.” (K20).

“Dünyada medyanın mülkiyet yapısına bakıldığında benzer bir yapı görülmektedir. Medya büyük çaplı yatırımlar gerektiren bir alan olduğu için buraya da büyük şirketler giriyor.” (K4).

“Görsel medya yani televizyon konusu çok pahalı bir alan büyük yatırımlar gerektiriyor, ücretler olağanüstü.” (K13)

“Sermaye grupları içerisinde yer alan medya şirketleri bu şirketleri içerisinde en az kârlı olanıdır hatta çoğunun kendi içinde zarar ettiğini söyleyebiliriz. Bir gazete kurmak bir televizyon kurmak hiç kolay değil. Ulaştırma servisinden yemekhanesine, ekipmandan maaşlara, SGK primlerinden sağlık sigortasına kadar inanılmaz bir maliyet var. Bu maliyetleri karşılayabilecek tiraj veya reklam gelirin sahip değiller. Fakat sermaye medyası bunu diğer alanlardaki kazanımları ile telafi edebiliyor. Krediler mesela bu telafi unsurlarından biri.” (K18).

Katılımcılardan (K4, K13, K18, K20) ana akım medyaya yatırım yapmanın maliyetli olduğunu ve büyük çaplı şirketler dışında bu alanda yatırım yapmanın zor olduğuna dikkat çekmişlerdir.

4.3.4. Gazetecilerin Yeni Medya Ve Gazetecilik Konusundaki Görüşleri

Araştırmanın bu bölümünde gazetecilerin yeni medya ve gazetecilik mesleğine yönelik algıları ve görüşleri değerlendirilmiştir. Bu bağlamda katılımcılara yöneltilen sorular:

- Yeni medya habercilik alanında çalışanlar için ne gibi olanaklar sunmaktadır.
- Yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkışı medya sektörünü etkilediğini düşünüyor musunuz? Gazetecilik yapmak için bir medya kuruluşunun çatısı altında çalışma zorunluluğunun görece ortadan kalkması editöryal bağımsızlık konusunda ne derecede etkilidir?
- Sosyal medyanın iktidarın hegemonya alanının dışında olduğu görüşüne katılıyor musunuz?

Bu kategori altında ilk olarak “yeni medya habercilik alanında çalışanlar için ne gibi olanaklar sunmaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya gazeteciler genel olarak (olumlu ve olumsuz) çok yönlü bir biçimde cevaplar vermiştir. Katılımcıların görüşlerine göre yeni medyanın olumlu yanları:

Tablo 4.4 Gazetecilerin yeni medyaya yönelik görüşleri

Temalar:	Hız	Bağımsız	Zaman ve mekân sınırının ortadan kalkması	Mesleği kolaylaştırması	Düşük maliyet	Etkileşim (okurla)
K1	X		X			
K2				X		
K3	X				X	
K4	X	X	X	X		
K5				X		
K6						

K7	X			X		
K8	X	X		X		X
K9	X					
K10						
K11	X			X		
K12			X			
K13	X			X		
K14						
K15	X				X	
K16						
K17	X					X
K18	X			X		X
K19	X					X
K20	X	X				X
K21	X			X		
K22	X	X		X		

Katılımcıların verdiği cevaplar incelendiğinde gazeteciler için yeni medyanın en dikkat çekici yanı haber akış süreçlerini hızlandırmasıdır.

“Mesela kurumlarla ilgili haberler için önceleri kurum kurum gezerken şimdi WhatsApp grupları sayesinde anında haber alabiliyoruz.” (K1).

“Daha fazla kitleye daha hızlı ulaşma imkânı var”. (K3).

“Gazetecilerin çalışma koşullarını kolaylaştırdı, haber akışını hızlandırdı, habere ulaşımı kolaylaştırdı.” (K4).

“Habercilik açısından bu olumlu, daha çok ve daha hızlı haber akışına yol açtı” (K7).

“Bilgiye ulaşım ve bilgiyi insanlara ulaştırma da inanılmaz biçimde hızlandı.” (K8).

“Hızlı haber akışı”. (K9).

“Haber üretim sürecini hızlandırdı ve kolaylaştırdı.” (K11)

“Yeni medya şu an çok etkili. İlk olarak okuyucuya veya izleyiciye anında ulaşabilme olanağı sağlıyor. Haberi anında aktarabiliyorsunuz. Herhangi bir köşe yazarının yazısına kolaylıkla ulaşabiliyorsunuz.” (K17).

“İlk olarak gazetecinin habere erişimi ve haberi okura iletmesi arasındaki mesafenin ve zamanın kısalması en öne çıkan etkisi. Şu anda haberin okura ulaşması saniyeler içerisinde oluyor.” (K19).

“Haberin hızı oldukça arttı.” (K20).

“Teknolojinin sağladığı imkânlar sayesinde zaman ve mekân engelleri ortadan kalktı.” (K21).

“Bilgiyi yaymak kolaylaştı ve hızlandı fakat gazetecilik biraz masa başına döndü.” (K22).

Yine ağırlıklı olarak bu durumun gazetecilik mesleğinin yapılış biçimini kolaylaştırdığı ifade edilmektedir. Katılımcıların üçü yeni medyanın geleneksel medyaya göre daha bağımsız olduğunu ifade etmiştir. Bunun yanı sıra K15 kodlu katılımcı yeni medyanın yeni iş alanları yarattığını, K16 kodlu katılımcı ise medyanın güç eksenini değiştirdiğini

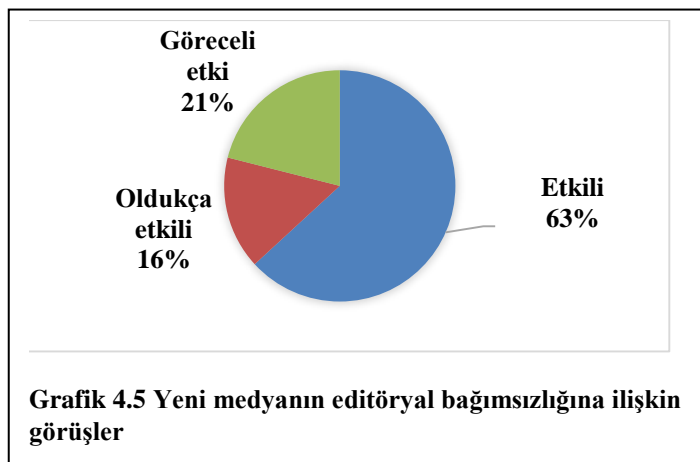
belirtmişlerdir. Genel olarak yeni medyanın sağladığı olanaklara olumlu bir yaklaşım olduğu gözlemlenmektedir. Fakat katılımcılar yeni medyanın olumsuz yönleri olduğunu da belirtmişlerdir. Bu bağlamda K4, K6, K8, K21, K22 kodlu katılımcılar yeni medyanın gazetecilik meslek alanını daralttığını ifade etmişlerdir. Bu görüşler daha çok haber akış hızı ve haber kaynaklarının çoğalmasi ile medyada daha az gazeteci istihdam edildiği, masa başi haberciliğin ortaya çıktığı şeklindedir. Bir diğer olumsuz yaklaşım ise araştırmacı gazetecilik ve özel haber kavramlarının ortadan kalktığıdır. Yeni medyanın birtakım etik sorunları beraberinde getirdiğini (K1, K9, K18) yalan haber kavramının yaygınlaştığı dikkat çeken olumsuzlukların başında gelmektedir.

Katılımcılardan ikisi (K1 ve K16) yeni medyanın yerel medyayı olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir.

Katılımcıların yeni medyaya çözümleri gereken sorunlu yanları olmasına rağmen genel olarak sağladığı olanaklardan dolayı olumlu yaklaştığı söylenebilir. Görüşmeler esnasında katılımcıların ifadelerinden yeni medya ve sosyal medyanın bağımsız bir alan yarattığı farkında oldukları gözlemlenmiştir.

Katılımcılara yöneltilen “yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkışı medya sektörünü etkilediğini düşünüyor musunuz? Gazetecilik yapmak için bir medya kuruluşunun çatısı altında çalışma zorunluluğunun görece ortadan kalkması editöryal bağımsızlık konusunda ne derecede etkilidir?” sorusuna verilen cevaplar:

Araştırmaya katılanların tamamı yeni medyanın ortaya çıkışı ile medya sektörünü etkilendiği ifade etmişlerdir. Yeni medyanın editöryal bağımsızlık konusunda ne derece etkili olduğu sorusuna ise katılımcıların 21’i cevap vermiştir. Buna göre:



Araştırmaya katılan katılımcılar yeni medyanın editöryal bağımsızlık üzerinde etkili olduğunu düşünmekle birlikte etik sorunlar barındırdığını belirtmişlerdir.

“Bu mecraları da çok dikkatli kullanmak/takip etmek gerekiyor. Kontrol dışı bir şey yaparlarsa, yararından çok zararı olabilir.” (K3).

“...Fakat burada profesyonel gazetecilerin yaptıklarını hariç tutarak şunu ifade etmem gerekir. Yeni medya veya sosyal medyada kısa metinlerle veya videolarla olayların veya olguların detayları atlanıyor. Tek bir yönüyle ele alınarak aktarılıyor bu da ciddi bir dezenformasyona neden oluyor.” (K5).

“Sokak röportajı yaparak gazetecilik yapan ve çok izlenen sosyal medya kanalları ayrı bir tartışma konusu. Çünkü gazetecilik bir dizi etik kuralları olan ciddi bir meslek.” (K7).

“Etkili ama ben bu editöryal bağımsızlığın gazetecilik etiği üzerinde sorun yaratabileceğini düşünüyorum. Çoğu yazı editör kontrolünden geçmiyor bu da bir takım sıkıntılara neden oluyor.” (K10).

“Konvansiyonel medya ile ilgili bir sürü yasal düzenleme var, gazeteciler mal varlığının beyanı sermaye ortaklığı olmaması, başka iş yapmaması vs. bir sürü kural kaideye bağlıyız. Sosyal medyada gazetecilik yapanların böyle bir sorumluluğu yok maalesef. İstisnaları bir kenara koyuyorum ama burada da gazeteciliği bir araç olarak kullanan kişiler çok fazla. İktisatta bir kural olarak bilinen “kötü para iyi parayı kovar” habercilikte de “kötü haber, yalan haber gerçeği kovar” şekline eviriliyor.” (K13).

“Bu tabii ciddi bir etik sorumluluğu da beraberinde getiriyor. Bu çerçevede medyada var olan etik kuralların sosyal medyada da olması gerekiyor. Bizler gazeteci olarak yaptığımız hatalardan dolayı yaptırımı maruz kalıyorsak bu kullanıcıların da bu sorumluluğun bilincinde olmalı. Bunu sağlayacak bir sistem geliştirmek gerekir diye düşünüyorum”. (K17).

“...Burada büyük bir kontrolsüzlük var, bilgiler teyit edilmeden servis ediliyor. Editöryal bağımsızlık belki bir noktada bunun önüne geçiyordu teyit edilmeden haberin paylaşılmasının önüne geçiyordu ama sosyal medyada böyle değil. Fakat özgürlük anlamında gazeteciliğe yine de çok katkısı olduğunu düşünüyorum. İleride bu alanda yeni kontrol mekanizmaları oluşturulabilir. Yani haberlerin teyit edilmesi noktasında.” (K18).

“Haber gazetecinin elinden çıktığı gibi herhangi bir filtreye takılmadan iletilebiliyor. Bu gazeteci için büyük bir avantaj. Tabii bu bir takım etik problemleri de beraberinde getiriyor.” (K20).

“Şöyle bir durumda var; denetimsiz bir mecra olduğu için spekülasyona açık. Eline mikrofonu alan istediği gibi bir konuyu speküle edebileceği bir alan.” (K22).

Katılımcıların %40'ı yeni medyada etik sorunların olduğuna doğrudan dikkat çekmiştir. Bu oran etik bakımdan yeni medyanın sorunlu yanları olduğunu göstermektedir. Özellikle gazetecilik eğitimi veya deneyimi olmayan kişilerin yeni medyanın sunduğu olanaklarla gazetecilik yapmasının bu durumun yaşanmasında bir etken olduğu düşünülmektedir.

Katılımcı K1; yeni medyanın yerel medya üzerinde olumsuz etkisi olduğunu, kendi ürettikleri haberleri kopyala yapıştır yöntemi ile alınıp sosyal medyada oluşturulan yerel haber sayfalarında paylaşıldığını ve konuda denetim mekanizması olmadığı için bunun önüne geçilemediğini belirtmiştir.

“Yeni medya ve özellikle sosyal medya gazeteciliği olumlu ve olumsuz anlamda önemli ölçüde etkiledi. Sosyal medyanın yerel medyayı özellikle olumsuz etkilediğini düşünüyorum. Örneğin herhangi biri

Instagram’da mesela “Gebze Haber” gibi bir sayfa açıp bunu bir gazetecilik faaliyeti gibi sunabiliyor. Haberlerin çoğu bizim gibi gazetelerden çekilip özgün haber gibi sunuluyor. Bizim haberlerimiz olmasa bunlar kendi başına haber üretmez. Bunların toplum nezdinde gazeteciliğin olumsuz algısını daha da artırdı. Mesela biz resmi günlük bir gazeteyiz ve bu bağlamda yasal sorumluluklarımız var ve bunların farkındayız fakat 200 TL gibi rakamlarla kurulan bir medya bizim karşımıza çıkabiliyor ve bizi kendisine denk görebiliyor. Bunu kontrol eden mekanizmaların da yokluğu buna neden oluyor.” (K1)

Yeni medya ve sosyal medyada denetimsizlik olmayışı bir takım etik sorunları beraberinde getirdiği bilinmektedir. Bu konuda yapılan akademik çalışmalar yeni medyanın bir ortam olarak özgürlüğünün altını çizmekle birlikte etik sorunlar taşıdığını öne sürmektedir. Yeni medyada görülen en temel etik sorunlar: *“Telif hakları, kişilik haklarının korunması, özel yaşamın gizliliği, mahremiyet, haber-reklam ayrımının belirsizleşmesi, ticari sır, veri güvenliği gibi sorunlar, ekonomi politik bağlamda değerlendirilmesi gereken sorunlardır ve internetteki mülkiyet ilişkileri, istihdam ilişkileri ve teknolojik bağımlılık gibi ekonomi politik çözümlene düzeyleri ile ilişkilendirilmeyen etik çözümler yetersiz kalmaktadır (Erdoğan 2013: 269).”* Yeni medyada etik sorunların giderilmesi adına *“büyük ölçüde mesleki örgütlenme ve yasal düzenlemelerden bağımsız çalışan yeni medya haberciliği bu durumun doğal bir sonucu olarak etik kurallarını henüz oluşturamamıştır. Bu doğrultuda en kısa zamanda mesleki örgütlenmelerin oluşması; etik ve yasal çerçevenin yeni medyanın olanakları ve sınırları çerçevesinde belirlenerek söz konusu alanda profesyonelleşmenin sağlanması gerekli görülmektedir (Vardal, 2015: 103).* Yeni medyanın etik sorunları olduğu akademik çalışmalarda ortaya konulmuş ve alanda çalışan gazeteciler de bu durumu doğrulamaktadır. Yapılan görüşmelerde bu etik sorunların çözülmesi adına öneriler getirilmiş fakat yeni medyanın sağladığı özgürlük ortamının zarar görmeyecek biçimde bir düzenleme yapılması gerektiği ayrıca belirtilmiştir.

Katılımcılardan (K13) sosyal medyanın sahiplik yapısının görmezden gelindiğini esasında bunun da potansiyel bir tehdit oluşturduğunu öne sürmüştür.

“Sosyal medyanın sahiplik yapısına da dikkat çekilmesi gerekiyor. Biz bugün konvansiyonel medyayı sahiplik yapısı üzerinden değerlendiriyorsak sosyal medyada da sahiplik yapılarına odaklanmak gerekir. Sosyal medya sahipleri bir hegemonik güç haline gelmiş, devlet başkanlarının hesaplarına müdahale edebiliyor, kullanıcı hesabı kapatabiliyor. Herhangi bir mahkeme kararı olmaksızın içeriklere doğrudan müdahale ediyor. Bu potansiyel bir tehdit.”

Bu kategori altında katılımcılara yöneltilen son soru “Sosyal medyanın iktidarın hegemonya alanının dışında olduğu görüşüne katılıyor musunuz?” sorusudur. Katılımcıların sosyal medya konusundaki verdiği cevaplarla oluşan temalar:

Tablo 4.5 Gazetecilerin sosyal medyaya yönelik görüşleri

Temalar:	Kontrol edilebilir bir mecra değil.	Siyaset görece etki edebilir.	Troller	Linç Kültürü	Bilgi kirliliği, yalan haber
K1	X				
K2	X		X		
K3	X				
K4	X			X	X
K5	X				X
K6		X		X	X
K7		X		X	X
K8		X			
K9		X			
K10		X			
K11					
K12		X	X		
K13				X	X
K14					
K15	X				
K16	X		X		
K17		X			
K18		X	X		
K19					
K20	X				
K21	X				
K22					X

Sosyal medyanın kontrol edilebilir bir alan olmasının zor olduğunu belirtmekten katılımcılar bunu daha çok sosyal medyanın yapısı ile ilişkilendirmektedir. Ayrıca sosyal medya şirketlerinin Türkiye merkezli olmamasının etkili olduğu düşünülmektedir. Buna göre katılımcıların verdiği yanıtlar:

“Sosyal medyanın tam anlamıyla kontrol edilebilir olduğunu düşünmüyorum. Sosyal medyanın yönetiminde iktidardan ziyade muhalefetin başarılı olduğunu düşünüyorum. Yanlış anlaşılmasın gerek iktidar gerekse muhalefet sosyal medyayı etkin kullanıyor ama muhalefet sosyal medya hususunda daha başarılı. Bunun da daha profesyonelce yapılmasından kaynaklandığını söyleyebilirim.” (K1).

“İktidar sosyal medyayı da kontrol altına almak istiyor. Fakat bunun zor olduğunu düşünüyorum.” (K2).

“Evet katılıyorum. Trol ordusu kullansalar da, bu alana istedikleri kadar etki edemiyorlar. Çünkü arkadan gelen kuşaklar artık sadece bu mecraları kullanıyor. İktidar istediği kadar çaba harcasın, bir şey yapamıyor.” (K3).

“Sosyal medya şu an da kontrol edilebilir değil fakat ileride yasalarla belki sınırlandırılabilir. Bence burada da ciddi sorunlar var. Sosyal medyanın tanıdığı özgürlük kullanıcıların sosyal medyayı kontrolsüzce kullanmalarına neden oluyor. Linç kültürü gibi mesela. Bunun önüne geçilmesi için bir düzenleme gelmeli ama bu ifade özgürlüğünü kısıtlamaya neden olmayacak şekilde yapılmalı. Fakat son olarak şunu da belirteyim düşününce sosyal medya ne yaparsanız yapın bağlamı gereği tam anlamıyla kontrol edilmesi pek mümkün değil.” (K4).

“Sosyal medya kimsenin hegemonya alanında değil, kontrolsüz bir alan olduğunu deneyimliyoruz. Fakat bu kontrolsüzlük ciddi sorunları da beraberinde getiriyor.” (K5).

“Kesinlikle katılıyorum. Sosyal medya nüfuz edilebilmesi çok zor bir alan.” (K15).

“Katılıyorum. Sosyal medya özgür bir ortam ama trolleri göz ardı etmemek lazım.” (K16).

“Katılıyorum. İktidarın etki etmeye çalıştığı bir alan olsa da büyük oranda dışında olduğunu düşünüyorum. Bunun için sosyal medya ile ilgili kanun çıkarılmaya çalışılıyor.” (K20).

“Katılıyorum. Sosyal medya biraz daha kontrol edilemeyen bir alan. Buna yönelik çalışmaların yapılmasının nedeni de iktidarın bu alana müdahale edememesi. Mesela gazeteler için Basın İlan Kurumu, televizyonlar ve radyo kanalları için RTÜK bir kontrol mekanizması iken böyle bir mekanizma sosyal medya için yok. Yargıdan karar aldırarak yayın kaldırılabilir ama sosyal medya çok geniş bir alan olduğu için pek bir etkisi olmuyor. Sosyal medya yapısı itibarı ile iktidarın kontrolü altına girebilecek bir şey değil.” (K21).

Sosyal medyaya siyasetin görece nüfuz edebileceğini öne süren katılımcılar ise bunu daha çok troller vasıtası ile yapılabileceğini ifade etmişlerdir. Katılımcılar ayrıca sosyal medyaya nüfuz etme adına ciddi girişimler olduğunu belirtmişlerdir. Buna göre:

“Bellî bir bölümü onun dışında. Ama gene etkisi altında kalıyor. Yazılı ve görsel basınla karşılaştırıldığında daha dengeli.” (K6).

“Evet katılıyorum. Siyasi iktidar bunula ilgili yasalar çıkararak kontrol mekanizmaları oluşturmaya çalışıyor.” (K7).

“Bir ölçüde. Tamamen değil. Sürekli operasyonlar yapılıyor. İktidarın trol ordusu gibi unsurlar da var. Ama yine de diğer alanlara göre insanlar görüşlerini daha rahat ifade ediyor. Bu nedenle siyasi iktidar sosyal medyadan sürekli şikâyet ediyor. Geçen yıl çıkardıkları yasa yetmedi. Şimdi yeni yasal düzenlemeler getirmek istiyorlar, bu da ne kadar rahatsız olduklarını gösteriyor. Zaten iktidarın bu kadar medya gücünü sahip ve o alanı kontrol altına almış durumda olmasına rağmen bundan rahatsız. Milyonlar, milyarlar harcanan televizyonlar, gazeteler, siteler var ama buna rağmen elinde mikrofon ve bir kamera ile yayın yapandan rahatsız oluyor. Bu ortamda her şeye hâkim olunamıyor.” (K8).

“Tam anlamıyla dışında olduğunu söylemem mümkün değil. Sosyal medya özgür bir alan olsa da siyasilerin bu alanı kontrol altına alma çabaları var ve tam anlamıyla kontrol edemese de görece etkin olduğunu söyleyebilirim”. (K9).

“Öyle gözükmeyle birlikte tam anlamıyla öyle olmadığını söyleyebilirim. Sosyal medyaya nüfuz edebilmek sadece biraz daha zor ama tamamen nüfuz alanının dışında da değil.” (K10).

“Tamamen dışında olduğunu söyleyemeyiz. Özellikle Twitter’da ciddi ve planlı bir girişim var. Bunu son zamanlarda daha çok görüyoruz. Cumhurbaşkanı’nın son zamanlarda sosyal medyayı ama özellikle Twitter’ı çok aktif kullanmasından bunu anlayabiliriz.” (K12).

“Katılıyorum ama buna bir parantez açmak lazım. Sosyal medyada hükümetin önemli bir kontrol alanı olduğunu da biliyoruz. Sosyal medya için çalışan ciddi bir personel var. Devlet kurumlarının sosyal medya için çalışan personelleri var. Bunlar kurum duyuruları yapmanın ötesinde bir sosyal medya kullanımı yapıyor. Sosyal medya merkezi olarak uluslararası şirketler tarafından kontrol edildiği için hükümetin doğrudan müdahalesi söz konusu değil. Bu alana daha çok yasalar ve devlet gücü ile müdahale edilebiliyor sadece.” (K18).

Katılımcıların sosyal medya hususunda dikkat çektikleri hususlar “linç kültürü” ve “yalan haber” sorunudur. Katılımcılar;

“Bence burada da ciddi sorunlar var. Sosyal medyanın tanıdığı özgürlük kullanıcıların sosyal medyayı kontrolsüzce kullanmalarına neden oluyor. Linç kültürü gibi mesela.” (K4).

“sosyal medya etik manada sorunlu.” (K6).

Yalnız sosyal medyada da çok ciddi bir yalan haber ve bilgi kirliliği var. İftiralar, hakaretler, linç kültürü gibi unsurlarla değerlendirince sosyal medya tartışmalı bir alan.” (K7).

“Sosyal medya ile birlikte herkes hem haber üreticisi hem de tüketicisi oldu. Sosyal medyanın dili de çok sorunlu, onunda yapısal sorunları var. Gazetecilere bilgiye ulaşma ve iletme noktasında kolaylık sağladı ama bağlamı gereği çok sorunlu. Mesela gerçek bir haber paylaşıyorsunuz sayısız hakarete maruz kalıyorsunuz. “neden şunu yazmıyorsun, neden şöyle yazmıyorsun, neden şu konuyu yazmıyorsun, neden şunu demiyorsun, hadi şunu da desene” sen şusun (hakaret anlamında)”. Ben bunu yaptım sen de onu yap, onu yaz. Ben yalan bir şey yazmamışsam neden itiraz ediyorsun. Bu şu anlama geliyor kimse hakikatin peşinde değil. Mesela yalan bir haber binlerce kere paylaşılıyor ama bunun düzeltme metni yayınlansa çoğu zaman binli rakamları bulmuyor. Bir de linç kültürü var, herkes bundan şikâyetçi ama bu birine yapıldığında kimse arkasında durmuyor. Herkes bu karşısındakine yapılırken mutlu ve sessiz kalıyor.” (K13).

Biz gazeteciler söylediklerimiz ve yazdıklarımızdan sorumluyuz, belli ilkelerin dışına çıktığımız takdirde mesleki anlamda hem itibar kaybı yaşarız hem de yaptırıma maruz kalırız ama sosyal medyada bu geçerli değil. Kimin ne söylediğinin teyit edilebileceği bir mekanizma yok. Herhangi biri için yazılan bir yalanı kolay kolay ortadan kaldıramıyorsunuz. İnsanlar da biraz bu serbestiyeyi seviyor.” (K5).

Yalnız sosyal medyada da çok ciddi bir yalan haber ve bilgi kirliliği var. İftiralar, hakaretler, linç kültürü gibi unsurlarla değerlendirince sosyal medya tartışmalı bir alan.” (K7).

Katılımcıların verdiği yanıtlara göre sosyal medya kontrolü zor bir alan olduğu fakat buna rağmen tamamen de siyasetin etkisinin dışında kaldığını söylemenin mümkün olmadığı anlaşılmaktadır. Sosyal medyaya genel olarak siyasetin nüfuz etmeye çalıştığını fakat iktidarın bu anlamda sadede trol orduları ile değil farklı yöntemlerle de sosyal medyayı kontrol altına almak istediği ifade edilmektedir. Gazetecilerin sosyal medya konusu açıldığında özellikle bu alanın sorunlu yanları konusunda hassasiyet gösterdikleri gözlemlenmiştir. Bu hassasiyetler genel olarak gazetecilik etiği konuları ile ilgilidir.

4.3.5. Gazetecilerin Medyada Var Olan Sorunların Çalışma İlişkileri ve Prensiplerine Yansımaları Konusundaki Görüşleri

Araştırmanın bu bölümünde gazetecilerin medyada var olan sorunların çalışma ilişkileri ve prensiplerine yansımalarına yönelik görüşlerine yer verilmiştir. Bu bağlamda katılımcılara ilk olarak “çalıştığınız süre boyunca iktidar veya farklı bir gücün baskısını hissettiniz mi? Böyle bir baskı hissettiyseniz bu daha çok ne şekilde yapılıyor?” sorusu yöneltilmiştir. Araştırmaya katılan gazetecilerin tamamı baskı hissettiğini belirtmiştir. Baskının yapılaş biçimine göre ortaya çıkan temalar:

Tablo 4.6 Gazetecilerin baskıya yönelik algıları ve görüşleri

Temalar:	Doğrudan (patronaj)	Siyasi baskı	Otosansür	Mobing	İçeriklere müdahale (yazım dili vb.)	Tehdit, saldırı, vb.
K1	X		X		X	
K2	X					
K3	X				X	X
K4		X		X		
K5	X					X
K6	X		X	X		
K7		X			X	
K8	X	X	X		X	
K9			X			
K10			X			
K11		X				
K12	X	X				
K13		X				X
K14	X		X			
K15	X					
K16	X			X	X	
K17	X				X	
K18			X		X	
K19	X	X		X	X	
K20	X	X			X	
K21					X	
K22			X		X	

Katılımcıların verdiği cevaplar incelendiğinde baskının daha çok mülkiyet ilişkileri çerçevesinde kurum içerisinde baskı şeklinde olduğu belirtilmiştir. Yine kurumlara yapılan baskının daha çok siyasi nedenlerden kaynaklandığı anlaşılmaktadır.

“Televizyon programı yaptığım dönemlerde özellikle çok baskı gördüm. RTÜK aracılığıyla baskılar yapıyordu özellikle FETÖ’nün güçlü olduğu dönemde büyük baskı altında kaldım.” (K2).

“Hissettim tabii ki. Mesela Süleyman Şah operasyonunu ilk geçen habercilerden biri benim o dönemin Başbakan’ının basın danışmanı ve kendisi benim çalıştığım gazeteyi arayıp “bu adam burada çalışmamalıdır” dediklerini biliyorum. Ama çalıştığım gazete bu baskıya karşı dik duruş gösterdi ve bu baskıyı kabul etmediler. Benzer durumlar yaşanıyor. Doğrudan veya dolaylı bir biçimde yapılıyor.” (K5).

“...Şimdi çok büyük bir baskı var bunu hissediyorsunuz. Yani her istediğimizi yazabilme konusunda kendimizi sınırlandırabiliyoruz. Karşıt medyada bir sürü gazeteci davalık oluyor bu da insanın üstünde bir baskıya neden oluyor.” (K6).

“Basın İlan Kurumu aracılığıyla yapılıyor. BİK gazetelere destek oluyor ama bu kurum siyasetin gazeteler üzerinde baskı aygıtı olabiliyor. İlan vermeme, mali ceza gibi şeyler de kullanılıyor. Basın İlan Kurumu çeşitli bahanelerle ilanları gazetelere eşit dağıtmıyor. Şöyle bir şey de var mesela bilinçli bir şekilde belli başlı gazete veya medyaya reklam verilmiyor. Bu firmalar üzerinden yapılıyor. Birden reklamların kesilmesinden bunu anlıyorsunuz. Reklam veren firmalar iktidarla ilişkili ise bu bilinçli bir biçimde yapılıyor.” (K7).

“Türkiye’de yaygın medya egemen siyasi görüşlerin çok uzağına düşmedi. Ben hep şuna inanmışımdır. Gazetecilik toplumun tabii ki uzağına düşmemeli, toplumun değerlerini savunmalı ama biraz da toplumun önünde olmalı ki toplumun gelişmesine katkıda bulunabilsin. Maalesef bizim yaygın medyamız böyle değil. O nedenle ben ya da birçok arkadaşım birçok sorun yaşadık. Birisi bir şey dediği zaman ‘hayır öyle değil’ dediğinizde birçok sorunla karşı karşıya kalıyorsunuz. Devletin çıkarları, milli çıkarlar gibi kavramların arkasına sığınılıyor. Ama milli çıkar denilen şeylerin çoğu o dönemin siyasi iktidarın çıkarları oluyor çoğu zaman. Siz gerçeği savunma işlevini yerine getiremiyorsunuz.” (K8).

“Yıllarca çalıştığım Cumhuriyet’e her dönem baskı olmuştur. Bu baskılar davalar, ilan kesme cezaları, akreditasyon gibi uygulamalarla habere erişimin engellenmesi vs. En sık kullanılan baskılardan biri de belirli mahkemeler eliyle tezkip kararları çıkartılarak haberlerin güvenilirliğine darbe vurma arayışıdır.” (K11).

“Baskı her zaman olur. Birilerinin ricası, istihramı şeklinde oluyor. İşin bir de yargılanma boyutu var bu da bir baskı türü.” (K12).

“Ben hapis yattım, herhalde olabilecek en ağır baskılardan biri budur. Hakkımda yüzlerce dava açıldı. Gazetecilik baskı olmadan yapılacak bir meslek değil zaten. Mesleğin doğası bu ve her zaman vardı, dönem dönem yoğunluğu değişir ama olmaması söz konusu değil. Önemli olan baskı karşısında gazetecinin tavrıdır. Ben gazeteci olarak haberini yaptığım ve araştırdığım bir siyasi cinayet konusunda katilden daha yüksek ceza talebi ile yargılandım.” (K13).

“Hissettim evet. Bu baskı eleştirel veya muhalif yayınların yapılmaması konusunda kanal veya gazete yöneticileri aracılığıyla yapılıyor.” (K15).

“Özellikle 28 Şubat sürecinde özellikle bazı yayınların önünü kesmek için çok uğraşıldı. Askeri vesayet basın üzerinde etkili olduğu bir dönemdi. Baskıyı en çok o dönem hissettim.” (K16).

“Bu baskı doğrudan gazeteciye yapılmaz. Bu baskı yukarıya yapılır oradan gazeteciye yansıtılır. Belli başlı haberleri yaptığımız zaman veya belli bir çerçevede yaptığımız zaman yayınlanmaz.” (K17).

“Türkiye’de medyada çalışıp bu baskıyı hissetmeyen yoktur. Bu birebir bir baskı değil genellikle yukarıya yapılan baskının size yansımaları şeklinde oluyor. Bu baskı belli bir hiyerarşi içinde geldiği için muhabire ulaşana kadar gücü biraz kırılıyor.

“Kesinlikle hissettim. 2002 yılından itibaren hissetmeye başladım. Şöyle başladı; şu haberde şunu çok büyütmedik mi, haberi şuradan görmesek mi? Bir zaman sonra ne gerek var bu haberlere, sürekli de kötüleme olmaz ki ama gülererek söylendi mesela tehditkâr bir ifade ile değil. Daha sonra homurdanmaya dönüştü. Bir zaman sonra şu muhabir sıkıntılı haber yapıyor başka birime mi alsak daha sonra işten çıkarılma şeklinde devam etti. Nihayetinde bu medya sana ait olmasın, parasını verelim başkasına sat süreci başladı. İlk etaplarda ‘utanarak gazetecinin de işine karışmak gibi oluyor ama’ gibi bir sünger cümle ile başlayan durum bu noktaya geldi.” (K19).

“Özellikle son yıllarda artarak hissettim. Ben belli bir bölgede gazetecilik yapıyorum. Çalıştığım bölge itibari ile çok daha dikkatli bir dil kullanmak zorundayım. Bu da aynı şekilde baskının dozunu değiştirebiliyor. Ben mesele bir haber kaynağından bir video aldım ve bunu merkeze gönderdim. Bunun doğru olmayabileceğini belirtmem rağmen sakıncalı personel ilan edildim. Sonra işimi yaparken karşıma akreditasyon sorunları çıkarıldı. Bir süre sonra basın kartım yenilenmedi. Sürekli basın kartı şartını taşıyor olmama rağmen basın kartım yenilenmedi. Bana herhangi bir sebep de bildirilmedi. Haberin içeriğine ve diline yapılan baskıdan ziyade benim işimi yapmamda daha büyük bir zorluk olduğunu söyleyebilirim. Gazetecilik yapamıyorsunuz.” (K20).

“Direkt olarak bir baskı şahsen hissetmedim. Fakat sadece iktidar değil güç odakları medya kuruluşların patronaj ya da editöryal süreçlere müdahale ediyor. Biz muhabirler olarak zincirin son halkasıyız.” (K21).

İlk olarak haberler üzerinde bir farklılaşma oldu. Daha önceden manşet olan haberler dikkate alınmadı. Haber üretim süreci meşakkatli ve siz haberiniz dikkate alınmadığında çöpe haber mi üreteyim noktasına geliyorsunuz ve bir oto kontrol geliyor. Böyle bir anlayış geliştiği zaman yani şu kelimeyi kullanma, dili değiştir, bu haberi kullanma, bu başlığı kullanma gibi şeyler olunca haber yapamaz hale geliyorsunuz.” (K22).

Katılımcıların verdiği bilgilere göre medyaya baskının birçok yolu olmakla birlikte gazetecinin çalışma hayatı içerisinde karşılaştığı zorluklar ve baskılar karşısında otosansür uygulamasıdır. Uzun’a (2014:139) göre

“İstenmeyen haberleri sansüre uğrayan medya çalışanları bir süre sonra “nasıl olsa yayınlanmayacak” gerekçesiyle ya da işlerini kaybetme endişesiyle kendilerine sansür uygulamaya, siyasal iktidarı eleştiren haberler üretmemeye başlarlar. Bir başka deyişle, sansür içselleştirilir ve dıştan bir ödenetim ve baskı olmadan kendiliğinden işlemeye başlar. Otosansür, sansür gibi görünür olmadığı ve sansüre karşı mücadele etmesi gerekenler tarafından uygulandığı için okur/ izleyicilerin haber alma hakkı açısından sansürden daha tehlikeli bir duruma neden olur. Otosansürün bir başka biçimi de gazetenin ya da gazetecinin savunulan ideolojiye karşı bir yakınlık ya da bir sempati duymasından kaynaklanmaktadır. Medya çalışanları, ideolojik sempaticanlıkları nedeniyle bazı olguları görmezden gelebilir; ideolojiyi temsil eden harekete zarar vereceğini düşündükleri olayları haberleştirmekten kaçınabilirler.”

Gazeteciler mesleğini icra ederken gerek haber toplama gerekse haber yazma süreçlerinde sınırlandırmaları içselleştiriyor ve bu durum zaman içerisinde yerleşik hale geliyor.

“Şimdi çok büyük bir baskı var bunu hissediyorsunuz. Yani her istediğimizi yazabilme konusunda kendimizi sınırlandırabiliyoruz.” (K6).

“Türkiye’de öncelikle egemen anlayışların baskısı var: gelenekler, alışkanlıklar, tabular gibi. Bunlar zaten gazetecilerin otosansür yapmasına neden oluyor. Mesela ben gazeteciliğe başladığımda “Kürt” demek yasaktı. Dediğiniz zaman birileri bunun denmemesi gerektiğini öyle bir şeyin olmadığını söylüyorlardı. Şimdi de mesela eşcinsellik ilgili bir takım şeyleri yazamıyorsunuz veya Kürt sorunu ile ilgili de aynı şekilde her şeyi söyleyemiyorsunuz.” (K8)

“Doğrudan bir baskı olmadı ama zaten şartlar ve koşullar çerçevesinde hareket ediyorsunuz bu da bir sınırlamadır. Bazen kurumları yıpratmamak adına hassasiyet gösteriyoruz.” (K9).

“Baskının yapılma şekli mesela yaptığınız bir haber yayınlanmıyor veya değişiyor. Bu durum zamanla yılgınlığa neden oluyor ve bir zaman sonra neyin yapıp neyin yapılmayacağını anlıyor ona göre çalışıyorsunuz.” (K18).

“Haber üretim süreci meşakkatli ve siz haberiniz dikkate alınmadığında çöpe haber mi üreteyim noktasına geliyorsunuz ve bir oto kontrol geliyor”. (K22).

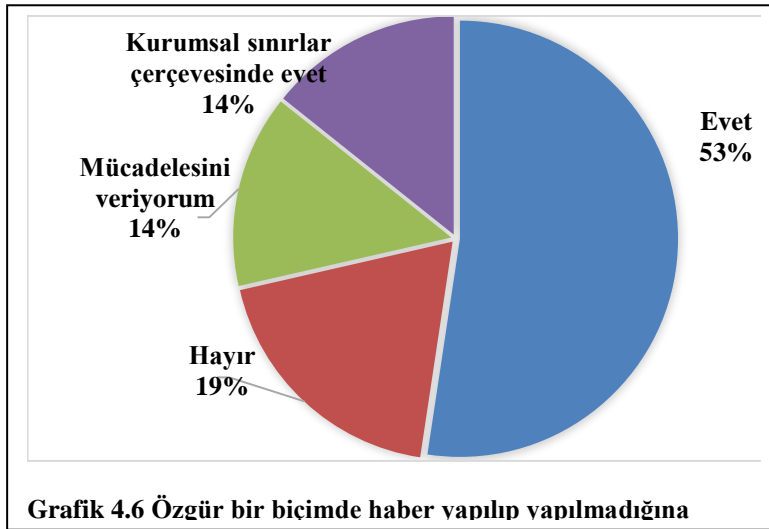
Katılımcılardan ikisi (K11, K20) akreditasyon konusunu dile getirmişlerdir.

“Akreditasyon, denklik anlamına gelmekte olup bir alanda uzmanlaşmış gazetecilerin uzmanlık alanlarıyla ilgili kurumlara girişini sağlayan bir sistemdir. Bu sisteme göre gazeteciler akredite olduklarına dair bir basın kartı alarak çalışma imkânı elde ederler.” (Dost, 2018: 179). Akreditasyon son yıllarda Türkiye medyasında sıklıkla dile getirilen konulardan biridir. Belli başlı kurumlarda sıklıkla uygulanmaya başlanması gazetecilerin habere ulaşmasında bir engel teşkil etmeye başlamıştır. Gazeteci basın kartına sahip olsa bile akredite olmadığı takdirde akreditasyon uygulanan yerlere girememektedir. Esasında bu kamu kurum ve kuruluşların güvenlik sorunları ve karmaşa olmaması adına yapılan bir uygulamayken zaman içerisinde bir sansür biçimine dönüşmüştür.

“Bu baskılar davalar, ilan kesme cezaları, akreditasyon gibi uygulamalarla habere erişimin engellenmesi”. (K11).

“...Sonra işimi yaparken karşıma akreditasyon sorunları çıkarıldı. Bir süre sonra basın kartım yenilenmedi. Sürekli basın kartı şartını taşıyor olmama rağmen basın kartım yenilenmedi. Bana herhangi bir sebep de bildirilmedi. Haberin içeriğine ve diline yapılan baskıdan ziyade bunlar benim işimi yapmamda daha büyük bir zorluk olduğunu söyleyebilirim. Gazetecilik yapamıyorsunuz. Bir habere gönderiliyorsunuz akredite olmadığınız için kapıdan içeri giremiyorsunuz. Bunun için talepte bulunma yolu da yok. Basın kartı hususunda da aynı şekilde bir sorun var başvurunuza ne olumlu ne olumsuz bir cevap verilmiyor. Benim çalıştığım bölgede basın kartı işinizi yapmanız için gerekli olan bir belge. Basın kartı olmaksızın iş yapabilmemiz çok zor.” (K20).

Bu kategori altında gazetecilere sorulan ikinci soru “özgür bir şekilde haber yapabiliyor musunuz? Ya da herhangi bir engelleme ile karşılaştığınızda nasıl tavır alıyorsunuz?” sorusudur. Bu soruya 21 katılımcı yanıt vermiştir.



Soruya “evet” cevabı veren katılımcıların %54.5’i (6 katılımcı) özgür bir biçimde haber yapabilmelerini meslek ilkeleri çerçevesinde hareket etmeleri ile ilişkilendirmiş, %36’sı (4 katılımcı) bu özgürlüğün kurumsal yapıdan kaynaklandığını belirtmiştir. Kurumsal yapının sayesinde özgürce haber yapabildiklerini belirtenlerden 3’ü yabancı menşeli medya kurumunda çalışmaktadır. Bu katılımcılar ayrıca daha önce ana akım medyada çalışmış ve orada özgür bir biçimde haber yapamadıklarını ifade etmişlerdir. “Evet” cevabı verenlerin %9’u ise herhangi bir durumla ilişkilendirmemiştir.

Soruya “hayır” cevabı veren 4 katılımcının 3’ü sistematik sansür neticesinde otosansür geliştirdiklerini belirtmişlerdir. “kurumsal sınırları içerisinde evet” ve “mücadelesini veriyorum” diyenlerin de esasında “hayır” diyenler arasında değerlendirilmesi gerekse de cevapları net bir biçimde “hayır” olmadığı için ayrı temalar olarak gösterilmiştir.

Soruya “evet cevabı veren katılımcıların görüşleri:

“Ben özgür bir biçimde yazılarımı yazabiliyorum ama baskıya veya tehditlere de maruz kalıyorum. Ben şahsen bunlara kulak asmiyorum, doğru bildiğim yoldan şaşmam bu biraz da benim kişiliğimle ilgili.” (K2).

“Ben mesleğimde ilkeli olmaya hep özen gösterdim. Bir engelleme ile karşılaştığımda bunu yok sayıp bildiğim gibi devam ediyorum.” (K5).

“Ben samimiyetle söylüyorum bir engelleme ile karşılaşmadım. Bunun nedeninin ben bilgi ve belgeye dayalı haber yapıyorum, yalan habere itibar etmiyorum. Bunun önemli bir etken olduğunu düşünüyorum.” (K6).

Dediğim gibi benim alanım biraz daha istatistiki ve bilimsel konularla ilgili olduğu için evet yapabiliyorum. Yazmak istediğim her şeyi yazabiliyorum. Kendi çalıştığım alanda elbette sorunlu

konular var ama bu konuda da ben şahsen bir şeyi değiştirmeyeceğini düşündüğüm için uğraşmıyorum açıkçası.” (K10).

“Çalıştığım gazeteden dolayı evet Türkiye’de olabilecek en özgür haberciliği yapabildik.” (K11).

“Bu gazetecinin mesleki duruşu ile ilgili. Meslek ideallerine bağlılığı ile ilgili bir durum” (K13).

“Ben şahsen yapıyorum.” (K16).

“Gazeteciler bu durumda yeni yöntemler geliştiriyor. Ben haber yaparken haber müdahale edileceğini bildiğimden değişebileceğini bildiğim yerleri metnin sonuna koyuyordum. Metnin tamamını okumadıkları için bu süzgeçlerden geçebiliyordu. Ben şu an çalıştığım kurumda böyle bir sıkıntı yaşamıyorum. Türkiye merkezli olmadığı için.” (K18).

“Şu an çalıştığım kurumda evet özgür bir biçimde haber yapabiliyorum. Doğan grubunun son dönemlerine kadar da çok iyiydik. Biz çalışırken Aydın Doğan’ı çok eleştirirdik en ufak müdahalelere bir ses çıkarırdık. Grubun satışından sonra aslında eleştirilerimizde bazen haksız olduğumuzun farkına vardık.” (K20).

Özgür bir biçimde haber yapamadığını doğrudan veya dolaylı bir biçimde belirten katılımcıların görüşleri:

“Özgür bir şekilde yapamıyoruz maalesef. Engellemeye tepki göstererek farklı yollardan aşmaya çalışıyorum.” (K3).

“Kesinlikle yapamıyorum. Motivasyonum düşüyor. Biz her türlü haberi yapabiliyoruz ama haberi yazarken veya yayınlarken neyi nasıl yapmanız gerektiği içselleştirdiği için öyle yapıyorsunuz.” (K4).

“Ben çalıştığım gazetenin yayın politikalarına uygun haberler yapabiliyorum. Bir otokontrol var ister istemez ama benim çalıştığım gazete bu kontrolü daha meslek ilkeleri çerçevesinde yürütüyor. İstedığımız haberi belli bir ölçüt çerçevesinde yapıyoruz.” (K7).

“Belli sınırlar çerçevesinde evet. Bir noktadan sonra neyi nasıl yapacağımızı öğreniyorsunuz.” (K9).

“Yapmaya çalışıyorum. Mücadelesini veriyorum.” (K12).

“Sonuç itibari ile kamu adına görev yaptığım için mesleğimin sorumluluklarını hatırlatıyor ve ona göre hareket ediyorum.” (K14).

“Yüzde yüz olamamakla beraber yapabiliyorum. Ama kimse şu ortamda tamamen bağımsızım diyemez.” (K15).

“Siz çalıştığınız kurumun belli başlı ilkeleri vardır ve siz bunu bilirsiniz. Hangi haberi yapıp yapmayacağınız ya da nasıl yapacağınızı bilirsiniz ve haberi buna göre yaparsınız. Ben şahsen sadece siyasi değil farklı odakların baskısına maruz kaldığım da oldu. 90’lı yıllarda belli dönemler PKK terör örgütünün doğrudan baskısı oldu. Bir dönem basının büroları kapatıldı ve örgüt tarafından doğrudan tehdit edildik. O dönem bölgeden ayrıldık ve haber yapamadık.” (K17).

“Açıkçası çok fazla yapamıyoruz. Bazen elimizde olan bilgileri kullanamıyoruz. Bazen özgür bir biçimde haber yaptığımızda acaba sonrasında ne olur diye düşünüyorsunuz, bazen acaba başıma bir şey gelir mi diye haber atladığımız da oluyor. Herhangi bir engel karşısında açıkçası çok cesur tavır gösterebildiğimizi düşünmüyorum. Gazeteci mesleğinin dışında gelir elde edemez dolayısı ile ekonomik olarak bağımlılık söz konusu. Ayrıca bir kurumda çalışıyorsanız o kurumun kuralları vardır ve siz o kuruma girdiğinizde peşinen o kuralları kabul ediyorsunuz. Dolayısıyla sonradan biz özgür değiliz demeyi de çok samimi bulmuyorum.” (K21).

“Eskiden bir haber konusunda kolaylıkla direnç gösterirdik. Yani yine bir müdahale vardı ama tartışma zemini de vardı. Şimdiye kadar doğrudan baskıyı bir kere yaşadım. Ama genel olarak medya ortamında zaman içerisinde gelişen bir otokontrol geliştirdim ki bu çok daha kötü bir durum bence.” (K22).

Verilen cevaplardan da anlaşılacağı üzere gazetecilerin haber üretim süreçlerinde belli baskılara maruz kaldığı anlaşılmaktadır. Soruya verilen cevaplarda yine otosansür (%19) konusu dikkat çekicidir. Soruda otosansür ile ilgili bir yönlendirme olmamasına rağmen katılımcıların otosansür yaptıklarını belirtmeleri medyada var olan baskının boyutunu göstermektedir.

Bu kategori altında katılımcılara yöneltilen üçüncü soru “Haber toplarken, yazarken veya yayınına izin verirken herhangi bir kaygı duyuyor musunuz? Duyuyorsanız bu kaygıların nedeni nedir?” sorusudur. Katılımcıların 7’si bu soruya “hayır” yanıtını vermiş, 1’i yanıt vermemiştir. Verilen yanıtlar doğrultusunda ortaya çıkan temalar:

Tablo 4.7 Gazetecilerin çalışma hayatına yönelik kaygıları

Temalar:	Mesleki sorumluluk	Kurumsal sorumluluk	Baskıya maruz kalma kaygısı	İş güvencesi kaygısı
K1	X			
K3			X	
K4	X			
K5				X
K7			X	
K14	X			
K15	X			
K16				X
K17		X		
K18			X	
K19			X	
K20			X	
K21				X
K22	X			

Katılımcıların verdiği “kaygı” ile ilgili yanıtlara göre haber üretim aşamalarında mesleğin getirdiği sorumluluklar ve baskıya maruz kalma kaygısı ön plana çıkmaktadır. Mesleki sorumluluk teması oluşturulurken gazetecilerin topluma karşı sorumlulukları ve toplumdan gelecek tepkilere yönelik hassasiyet göstermeleri referans alınmıştır. Buna göre;

“Kaygıdan ziyade toplumsal infial yaratacak konularda dikkat ediyorum. Ben şahsen her zaman tehdit ediliyorum özellikle sosyal medya üzerinden çok tehdit aldım. Mesleğe başladığım yıllarda bunlara takılıyordum ama artık hiçbir kaygı duymuyorum.” (K1).

“Kaygıdan ziyade daha çok empati daha çok nedensellik arıyorsun.” (K4).

“Hayır. Yasal çerçevede iş yapıyorum. Yaptığım habere inanıyor ve güveniyorsam bir endişem olmuyor.” (K14).

“Haber esnasında, haberi sunarken veya yaparken meslek pratiği manasında bunu yapamazsınız zaten çünkü bunu düşünürseniz o gazetecilik mesleğinin verdiği hazzı duyamazsınız. Ama bunu habere dönüştürürken zaten sınırları bildiğiniz için o aşamada kaygılar oluyor.” (K15).

“Bir otokontrol sistemi geliştirdim o sınırlar içerisinde duymuyorum. Özellikle haberi yazarken bunu hissediyorum.” (K22).

Baskıya maruz kalma teması oluşturulurken haber üretim aşamalarında dışsal faktörlere dikkat çeken cevaplar referans alınmıştır.

“Kaygı her geçen gün artıyor. Nedeni, yapacağın haberin birilerini rahatsız etme ihtimalinin yüksek olması.” (K3).

“Duyuyorum tabii ki. Siyasi iktidarın devlet gücünü elinde tutması ve bunun sizin üzerinizde kullanmasını örnekler üzerinde görebiliyoruz. Mesela metin yazarken şu ifadeyi kullanmayayım da böyle yazayım diyorsunuz. Ben aynı zamanda editörlük de yapıyorum bu baskıyı bazen ben de yapıyorum.” (K7).

“Ulaştığımız bilgileri kullanabilmek bir kaygıya neden olabiliyor ama ‘acaba bunu yazabilir miyim, yazsam bile acaba yayınlanır mı?’ gibi. Bazen haber kaynağı ile saatlerce görüşme yapıyorsunuz, haberi üretirken yoğun bir emek sarf ediyorsunuz fakat acaba bu yayınlanır mı kaygısı oluyor. Yani acaba boşuna mı uğraşıyorum diyorsunuz.” (K18).

“An itibari ile çalıştığım kurumda hayır. Son zamanlarda Türkiye’de gazetecilik alanında bir boşluk olduğu için yabancı medya kuruluşlarının artan bir ilgisi var. Ben yabancı bir kurumda çalışan bir gazeteci olarak bunun beni hedef haline getirmesi (bunu tehdit anlamında değil habere ulaşma noktasında sıkıntı yaşadığım için söylüyorum) noktasında kaygı duyuyorum. İşimi yapmakta zorlanma noktasında.” (K19).

“Tabii ki kaygılarımız var. Yabancı menşeli bir medya platformunda çalıştığım için zaman zaman ajan muamelesi görüyoruz. Yine haber yaparken kelimeleri kırk kere ölçüp biçip yazıyoruz. Sosyal medya trolleri tarafından özellikle takip ediliyor ve yazdığımız her yazı veya paylaştığımız her şey farklı yerlere çekilebiliyor. Yaptığımız bir haber alakası yokken bir anda ülkenin beka meselesi haline getiriliyor ve toplumsal linç yiyoruz. Maalesef sosyal medyada bu yönde bir refleks geliştiğinde yargı da hemen harekete geçiyor. Çevremden gördüğüm kadarı ile gazeteciler yazdıkları kelimelere kadar büyük bir hassasiyet gösteriyorlar. Çünkü yazılan bir haberden dolayı sıkıntı yaşamak istenmiyor. Özellikle bağımsız medyada çalışanlar için bu durum daha belirgin. Bazı arkadaşlar kendilerine otosansür uygulamak zorunda kalıyor. Yayınlanma süreci biraz daha muhabirin kontrolü dışında geliştiği için orada da benzer hassasiyetler var. Yani haberi toplama, hazırlama ve yayınlama sürecinde kaygılar var tabii ki.” (K20).

Yabancı menşeli medya kuruluşlarında çalışan gazeteciler çalıştıkları kurum itibari ile haber üretim sürecinde zaten zorluklar yaşadıklarını ve bunun yanı sıra çalıştıkları kurumdan dolayı hem toplumsal hem de siyasi olarak baskı altında olduklarını belirtmişlerdir. Bu

gazeteciler özgür bir biçimde haber üretebilmede çalıştıkları kurumun kendilerini sınırlandırmadığını fakat çeşitli yollardan baskıya maruz kaldıklarını ifade etmişlerdir.

Bir diğer tema ise “iş kaygısı” temasıdır. Buna göre verilen yanıtlar:

“Gazetecilere yönelik bir iş kanunu var bu görece iş güvencesi sağlıyor ama yıllar içerisinde tırpanlandı. Eskiden bir gazeteciye işten çıkarmak zordu ve ayrıca ciddi manada yaptırımları vardı. Bu kanunun tırpanlanması tabii ki gazetecileri olumsuz manada etkiledi. Doğal olarak gazeteci arkadaşlarımızda bu çalışma koşulları altında çekinceler yaşıyorlar.” (K5).

“...İletişim fakültesi mezunlarının büyük bölümü işsiz. Yeni medyanın sunmuş olduğu olanaklar da bunda etkili. WhatsApp ihbar hatları veya diğer ihbar hatlarından gelen haberler iş alanlarını giderek daraltıyor. Muhabirliğin bitmesine neden oluyor. Bu ihbar hatlarından gelen haberleri haber ajansının logosunu koyarak veriyorlar. Bu haberi girdiğiniz zaman telif atıyorlar. Hâlbuki bu haberlere hiçbir ücret ödenmiyor ve kendi haberleri gibi yayınlanıyor. Bu tam bir haber ajansı faşizmi.” (K16).

“Yapılmasını istediğiniz bir haberin yapılmaması ya da tam tersi notasında bir talebiniz olduğunda bunun reddedilmesi ve sizin buna karşı çıkmamanızın en temel nedeni iş kaybı kaygısı oluyor.” (K21).

İş güvencesi sorununu anlamak adına katılımcılara “Habercilerin iş güvencesi konusundaki varsa kaygılarının çalışma pratiklerine yansımaları nasıl oluyor?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruyu yöneltirken katılımcıların bir önceki soruda çekimser kalmasından dolayı “çevrenizden gözlemlediğiniz kadarı ile” şeklinde sorulmuştur. Buna göre ortaya çıkan temalar:

Tablo 4.8 Gazetecilerin kaygılarının çalışma pratiklerine yansımaları hakkındaki görüşler

Temalar:	İş Güvencesi	Ağır çalışma şartları	Düşük Ücret	Sendikal örgütlenme	Baskı ve sansür	Otosansür
K1						
K2	X					X
K3	X	X			X	
K4		X			X	
K5	X					X
K6	X		X			
K7						
K8	X			X	X	X
K9	X					X
K10	X					
K11				X		
K12	X				X	X
K13				X		
K14	X					
K15						X

K16	X					
K17	X					
K18	X		X		X	
K19	X			X	X	
K20	X					
K21	X					X
K22			X	X		

Katılımcılar, verdikleri yanıtlardan (% 68.1) gazetecilik mesleğinde iş güvencesinin ciddi bir sorun olduğu sonucuna varılmaktadır. Katılımcıların bazıları kendisinin iş güvencesi kaygısı yaşamamasına rağmen sektörde genel bir iş güvencesi sorunu olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca katılımcılardan ikisi çalışma şartlarının zorluğuna dikkat çekmiştir.

“Şimdi yeni başlayan biri iş güvencesi sorunu ile karşı karşıya ve bu da ister istemez kaygıya neden oluyor.” (K2).

“İş güvencesi kaygısı her zaman olmuştur çünkü işiniz bir yöneticinin iki dudağı arasında. Haliyle bu da ağır çalışma şartlarını ve fazlasını kabul etmeyi getiriyor.” (K3).

“Bütün çalışma arkadaşlarımızın çalışma koşullarından memnun olduğunu söyleyemem. Gazetecilik riskli olmasının yanı sıra çok stresli bir iş, mesai kavramı yok, özel günlerde çalışma durumu kolluk güçleri ile aynı. Bir de bunun üstüne patron baskısı olunca çalışma şartlarının zorluğunun yanı sıra baskıya da maruz kalması şartları daha da zorlaştırıyor.” (K4).

“Yansımaması mümkün değil. Gazeteci arkadaşlar gerek iktidar gerek muhalefetin tutumunu dikkate almadan işin açıkçası çalışmıyorlar. Türkiye’de saflar çok keskinleşmesi de bunda bir etken.” (K5).

“İş güvencesi çok ciddi bir sorun. Gazetecilerin işi iki dudağın arasında bu tüm medya camiasında böyle maalesef. Tanıdığım birçok nitelikli gazeteci son dönemlerde işlerinden oldu. İş güvenceleri olmadığı için işlerinden oldular.” (K6).

“İş güvencesi yok zaten. Her yıl da giderek daha sorunlu hale geliyor. ...İş güvencesi kaygısı nedeniyle şu anda muhabirlik ‘aman başımıza bir şey gelmesin’ üzerine kurulu...” (K8).

“Çalışma pratiklerinde doğrudan yansıyor. Mesleğe yeni başlayanlarda ve iş kaygısı sorunu yaşayanlara özellikle olumsuz yansıyor.” (K9).

“Özellikle muhabirler iş güvencesi sorunu ile karşı karşıya olduğu için haber üretim pratiklerine pek yansımaya da motivasyonlarını olumsuz etkiliyor. Yine meslekte ilerlemenin de koşulları değişmesi de bir etken. Alanda çalışan gazeteciler mevcut sorunlar yüzünden yılgınlık içerisinde daha çok” (K10).

“Basın yayın sektörü zaten iş güvencesi ve istihdam sorunu olan bir alan. Geçimini gazetecilikten sağlayan başka geliri olmayan kişilere gazeteci denir. Başka bir geliri olmayan birinin iş güvencesi kaygısı olamaması bu ortamda çok zor. Yazılan haber kırılır veya yayınlanmaz. Sözlü bir şekilde gazeteciye bunu böyle yapma denir. Zaman içerisinde bu gazetecinin yazma biçimine yansır.” (K12).

“Gazeteciler kamu adına görev yapan insanlar dolayısıyla güvence önemli fakat birçok meslektaşımız bu güvenceden yoksun çalışıyor. Sahada çalışırken işsiz kalma kaygıları her zaman var. Bu sadece mevcut koşullardan kaynaklanan bir durum, bu siyasi bir baskı ya da dönemin şartlarına göre değişmiyor daha çok genel bir sorun.” (K14).

“İşlerini heyecanla yapamıyorlar. İşten çıkarılan gazetecilerin de oluşu bunda bir etken.” (K16).

“Benim çalıştığım kurumda iş güvencesi konusunda bir kaygısı yok. Basın yasasına tabiyiz. Telifle çalışan arkadaşların tabii böyle kaygıları var.” (K17).

“Gazetecilerin en büyük sorunlarından biri iş güvencesi. Kurum kapanır mı, beni işten çıkarırlar mı kaygısı hep var. Gazeteci kimin nereden ne çıkarı var bunu tam bilemediği için dönüp dolaşıp sorun başına patlayabiliyor. Gazete muhabirden bir haber yapılmasını istediğinde bazen dönüp dolaşıp o habere verilen tepki muhabirin başına patlıyor. Habertürk’de mesela bir muhabir soda üretimi üzerine bir haber yaptı ama Habertürk gazetesinin patronu soda fabrikası olduğunu bilmiyordu. Bu haber yüzünden mesela işten çıkarma oldu. Bu iş güvencesinin ne düzeyde olduğunu gösteren bir örnek. Türkiye’de sürekli bir işten çıkarılma korkusu var işten çıkarılınca medyada köşeler tutulduğu için mesleği devam ettirmek de zor.” (K18).

“Ana akımda çalışan gazetecilerin iş güvencesi patronun dolayısıyla siyasetin iki dudağının arasında. İş güvencesi noktasında çok ciddi sıkıntılar yaşıyorlar. Sendika üyesi olanları gazetelerde barındırmıyorlar. Hürriyet gazetesi bunun en somut örneği. O kadar kapalı ki bu hak arama mücadelelerine, ayrılanların tazminatlarını vermeden çıkarılması çalışanlar üzerinde bir baskı oluşturdu. Ana akımda çalışan gazetecilerde bu haberi yaparsam veya böyle yazarsam işsiz kalır mıyım kaygısı çok yüksek. Alternatif medyada çalışanların ise şöyle bir açmazı var; çalıştığı kurumların inanılmaz bir düşük bütçelerinin olması, kullandıkları ekipmanlara kadar zor koşullarda gazetecilik yapıldığı için çok ciddi güçlükler var. Dolayısıyla buralarda maaşların az olmasından zamanında ödenememesi gibi sorunlarla karşı karşıya kalınıyor. Editöryal bağımsızlık bir yana alternatif medyanın varlığını sürdürmesi noktasında bile çok ciddi sıkıntıları var. Orada da sıkıntılı bir durum olursa işsiz kalırım kaygısı çok yaygın. Ayrılırsam ana akımda iş bulmam da mümkün değil diye düşünüldüğü için bu koşullar altında düşük ücretlerle ve yine de tam bir iş güvencesi olmadan çalışılıyor.” (K19).

“Son yıllarda artık gazetecilerin birçoğu basın kanununa tabii. Daha önce merkez medyada çalışıp daha sonra işsiz kaldığı için freelance çalışan arkadaşların şartları bize nazaran daha zor. Ben onların yaşadıklarına dikkat çekmek isterim. Bu arkadaşların hiçbirinin sosyal güvenceleri yok. Ayrıca bir haberden dolayı baskı altında olduklarında arkalarında bir kurum da yok zaman geliyor haberin yayınlandığı kurum da arkalarında durmuyor.” (K20).

“İşsiz kalma kaygısı habere bakış açımızı bile değiştirebiliyor.” (K21).

“Gazetecilerin özlük haklarının yerlerde olduğu bir dönemden geçiyoruz. Pandemi döneminde kısa çalışma ödeneği ile asgari ücretin yarısına çalışan arkadaşlarımız oldu. Özlük hakları öteden beri zorlayıcı olmakla beraber bir gelişim de yok. Aslında ücret olarak kaybedeceği bir şey yok bu ücreti markette çalışsa da alır ama mesleğe bağlılık buna engel oluyor. Bir kesim var bu şartlara karşı çıkmak isteyen ama örgütlülüğü yok, kendisini destekleyecek bir yapı yok. Sendikalaşma bir problem ayrıca sendikalar da ayrı bir problem.” (K22).

Katılımcıların dikkat çektiği (%31.8) bir diğer konu da medya sektöründeki sendikal örgütlenme sorunudur.

Türkiye’de basın alanında ilk sendikal örgütlenmeler ortaya çıktığı dönemlerde gazetelerin üst kademelerinde çalışan yöneticilerin çalışanlardan yana tavır aldığı fakat 1980 sonrası sermayenin basına ilgisi ve medya mülkiyetindeki değişimlerle birlikte yönetici kadrolarının işverenden yana tavrı söz konusu olmuştur. Türkiye’de basın sektöründe

sendikalaşmanın özellikle 80'li yıllar sonrasında zayıflamasına bu durum ciddi bir etken olarak görülmektedir. Ayrıca güçlü sendikal örgütlenmenin olmayışı çok sayıda ve birlikteliği olmayan meslek örgütleri bulunmaktadır. Bu meslek örgütleri belli ideolojik farklılıklar, mesleki anlamda uzmanlık alanlarından kaynaklanan farklılıklar vb. çerçevede ortaya çıkan örgütlenmelerdir (Özsever, 2004: 61).

“Sendikal örgütlenmenin ortadan kalkması ile daha da kötüleşiyor. İş güvenliği ile ilgili mahkemelik bir durum olduğunda da yine patronlardan yana tavır alınması da ayrıca bir sorun. Hürriyet'ten kırka yakın arkadaşımız sendikalı oldukları için işten çıkarıldı. 2.5 yıldır hiçbir haklarını alamadılar ve mahkeme halen devam ediyor. Herhangi bir iş güvencesi olmayan gazetecinin patronunun veya şeflerinin taleplerine karşı çıkabilmesi böyle bir ortamda mümkün değil. Benim gazeteciliğe başladığım yıllarda gazetecilerin itiraz etme hakkı şansı, gücü vardı. Bunu ilk bozan Doğan Grubu ile Bilgin Grubunun kendi aralarında yaptıkları centilmenlik anlaşması oldu. Birinin attığını diğerinin almaması üzerine bir anlaşma yaptılar. Çünkü o zaman da gazeteciler çok fazlaydı. Şimdi bir gazeteci bir yerden atılınca başka bir yerde iş bulması zor. Düşünün iktidar yanlısı bir gazeteden atılan bir gazeteci zaten o tarafın medyasına işe alınmaz, karşı taraf da oradan geldi diye kolay kolay almaz. Şu anda bir medya kuruluşundan atılma çoğunlukla meslekten atılmak gibi bir şey. O nedenle genç meslektaşlarım güçlü biçimde şeflerinin ya da yöneticilerinin isteklerine itiraz etme şansı hemen hemen yok gibi.” (K8).

“Gerçek gazeteciler herkese sahip çıkmaya çalışır ama gerçek gazetecilere kimse sahip çıkmaz. Emeği, örgütlülüğü savunan köşe yazarları bile basın emekçilerinin kapının önünü konulmasını yalnızca izler. Onlar için varsa yoksa kendi köşeleridir.” (K11).

“Gazeteciler maalesef örgütlü bir meslek grubu değil. Gazeteciler çeşitli meslek kollarında örgütlü hareketleri, grevleri haber yaparlar ama sorun bakalım kendisinin böyle bir hakkı imkânı var mı? Örgütlü olmadığımız için tek başına mücadele de bireysel oluyor ve zayıf kalıyor.” (K13).

“Gazetecilerin özlük haklarının yerlerde olduğu bir dönemden geçiyoruz. Pandemi döneminde kısa çalışma ödeneği ile asgari ücretin yarısına çalışan arkadaşlarımız oldu. Özlük hakları öteden beri zorlayıcı olmakla beraber bir gelişim de yok. Aslında ücret olarak kaybedeceği bir şey yok bu ücreti markette çalışsa da alır ama mesleğe bağlılık buna engel oluyor. Bir kesim var bu şartlara karşı çıkmak isteyen ama örgütlülüğü yok, kendisini destekleyecek bir yapı yok. Sendikalaşma bir problem ayrıca sendikalar da ayrı bir problem.” (K22).

Katılımcıların %31.8'İ iş güvencesi ve diğer kaygıların çalışma pratiklerini etkilediğini ve bunun otosansür biçiminde kendini gösterdiğini ifade etmişlerdir.

“Gazetecilere yaptığı haberler veya yazdığı yazılara sırf bir yerlere dokunmasın diye düzeltme vermeleri ve gazetecilerin de buna uymaları zamanda otomatik bir hal alıyor...” (K2).

“Gazeteci arkadaşlar gerek iktidar gerek muhalefetin tutumunu dikkate almadan işin açıkçası çalışmıyorlar.” (K5).

“İş güvencesi kaygısı nedeniyle şu anda muhabirlik ‘aman başımıza bir şey gelmesin’ üzerine kurulu. Mesela Cumhurbaşkanı toplantısı veya işte her neyse izliyorsunuz. Gazeteci böyle bir durumda not alır ve notlarına göre yazar. Şimdi bu bile yapılmıyor, İletişim Başkanlığı'nın metnini bekliyor. Ya da bir bakanın basın toplantısına gidildiğinde ne söylenirse onu soruyorlar, aykırı bir şey sormak mümkün değil. Şu anda haber yazmamak sorun değil haber yazmak sorun.” (K8).

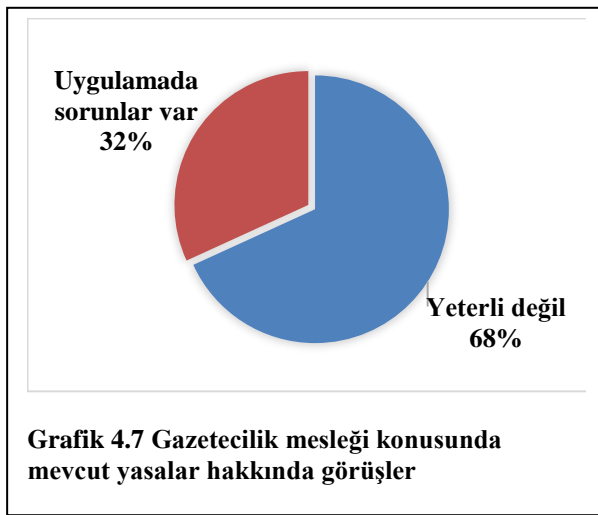
“Muhabirler zaman zaman sorması gereken soruları soramıyor.” (K9).

“Yazılan haber kırılır veya yayınlanmaz. Sözlü bir şekilde gazeteciye bunu böyle yapma denir. Zaman içerisinde bu gazetecinin yazma biçimine yansır.” (K12).

“Ben geçimimi gazetecilikle sağlıyorum bu benim için etkili. Bir engelleme ile karşı karşıya kaldığımda söyleyeceklerimi belli bir çerçevede tutuyorum. Belli konularda baskının dozuna göre haber yapmam konusunda da inisiyatif kullandığım oluyor.” (K15).

Katılımcılara bu kategori altında sorulan son soru “gazetecilik alanında gerek basın özgürlüğü gerekse çalışma ilişkileri konusunda mevcut yasal düzenlemeler sizce yeterli mi? Neler yapılabilir?” sorusudur. Mevcut yasaların yeterli olup olmadığına ilişkin görüşler:

Mevcut yasaların yeterli olmadığını ifade eden katılımcılar ayrıca uygulamada da eksiklikleri olduğuna dikkat çekmiştir. Katılımcılar bu soruya verdikleri cevaba göre ortaya çıkan temalar:



Tablo 4.9 Gazetecilik mesleği konusunda mevcut yasalar hakkında görüşler

Temalar:	Yasaların yetersizliği	Uygulamada eksiklikler	İş güvencesi ve örgütlenme	Hak Kayıpları	Basın Kartı	İfade özgürlüğü
K1	X					
K2	X					X
K3	X					X
K4	X			X	X	X
K5	X		X			
K6		X				
K7		X				
K8		X			X	
K9	X					X
K10		X				

K11	X		X			
K12	X					X
K13		X				
K14	X			X		X
K15		X				
K16	X					
K17	X		X	X		
K18	X			X	X	X
K19	X			X	X	X
K20	X			X	X	
K21	X		X			
K22	X			X	X	X

Katılımcılar verdikleri yanıtlarda ifade ve basın özgürlüğü konusuna dikkat çekmişlerdir. Buna göre;

“Basın özgürlüğü konusunda yasal düzenlemeler yetersiz olmasına rağmen uygulamada da ciddi sorunlar var” (K2).

“Yasal düzenlemeler özgür basının aleyhine işliyor. Haberciler her an terör soruşturması geçirebilir. Öncelikle gazetecilik, şiddeti savunmadıkça, fikir özgürlüğü olarak görülmeli. En katı fikirlere bir müsamaha gösterilmeli. Kutuplaşma olmamalı. Fiiliyatta yöneticiler her kuruma eşit mesafede olmalı.” (K3).

“Basın özgürlüğü konusunda mevcut yasalar bu alanda çalışan gazeteciler, STK’lar, meslek örgütlerinden görüş alınarak yeniden revize edilmeli. Fakat temel sorunlardan biri de yasaların yetersizliğinden ziyade uygulamada da problemlerin olması.” (K4).

“İfade özgürlüğü konusunda sıkıntıları olan bir ülkeyiz. Bu ülkemizin en önemli problemlerinden biri ve bunu bir dönemle sınırlandıramayız. Ayrıca yasaların varlığı ve yeterliliği tek başına yeterli değil. Mesela kadına şiddet konusunda ciddi yasal düzenlemeler olmasına rağmen bu hala ülkemizde ciddi bir sorunsu yasaların tek başına yeterli unsur olmadığını görebiliriz. Mesela ifade özgürlüğü yasal güvence altında ama maalesef uygulamada ciddi sorunlar var. Yani yasaların yeterliliğinden ziyade uygulamadaki sorunlar daha belirgin bir biçimde etkili oluyor.” (K9).

“Bizde her zaman yasalarda değil daha çok uygulamada sorun olur. Anayasa’nın 25. Ve 26. Maddesi¹⁴⁹, Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 10. Maddesi ifade ve basın özgürlüğüne yönelik yasal

¹⁴⁹ “25. Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir. Her ne sebep ve amaçla olursa olsun kimse, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz.” 26. “Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama ve yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet Resmî makamların müdahalesi olmaksızın haber veya fikir almak ya da vermek serbestliğini de kapsar”.
<https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=2709&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5#:~:text=Madde%2025%20E2%80%93%20Herkes%2C%20d%C3%BC%5%9F%C3%BCnce%20ve,kanaatleri%20sebebiyle%20k%C4%B1nanamaz%20ve%20su%C3%A7lanamaz.>”

güvence sağlıyor mesela ama uygulamada bunun böyle olmadığını görüyoruz. Ben ne kadar gazeteci olarak meslek sınırları içinde kalsam da uygulamada bu konuda ciddi sorunlar yaşadım.” (K12).

“Basın özgürlüğü konusunda da yasalar yetersiz. Yasalar biraz daha gazeteciliğinin yapılabirliği yönünde düzenlenmeli.” (K14).

“İfade özgürlüğü noktasında da zaten dünyada kaçınıcı sırada olduğumuzdan belli. Bunun aslında hükümete de bir faydası yok. Gazetecilerin daha özgür ve daha güçlü olduğu bir ortam iktidar da dâhil ülkenin tümüne olumlu yansıyacaktır. Bu ortamda hem kalite düşüyor hem de mesleki gereklilikler yerine getirilmediği için sektör giderek zayıflıyor.” (K18).

Basın özgürlüğünün Anayasa’da net bir tanımı olmasına rağmen uygulamada ciddi sorunlar olduğunu görüyoruz. Anayasaya bakıldığında basın özgürlüğü konusunda ilave bir düzenlemeye bile ihtiyacımız yok. Basın özgürlüğü konusunda yasaların varlığından ziyade bir uygulama problemi var diyebilirim.” (K20).

Bu soruya yanıt veren katılımcılardan (K4, K14, K17, K18, K19, K20, K22) basın yayını alanındaki mevcut yasaların yetersizliğinin yanı sıra zaman içerisinde yapılan düzenlemelerin hak kayıplarına yol açtığını belirtmişlerdir. Buna göre;

“Şimdi bizim yıpranma hakkımız vardı mesela bunu çok aza indirdiler. Bu büyük bir hak kaybı...” (K4). İş garantisi konusu da ciddi sorun. Diğer bir konu ise maaşların düşüklüğü, sosyal hakların yetersizliği, diğer hakların zaman içerisinde ortadan kaldırılması gibi sorunlar da var...” (K5).

“Daha önce şartlar daha iyiydi sonrasında yasal düzenlemelerle gazetecilerin biraz daha kısıtlandığını görebiliyorum.” (K14).

“Bence yeterli değil neden çünkü sendikal haklar medya çalışanlarının elinden alınmış durumda...” (K17).

“Ben mesleğe başladığımdan beri Basın İş Kanununa tabiyim, yıldan yıla haklarımızın azaldığını gördüm. Şu anda basın kartı Türkiye’de sadece şehir içindeki otobüslere indirimli binmeye yarıyor. Yıllar önce basın kartı ile akredite olmadan her yere girilirken bugün basın kartınız olsa bile herhangi bir organizasyona giremiyorsunuz.” (K18).

“Yeterli değil. Eski adıyla 212 yeni adıyla 5953 sayılı yasaya tabi çalışanların belli avantajları vardı. Bu avantajlar 90’lı yıllardan itibaren medya patronlarının hoşuna gidecek şekilde aşındırılmaya başlandı. Yargıtay’ın ve Anayasa Mahkemesi’nin bazı emsal kararları da bu yasanın kazanımlarını ortadan kaldırdı. Bu yasanın sağladığı avantajlar neredeyse tamamen ortadan kalktı. Diğer ve önemli bir konu da aynı yasa kapsamında bu yasaya tabi gazetecilerin mesleklerini yerine getirirken çeşitli engelleri aşabilmeleri için basın kartına sahip olması gerekiyor. Basın kartı verme yetkisi Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı’na bağlandı ve bu durum gazetecilere sorun olarak geri döndü.” (K19).

“Tabii ki yeterli değil. Bugün içinde bulunduğumuz durum geçmişe göre daha kötü olduğunu söyleyebilirim. Mesela gazetecilerin yıpranma hakkı var ve gazetecilerin çoğu bu hakkın nasıl işlediğini bilmiyor. Yasanın bize ne tür avantajlar sağladığı hususunda da ciddi bir karışıklık var.” (K20).

“Bu haklar da biraz sopa gibi kullanılıyor. Dönem dönem Basın İş Kanunu duruma göre gündeme geliyor. Var olan yetersiz özlük hakları bile kırılıyor...” (K22).

Bu soruya yanıt veren katılımcıların (K4, K8, K18, K19, K20, K22) dikkat çektiği bir diğer husus ise basın kartları ile ilgili ortaya çıkan sorunlardır. Sadece dijital mecralarda

üzerinden yayın yapan kurumlarda çalışan gazeteciler basın kartı alamıyor oluşu ciddi bir problem olarak görülmektedir. Basın kartı verme yetkisinin CİB'e (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı) geçmesinden sonra gazeteciler basın kartı sorunlarının arttığını ifade etmişlerdir. Ayrıca basın kartı sahipleri akreditasyon problemi ile karşı karşıya olduğu anlaşılmaktadır. Basın kartı ve akreditasyon sorunları ile ilgili katılımcıların görüşleri;

“Gazetecilerin basın kartı ile ilgili sorunları var. Dijital mecrada gazetecilik yapanlara basın kartı verilmiyor. Yasalar düzenlenirken bu yeni gelişmeler göz önüne alınarak yeniden düzenlenmeli.” (K4).

“Şu anda dijital alanda bir yasa yok. Birkaç kez çalışıldı ama ciddi sorunlu metinler ortaya çıktı. ...Basın Kanunu da delik deşik oldu zaten çok eskidi. Basın kartları yönetmeliği de CİB'e bağlandı ve keyfi bir uygulamaya dönüştü.” (K8).

“...Şu anda basın kartı Türkiye'de sadece şehir içindeki otobüslere indirimli binmeye yarıyor. Yıllar önce basın kartı ile akredite olmadan her yere girilirken bugün basın kartınız olsa bile herhangi bir organizasyona giremiyorsunuz. Cumhurbaşkanlığı, bakanlık veya başka bir kurumun organizasyonuna gittiğinizde sizden kendilerinin akreditasyonunun yapıp yapmadığımızı soruyorlar. Cumhurbaşkanlığı mesela kendisini takip edenlere Cumhurbaşkanlığı basın kartı veriyor. Basın kartının bir geçerliliği yok artık.” (K18).

“Diğer ve önemli bir konu da aynı yasa kapsamında bu yasaya tabi gazetecilerin mesleklerini yerine getirirken çeşitli engelleri aşabilmeleri için basın kartına sahip olması gerekiyor. Basın kartı verme yetkisi CİB'e bağlandı ve bu durum gazetecilere sorun olarak geri döndü. Bu yasa maalesef dijital medyada çalışanları kapsamıyor. Bu sadece çalıştığımız televizyon kanalı veya gazete aynı zamanda dijitaldeyse siz bir internet gazetecisi olarak basın kartı alabiliyorsunuz. Oysa sadece dijitalde doğan ve büyüyen, gazetesi ve televizyon kanalı bulunmayan çeşitli kurumlar var. Burada çalışanlar basın kartı başvurusunda bulunamıyor çünkü onları devlet gazeteci saymıyor ve basın yasası kapsamında değerlendirmiyor.

...Neler yapılabilir noktasında basın kartları eskiden olduğu içinde gibi içinde Gazeteciler cemiyetinin de yer aldığı bir komisyon tarafından belirlenir yine basın yayın enformasyon kurumu tarafından verilir. Bu keyfiyet ortadan kaldırılmalı. Eskiden altı ay bekliyordunuz size basın kartları noktasında olumlu veya olumsuz bir dönüş yapılıyordu. Şimdi yanıt da verilmiyor. Şöyle bir durum da var basın kartının da bir fonksiyonu kalmadı. Bir basın kartınız olsa bile akredite olmadan çoğu kurumun basın toplantısına giremiyorsunuz. Önceden haber vermeniz akredite olmanız gerekiyor.” (K19).

“...Sonra işimi yaparken karşıma akreditasyon sorunları çıkarıldı. Bir süre sonra basın kartım yenilenmedi. Sürekli basın kartı şartını taşıyor olmama rağmen basın kartım yenilenmedi. Bana herhangi bir sebep de bildirilmedi. Haberin içeriğine ve dilene yapılan baskıdan ziyade bunlar benim işimi yapmamda daha büyük bir zorluk olduğunu söyleyebilirim. Gazetecilik yapamıyorsunuz. Bir habere gönderiliyorsunuz akredite olmadığımız için kapıdan içeri giremiyorsunuz. Bunun için talepte bulunma yolu da yok. Basın kartı hususunda da aynı şekilde bir sorun var başvurunuza ne olumlu ne olumsuz bir cevap verilmiyor. Benim çalıştığım bölgede basın kartı işinizi yapmanız için gerekli olan bir belge. Basın kartı olmaksızın iş yapabilmemiz çok zor. (K20).

“...Bir de basın kartı sorunu var. 2016 yılında basın kartıma el konuldu hala da verilmiyor mesela. Sahaya indiğinizde ya da herhangi bir toplantıya gittiğinizde akredite olmak için basın kartı soruluyor

ve basın kartı olmadan bu mesleği yapmak çok zor. Basın kartı başvurum altı yıldır değerlendirme sürecinde. Değerlendirme konusunda standart ya da kriterler nedir onu da kimsenin bildiği yok. Süresiz basın kartı hakkına bile sınırlama getirildi, onun bile belli dönemlerde yenilenmesi gerekiyor. Basın kartı olanlara bakıyorsunuz basınla ilgisi olmayanlarda basın kartı varken sahada çalışan gazeteciler bu konuda sıkıntı yaşıyor. Çağdaş Gazeteciler Derneği bu durumu yargıya taşıdı, aslında kazanıldı da ama hala uygulanmıyor.” (K22).

Dijitalleşmenin getirdiği yeniliklerin karşısında mevcut yasaların yetersiz kaldığı çağın koşullarına göre Basın Yayın Kanunu'nun yeniden düzenlenmesi gerektiği anlaşılmaktadır. Hükümetin bu yönde çalışmaları olduğu bilinmekle birlikte en büyük çekinceler bu alanda ortaya çıkan özgürlüklerin sınırlanmasıdır. Görüşmeye katılan katılımcıların yasaların yeniden düzenlenmesi gerektiğinin farkında olmalarına rağmen bunun bir denetim aracına dönüşecek şekilde yapılması hususunda çekinceleri bulunmaktadır. Dijitalleşme ile birlikte ortaya çıkan sorunlar konusunda bir yasal düzenleme gerekliliği ortada olmakla birlikte bu alanda yapılacak düzenlemelerin tüm paydaşların görüşleri alınarak yapılması gerekmektedir. Bu anlamda düzenleme yapılacaksa gazetecilik meslek örgütleri, sendikalar, sivil toplum kuruluşlarının aktif bir biçimde sürece katılması gerekmektedir.

“...Yasaların yeniden revize edilmesi gerekiyor. Basın özgürlüğü konusunda mevcut yasalar bu alanda çalışan gazeteciler, STK'lar, meslek örgütlerinden görüş alınarak yeniden revize edilmeli. Dijitalleşmeye uygun biçimde yeniden düzenlenmeli.” (K4).

“...Yasalar biraz daha gazeteciliğinin yapılabirliği yönünde düzenlenmeli.” (K14).

“Mevcut düzenlemeler üzerinde yeni düzenlemeler yapılması gerekiyor.” (K16).

4.3.6. Gazetecilerin medya siyaset kontrol ilişkilerinin yol açtığı sorunlara yönelik algıları, medya-sermaye siyaset ilişkilerine yönelik algıları ve sorunların giderilmesine yönelik öneriler

Araştırmanın bu bölümünde gazetecilerin medya-sermaye siyaset ilişkilerine yönelik algıları ve medya siyaset kontrol ilişkilerinin yol açtığı sorunların giderilmesine yönelik görüşlerine yer verilmiştir. Bu bağlamda katılımcılara ilk olarak “medya sektöründe mülkiyet sahiplerinin farklı sektörlerde yatırımlarının olması veya farklı sektörlerde yatırımları olan şirketlerin medya sektörüne girmelerini nasıl değerlendirirsiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre ortaya çıkan görüşler:

Tablo 4.10 Gazetecilerin medya-sermaye-siyaset ilişkilerine yönelik görüşleri

Temalar:	Ticari rant ve güç elde etme	Yüksek maliyetler	Editöryal bağımsızlık sorunu	Basının amacının dışına çıkması
K1		X		
K2	X		X	

K3			X	
K4	X		X	
K5		X		
K6			X	
K7	X	X		
K8	X		X	X
K9		X		
K10			X	
K11	X		X	X
K12	X	X		X
K13	X			
K14			X	
K15	X			
K16		X		
K17			X	
K18			X	X
K19		X		
K20			X	X
K21	X		X	
K22	X	X		

Katılımcıların verdiği yanıtlardan sermayenin medyaya yönelmesinde ticari rant elde etme ve medyanın verdiği gücü kullanma amacının önce geldiği anlaşılmaktadır. Bu durum medyadan elde edilen kârdan ziyade medya sayesinde elde edilen kâr olarak değerlendirilmektedir. Bu durumun medyanın bağımsızlığının önündeki en büyük engellerden biri olduğu görülmektedir. Katılımcıların görüşlerine göre bu durum editöryal bağımsızlığın önünde bir engel olmasının yanı sıra basın amacının dışına çıkmasına neden olmaktadır. Gazetecilik kamu yararının öncelendiği bir meslek olmaktan uzaklaşmasındaki önemli faktörlerden birinin de bu olduğu düşünülmektedir. Katılımcılar, büyük sermaye gruplarının medyaya girişinin aynı zamanda siyasetin medyaya nüfuz etmesini de kolaylaştırdığını ifade etmişlerdir.

“Bugün medyanın en büyük sorunu da medya patronlarının aynı zamanda iş insanı olması. Bir ara bu yasaktı fakat sonra kaldırıldı. Eğer medya patronu sadece medya ile uğraşır ve devletle bir bağı olmazsa daha bağımsız ve hür olur fakat şu anda maalesef böyle değil.” (K2).

“Editöryal olarak oldukça sakıncalı buluyorum. Basın özgürlüğünün önündeki en önemli engellerden biridir.” (K3).

“Doğru bulmuyorum. Gazete patronlarının özellikle gazeteciler olması gerektiğini düşünüyorum. Kendi çıkarları adına iş yapan kuruluşların bünyesinde bir medya olduğu zaman sıkıntı yaşamayı kaçınılmaz. Gazetecilerin daha bağımsız olmaları, görevlerini daha iyi yapabilmeleri, gazetecilik meslek ideallerini

yerine getirebilmek için gazete patronlarının gazetecilik kökenli olması gerekiyor. Eğer patron gazetecilik kökenli olmazsa gazetecilerin yaşamış olduğu sorunları ve meslek ideallerini bilmediği için kendi çıkarları adına hareket ediyor.” (K4).

“Ben gazeteciliğe başladığım yıllarda Günaydın gazetesinde başladım. O zaman gazetenin sahibi Haldun Simavi bize şunu söyledi “oğlum iyi bir gazeteci olacaksan, gazete patronu olacaksan devletle ilişkin olmayacak aksi takdirde taraflı olursun. Dolayısıyla ben gazeteciliğe Haldun Simavi’nin yanında başladığım için bunu doğru bulmuyorum. Ben daha mesleğin başında bunu öğrendim.” (K6).

“Ben doğru bulmuyorum. Çünkü bu bir güç olarak değerlendiriliyor.” (K7).

“Ben 80’li yıllardan itibaren hızlanan bu sürecin gazeteciliğe büyük zarar verdiğini düşünüyorum. Üstelik Türkiye’de medya sahiplik yapısının değişimi sadece başka sektörlerde yatırımı olan şirket ve holdinglerin sektöre girmesi ile sınırlı kalmadı aynı zamanda Türkiye’de özel radyo ve televizyonların ortaya çıktığı döneme denk geldi. Dolayısıyla hem yayıncılıkta bir alt üst oluş yaşandı hem de sahiplik yapısı değişti. Dolayısıyla gazeteciliğin tamamen hem örgütlenme biçimi hem medya kuruluşlarının yapısı hem de gazeteciliğin yapıma biçimi değişti. Yani gazetecilik tümünden bir değişim geçirdi. Bu değişikliğe baktığımda “gazetecilik kamu yararına yapılan bir iştir” anlayışı maalesef dönüştü. Kamu yararı kavramı yerine patron ve şirket yararı ön plana çıktı. Üstelik bunu saklamaya da bir gerek duymadılar. Özellikle 90’lı yıllarda Bilgin Grubu ile Doğan Grubu, Doğan Grubu ile Uzan hatta bir ara Çukurova ile kavgalar oldu. Bu kavgalar Türkiye’de habercilik veya kamu yararı için yapılan kavgalar değildi, holding çıkarları için yapılan kavgalardı ve bu kavgalar medya kuruluşları arası kavgaya dönüştü. Bu kavgalardan en çok gazetecilik ve habercilik zarar gördü. Şirketler kendi düşmanlarına kendi gazete ve televizyonları üzerinden atış yaptılar. Bununla da kalmadı 90’lı yılların sonunda holding sahipleri medya kuruluşlarını kendi çıkarları için kullanmakta öyle bir noktaya geldiler ki siyaseti yeniden dizayn etmeye başladılar, siyaset mühendisliği yaptılar. Bir taraf Mesut Yılmaz, diğer taraf Tansu Çiller’i destekledi. Onun dışında belli siyasetçileri destekleyerek veya karşısında durarak siyaseti yeniden dizayn etmeye çalıştılar. Ama bu arada habercilik büyük zarar gördü. 90’lı yıllar zaten kendi başına oldukça sorunlu yıllardı. O yıllarda örneğin terörle mücadele adı altında bir sürü faili meçhul cinayetler oldu. PKK sorununu çözmek için devlet çok sorunlu politikalar uyguladı fakat o dönemde medya bunları görmedi. Çünkü medya amacının dışına çıkmıştı. Tabii bu holding sahibi olan medya sahiplerinin en büyük hedeflerinden biri de o dönemde yoğunlaşan ve AK Parti döneminde daha da artan özelleştirmelerden pay kapmaktı. Kimisi özelleştirmelerden banka, kimi petrol, kimi enerji, kimi maden vs. kaptılar. Yani medya kuruluşlarını daha da zenginleşmek ve özelleştirmelerden yeni bir takım güç elde etmek için kullandılar. Ve bu gücü de her alanda kullandılar. Bu güç öylesine kullanıldı ki ilk ezilenler de gazeteciler oldu. Gazetecilik meslek örgütleri kalmadı, sendikadan uzaklaştırıldı. Gazeteciler, bırakın toplumda sessizlerin sesi olmayı, haksızlığa uğrayanların hakkını savunmayı kendi haklarını savunamaz hale geldiler. Çünkü gazeteciler örgütsüzleştiler.” (K8).

“Bu tabii ki çok sağlıklı bir durum değil. Gazetecinin bağımsızlığının önündeki en büyük engel olduğunu söyleyebilirim.” (K10).

“Bu konu uzun yıllardır hem Türkiye hem dünyada gazeteciliğin sorunlu ve tartışmalı alanlarından biridir. Çok şey söylendi ancak şu bir gerçek; Basının farklı sektörlerin kontrolüne geçmesinin sonuçlarını yaşayarak öğrendik ve öğreniyoruz. Mülkiyet sahiplerinin ticari kaygıları ve iktidar ile

ilişkileri basın sorumluluk bilincinden ve amacından uzaklaştırmıştır. Geriye yozlaşan demokrasi ve çoraklaşan medya binaları kalmıştır.” (K11).

“1993 yılında kanun değişikliği olmuş. Bu tarihten önce medya sahipleri kamudan herhangi bir iş alamazken 1993 sonrasında bu sınırlama kaldırılmış. Tabi bu da maalesef medyanın amaçları dışına çıkmasına neden olmuş. Medya patronları medyadan aldıkları gücü kendi çıkarları doğrultusunda kullanabilmesinin de önü bu şekilde açıldı. 2000’li yıllar öncesinde mesela Aydın Doğan’ın medya gücünün siyaset üzerinde doğrudan etkisi görülebiliyordu. 1990’lı yıllarda oluşan bu ortam patronların medyaya yönelmesine neden oldu. (K12).

“Bu dünyada genel akım. Dünyada basının sadece gazetecilik yaparak ayakta kalması söz konusu olmadı. Yani medya sahipliği büyük sermaye tarafından yeniden düzenlendi ve eskiden olduğu gibi üç beş gazetecinin bir araya gelerek gazete çıkardığı dönemler bitti. Bu çağın kaçınılmaz sonucu oldu. Ama bunun neden olduğu sonuca odaklanmak lazım. Patronların sektöre girişi ile birlikte kendi ekonomik çıkarlarını önceleyen bir yapı ortaya çıktı. Bu böyle baki kalmayacak çünkü sosyal medya ortaya çıktı.” (K13).

“Kişisel görüşüm bu durum kurum için bağlayıcı olur. Devletle ya da haberini yapacağımız kaynakla kurumun bir bağlantısı varsa sıkıntılı durumlar ortaya çıkar. Gazetecilik mesleği tam anlamıyla yapılabilir mi tartışılır.” (K14).

“Doğru bulmuyorum elbette. Gazeteciliğin ticarete konu olması, ticarete bir şeyler elde edilmek için kullanılmasına neden olduğu için olumsuz bakıyorum.” (K15).

“Medya bağımsız olmalı. Bir yere bağlı olduğunda bu bir şirket veya kurumsal olabilir tam anlamıyla bağımsızlıktan söz edilemez. Ulusal medyanın büyük bir bölümü böyle. Medya tamamen bağımsız olmalı.” (K17).

“Gazetecilikte özellikle Türkiye’de büyük bir sermaye var. Gazetelerin patronu veya sahipleri gazeteciler değil. Bundan dolayı da çok büyük sorunlar ortaya çıkıyor. İfade özgürlüğü, gazetecilerin işini yapamaması, çıkar odaklı habercilik ve bu çıkar odaklı habercilikten dolayı iktidarın isteklerine ve politikalarına yönelme bu sorunlardan başlıca olanları. Bu durum özellikle son yıllarda kutuplaşmaya da yok açtı, medya iş insanları ve belli sermaye gruplarının kontrolünde olduğu için siyasi ve ekonomik baskılara boyun eğmek durumunda kalınıyor. Gazetelerin içeriğinin belli yönde şekillenmesine neden oluyor. Ben de çalıştığım kurumlarda bunu çokça gördüm. Hangi tarafta olursa olsun bugün Türkiye’de gazetelerin hiçbiri haber üretim aşamaların doğru ve etik davranamıyorlar. Sermayenin payı bir yerde ortaya çıkıyor. Bu illaki patronaj tarafında da değil gazeteler belli bir gruptan fonlanıyorsa ki bu uluslararası fonlar da olabilir bu fonların yönlendirmelerine uyabiliyorlar. Hem patronaj hem de bu fonların etkili olduğunu söyleyebiliriz.” (K18).

“Ortodoks bir bakış açısı başka sektörlerde yatırımları olanların medya sektörüne yatırım yapmaması gerektiğini söyler. Diğer bir görüşe göre de hiçbir sınırlama olmaması gerektiğini söyler. Ben iki görüşe de katılmıyorum. Netice itibari ile özellikle 2000’li yıllarda çok para kazandıran bir sektör olmaktan çıktı. Dolayısıyla medya sektörüne başka sektörde faaliyet gösteren iş insanları girmesin demek doğru değil. Medyanın kendi ekonomisi çevirebileceği bir endüstri yaratma ihtimalinden söz edemeyiz. O yüzden kontrollü ölçüde bazı sektörlerdeki yoğunlaşmayı azaltacak şekilde başka sektörlerde yatırımı olanların belli etik yasal çerçeve korunmak koşuluyla sektöre girmelerinde ben mahsur olduğunu düşünmüyorum. Tabii bunun hem yasal hem toplumsal hem etik kodlarının oturmuş olması gerekiyor.

Türkiye gibi anomik bir toplumda bunu uygulamak çok zor. Bu konudaki denetim mekanizmalarının gerek sektörün kendi oluşturduğu mekanizmaların gerekse RTÜK gibi mekanizmaların etkin hale getirilmesinin önemli olduğunu düşünüyorum. RTÜK'ün görevi ceza vermekten çok bu tarz sorunları çözmek olmalı. Düzenleyici kurumların varlığı bizde maalesef sorunlu, bu kurumlar birer üst kurul olarak farklı işlevlere odaklanıyor.” (K19).

“Bu durum Türkiye’de medya sektöründe uzun zamandır var olan bir durum. Hürriyet’in Doğan grubuna satıldığı yıllardan itibaren patronaj ilişkileri değişti. Bunun öncesinde medya sermayeden, siyasetten ve iş ilişkilerinden daha uzak bir pozisyondaydı. 80’li yıllarında sonuna doğru iş insanlarının artan ilgisi ile birlikte bu iş tamamen parası olanların eline geçtiği bir sektör haline geldi. O dönem gazete satışından elde edilen gelirle gazeteler dönüyordu ve gazete satışlarından ciddi bir gelir elde ediyordu. İş insanlarının eline geçtikten sonra büyük bir dönüşüm oldu, bu dönüşüm sadece bir mülkiyet dönüşümü olarak kalmadı yapısal bir dönüşüm oldu. Medya sermayenin ve siyasetin kontrolüne geçti. Dünyada örneklerine baktığımız zaman gazeteler daha bağımsız, ajanslar daha bağımsız bir durumda. Siyasal iktidarın medya üzerindeki nüfuz alanının genişlemesine neden oldu. Sermayenin kontrolünde olması sermayenin iktidarla olan ilişkilerinden dolayı haber üretim pratiklerini doğrudan etkiledi.” (K20).

“Ben şahsen yanlış buluyorum fakat bu eskiden beri böyle. Böyle olunca medya patronları farklı sektörlerde iş yapmaya devam ettiği sürece bir şekilde siyasi otorite ile yüz göz olurlar. Dolayısıyla gazetecilik bir anlamda gerçekliği ortaya koymak olduğu için gerçeklerden uzaklaşma ihtimali söz konusu olabiliyor. Bu tabii ki göreceli bir kavram ama sonuç itibari ile “parayı alan emri alır” anlayışı geçerli olabiliyor. Bu durum beraberinde editöryal otokontrole kadar gidebiliyor. Şu anda sadece işi gazetecilik olan bir medya patronu bildiğim kadarı ile yok. Medya patronlarının sektöre giriş nedeni kârlılıktan ziyade medyanın sağladığı avantajlar.” (K21).

“Özünde yanlış bir şey. Başka sektörlerde yatırımı olmak demek ticari kaygı demek. Ticari kaygısı olan bir yatırımcıdan kamuoyu adına bir refleks bekleyemezsiniz. Özü itibari ile çok yanlış bir durum. Medyanın nasıl finanse edileceği tartışmaya açık ama sonuç itibari ile ticari kaygılarla hareket eden bir kurumun bağımsız davranmasını beklemek işin özüne aykırı.” (K22).

Katılımcılar (K5, K7, K9, K12, K13, K16, K19,) ana akım medyaya yatırım yapmanın maliyetli olmasının yanı sıra bu sektörde faaliyetleri yürütmenin de aynı şekilde yüksek maliyetler gerektirdiği konusuna dikkat çekmişlerdir.

“...Hâlihazırda medya da dönüşüyor ana akım ciddi manada ayakta durabilmesi mali destek olmaksızın çok zor. Ana akımda yıllık giderler milyonlarca dolar, bunu kendi içinde işleyen bir sistemle yönetebilmek çok zor. Medyaya sermayenin girişi ile birlikte medyanın görece çeşitlendiğini söyleyebilirim. Dönem dönem sermaye dönem dönem siyasetin etkisi olabilir ama bu yapı medyanın çeşitlenmesine olanak sağladı. Tabii yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkışı da bu çeşitlenmede önemli bir etken.” (K5).

“Tabii şartlara baktığımız zaman basın veya medyanın kendini mali anlamda sürdürebilecek bir yapısı yok. Farklı kaynaklara ihtiyaç duyuluyor. Basının kendisini öz kaynakları ile var edebilecek bir yapı olması gerekir.” (K7).

“Aslında olmaması gereken bir durum. Fakat nihayetinde medya sektörü getirisi yüksek bir alan değil ayrıca çok yüksek rakamlar söz konusu bu biraz da bu nedenle zorunluluk.” (K9).

“Şu anda medya ayakta durma mücadelesi veriyor. Herhangi bir yerden desteği olmayan medyanın ayakta durabilmesi çok zor.” (K12).

Büyük holdinglerin büyük yatırımlarla kurduğu medya ne kadar etkili olduğu tartışılır hale geldi. Büyük sermaye grupları medyaya hâkim olacak ve dünyayı şekillendirecek deniliyordu ama öyle olmadı çünkü çok daha farklı medya mecraları doğdu. Bir gazetenin sosyal medya platformunu yüz binler takip ederken bir sosyal medya fenomeninin sayfasını milyonlar takip ediyor. Bir değişimin içinden geçiyoruz.” (K13).

“Medya sektörüne girmek için belli bir sermayeye ihtiyaç var dolayısıyla mevcut koşullarda bir gazetecinin gazete çıkarma gibi bir şansı yok. Bir gazetecinin medya patronu olma gibi bir şansı yok. Medyanın yapısı böyle.” (K16).

Bu kategori altında katılımcılara yöneltilen ikinci soru “2000’li yıllarda medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümleri 90’lı yıllardaki dönüşümlerle karşılaştırdığınızda farkı var mıdır? Medya siyaset ilişkileri bağlamında değerlendirebilir misiniz?” sorusudur. Bu soru ile gazetecilerin medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümlerin karşılaştırılan dönemlerde farklı olup olmadığını yönündeki algılarının anlaşılması amaçlanmaktadır. Katılımcılar, 90’lı yıllar ile 2000’li yıllar karşılaştırıldığında ortaya çıkan ana fikir; 90’lı yıllarda sermayenin 2000’li yıllarda ise siyasetin daha etkili olmasıdır. Katılımcıların 2’si (K1, K14) bu dönemleri karşılaştırabilecek deneyime sahip olmadıkları için soruya yanıt vermemiştir. Buna göre ortaya çıkan temalar;

Tablo 4.11 Gazetecilerin medyada yaşanan dönüşüme yönelik görüşleri

Temalar:	Medyanın bağımsızlığı	Siyasi etki	90'lı yıllarda sermaye 2000'li yıllarda siyaset	Kutuplaşma	Gazetecilik mesleğine olumsuz etki
K2	X	X		X	
K3	X			X	
K4			X		
K5			X	X	
K6	X			X	X
K7			X		X
K8		X	X		X
K9		X	X		
K10					X
K11	X				
K12	X		X		
K13			X		
K15		X			
K16			X		
K17	X	X			

K18	X				
K19			X		
K20	X	X			X
K21					
K22			X		

Katılımcıların 8'i iki dönem karşılaştırıldığında 90'lı yıllarda medyanın tamamen olmasa da günümüze oranla daha bağımsız olduğunu belirtmişlerdir. Buna göre;

"90'lı yıllarda medya günümüze oranla daha bağımsızdı. 2005 sonrası FETÖ'nün medyaya yönelik artan ilgisi ile birlikte medyada ciddi manada dönüşüm yaşandı. Bu dönüşüm medyayı yapısal olarak etkiledi. Medyada kamplaşma bu dönemin ürünüdür." (K2).

"1990'lı yıllarda medya daha renkli ve çeşitliydi. İktidarın bu kadar güdümüne girmemişti. 2000lerden sonra yüzde 90'ı neredeyse tekelleşerek iktidarın güdümüne girdi. 1990'lı yıllarda görece daha fazla özgür medya vardı. Kimse kolay kolay arayıp medya yöneticisini azarlayamaz, manşet dikte ettiremezdi." (K3).

"Bu konuyu çevremizde de sürekli konuşuyoruz. 90'lı yıllar biz o zaman çok mutluyduk. Doğru ve düzgün gazetecilik yapıyorduk, hiçbir bağlantımız yoktu. Benim çalıştığım kurumda yoktu en azından. Şimdi ise durum gerçekten üzücü bir tarafta yandaş medya bir tarafta çok az bir sayıda olsa da karşı tarafın medyası deniyor. Günümüzde körü körüne bir taraflar destekleniyor. Biz o zamanlar çok onurlu bir gazetecilik yapıyorduk." (K6).

"90'lı yıllarda çok seslilik daha fazlaydı. Eleştiriye tahammül de günümüzde azaldı. 2000'li yıllarda her alanda olduğu gibi medyada da çok büyük dönüşümler yaşandı. Sadece mülkiyet sahipliği anlamında değil aynı zamanda yapısal bir dönüşüm de oldu." (K12).

"Medya 90'lı yıllarda biraz daha özgür ve objektifti, sonraki süreçte bunu yitirdi. Medya sektörünün el değiştirmesinin bunda etkili olduğun söyleyebilirim." (K17).

"...90'lı yıllardaki siyasi konjonktür ile 2000'li yıllardaki siyasi konjonktür biraz daha farklı. Burada en büyük fark benim için sanırım baskı mekanizması. Hükümet, 90'lardan farklı olarak 2000'lerde vergi hatta siyasi yargılama gibi kanallarla buradaki baskıyı artırarak mülkiyet yapısının değişmesine neden oldu diyebilirim. Burada sermaye sahiplerini ve gazetecileri daha fazla bir korku bekledi herkes her gün baskının daha ne kadar artacağını düşündü. Böyle bir ortam oluştu." (K18).

"...2000'lere kadarki dönemde medya organları sermayenin elinde olmasına rağmen belli oranda tarafsızlık olabiliyordu. Medya patronları ya da gene yayın yönetmenleri siyasal iktidarın tepkisini çekebilmeyi göze alabiliyorlardı. Burada bir fark olduğunu söyleyebilirim. Ben DHA'da çalışırken mesela bizim haberlerimize çok fazla bir müdahale olmazdı fakat Demirören satın aldıktan sonra çok hızlı bir dönüşüm yaşandı. Oradaki işleyiş bir kurumsal hafıza oluşturmamış olabilir çünkü çok hızlı bir biçimde dönüşebildi. Mesela biz CNN Türk'ün hızlıca bir A Haber'e dönüşebileceğini tahmin etmiyorduk açıkçası." (K20).

Katılımcılar medyanın her iki dönemde de bir dönüşüm geçirdiği fakat iki dönem karşılaştırıldığında medyaya girişlerde farklı motivasyonlar olduğunu ifade etmişlerdir. Bu bağlamda 90'lı yıllarda medyanın özelleşmesi ile birlikte sermayenin medyaya girişinde ticari kâr merkezi önemdeyken zaman içerisinde medyanın gücünü siyasi baskı aracına

dönüştürmesi ile bir farklılaşma olduğu düşünülmektedir. Ayrıca medya üzerinde 90'lı yıllarda sermayenin, 2000'li yıllarda siyasetin daha etkili olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda katılımcıların görüşleri ile çalışmanın ikinci ve üçüncü bölümünde yapılan değerlendirmeler sonucunda ortaya çıkan sonuçlarla örtüştüğü anlaşılmaktadır. Buna göre katılımcıların görüşleri;

“90'lı yıllar Türkiye'nin medya ile tanıştığı yıllardı. Medyanın özel sektöre açılması ile bu mümkün olabildi. Bizim için yeni olan bu şey Avrupa ve Amerika için yeni değildi. Bu tabii ülkelerin liberalizasyon süreci ile ilgili. İlk başta biraz yadırgandı çünkü alışılmadık içerikler gördük. 90'lı yıllarda özel televizyonların kurulması ile birlikte tartışma programları değişti, o tartışma programlarında konuşulan şeyler bir dönüşüm yarattı. Tabii 90'lı yıllar kötü örnekleri de ortaya koydu, 28 Şubat dönemi gibi. Görsel medya da yazılı medya gibi askerinin darbe çığırtkanlığına mikrofon uzattı. Oysaki demokrasi çerçevesinde olması gereken bu değildi.” (K5).

“90'lı yıllarda medya siyaseti daha çok etkilerken şimdi tam tersi söz konusu.” (K4).

“90'lı yıllarda medya kuruluşları daha çok siyaseti yönlendiriyordu dolayısıyla medya daha güçlüydü. Fakat bunun arkasında da farklı erkler olabilir. Çünkü o yıllarda medya Türkiye siyasetinde bir sopa gibi kullanılıyordu. Bu zaman zaman AKP'ye karşı da kullanıldı ve AKP bunun önünü alabilmek için medyada bir yapılanmaya gitti. Bu da yandaş medya dediğimiz şeyin doğmasına neden oldu. Bütüncül bir açıdan bakıldığında bu haber medyasında ciddi bir kalite kaybına neden oldu.” (K7).

“2000 öncesi 90'ların sorunda medya patronları siyaset mühendisliğine soyundular. Türkiye'de gazeteciliğin kamu yararına yapılması gibi bir durum kalmadığı için okurun, izleyicinin güveni kalmadı. Medyada etik değerler tamamen ayakları altına alındı. Buradan bir çıkış için Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi hazırlandı; Doğan Grubu yayın konseyi, okur temsilcisi, ombudsmanlık kurumlarını getirdi. Okurun yeniden güvenini kazanmak ana hedefti ama bunu sağlamak öyle kolay değildi çünkü etik ilkeler ayaklar altına alınmıştı. Tam bu dönemde AK Parti iktidara geldi. AK Parti köken olarak siyasetin içinden gelen kadrolarla kurulduğu için bu kadrolar medya ile nasıl bir ilişki kurulması gerektiğinin farkındaydı. Ondandır önce medya sahipleri hangi siyasi parti iktidara gelirse gelsin ‘biz nasılsa bunlar tavlalım, bir şekilde ikna ederiz, biraz süre verelim’ der ve onu yaparlardı. Ama Erdoğan kendi deyişiyse ‘medya ile savaşa savaşa iktidara geldi’. İktidara geldikten sonra da “tamam artık kazandık bir barış ilan edelim” demediler. Tamamen kontrol altına almayı hedeflediler. Eskiden siyasetçiler gazetelerin genel yayın yönetmenlerini arar ‘o haber girsin bu haber girmesin, şu haber biraz küçülsün’ gibi ricalarda bulunurlardı. Zaten o dönem özelleştirmelerden dolayı sıkıntı içinde olan gruplar vardı ve TMSF aracılığıyla bunların medya şirketlerini aldı. Burada eskiden holding sahipleri medya üzerinden güç devşirmeye çalışıyordu, şimdi bu siyasi iktidar medya kuruluşlarını alarak kendi siyasi çıkarlarına uygun bir biçimde kullanmayı hedefledi ve bunda büyük oranda başarılı oldu. Bu süreçte Doğan Grubunu uzun süre alamadı ama vergi cezalar, yıldırma, diğer şirketlerine yapılan baskılarla nihayet o da iktidara yakın şirketlerin eline geçti. Siyaset medya üzerinde büyük oranda etkili oldu ama bilgi akışı da kendine akacak yeni kanallar buldu. Dijital devrimin ortaya çıkışı ile birlikte yeni medya olanakları ortaya çıktı.” (K8).

“2000'li yıllardaki dönüşümde siyasetin çok daha fazla etkili olduğunu söyleyebilirim. Siyasi otoritenin medya üzerindeki etkisini artırma isteği 2000'li yıllarda daha belirgin bir biçimde ortaya çıktı. 90'lı

yıllarda medyaya girişlerin temel motivasyonu ticari etkenlerdi. O dönemlerde medyanın ekonomik olarak bir getirisi vardı. 2000’li yıllardan sonra bu getiri giderek azaldı ve siyasi otorite buradaki boşluğu değerlendirdi.” (K9).

“90’lı yıllar Türkiye’de siyasi dalgalanmaların çok yoğun yaşandığı yıllar ve medyanın da epeyce söz sahibi olduğu yıllar. Medya patronları siyasete müdahale edebiliyordu o dönemlerde. 2000’li yıllarda her alanda olduğu gibi medyada da çok büyük dönüşümler yaşandı. Sadece mülkiyet sahipliği anlamında değil aynı zamanda yapısal bir dönüşüm de oldu.” (K12).

“90’lı yıllarda biraz daha örtülüydü. Medya sektörüne girmek isteyen patronlar gazeteciliği daha ön planda tutmak durumundaydı. 2000’li yıllardaki değişimde ise sektörde hem mali hem de siyasetin etkisi var. 90’lı yıllarda da büyük medya değişimlerinde kaynaklar hep kamu bankalarından alınan kredilere dayanıyordu bu yapı hemen hemen hiç değişmedi.” (K13).

“Pek değişen bir durum olduğunu düşünmüyorum. Geçmişte medya gruplarının holdinglerin kontrolünde olmasıyla bugün siyasetin kontrolünde olması arasında büyük bir fark görmüyorum. Bana ikisi aynı şeymiş gibi çağrıştırıyor.” (K16).

“Özellikle son yıllarda medyaya girişte temel motivasyon iktidarın lehine yayın politikası uygulayarak daha çok parsa toplamak. Medya ekonomisi aslında değişmedi fakat yönleri değişti. Önceden daha zengin olmak için medyaya giriş yapılırdı. Sahip oldukları medyanın gücü ile varlıklarını buldukları sektörde büyümeye çalışırlardı. Dinç Bilgin’in de Aydın Doğan’ın da yaptığı buydu. İkisi de 70’li yıllarda basındaydı ama 90’lara farklı sektörlerde gelişmelerine katkıda bulunan şey onların medyalarının büyümesi oldu. Medyaları büyüdükçe bunun etkisi ile geliştirirler. Şimdilerde ise medya sahibi olmak tam tersi devlet tarafından zenginleştirilenlerin medya sahibi olmaları isteniyor ki hükümet lehine propaganda yapabilsinler. Aslında süreç değişmedi sadece medyaya giriş motivasyonu değişti. Şu anda Türkiye’de medyaya giren hiçbir büyük patronun sebebi medyadan para kazanma değil. Kendine alan yaratma, iktidarla bir kontak kurma ve iktidarın istediklerini yerine getirme.” (K19).

“Sonuç itibari ile bir fark var tabi, 90’lı yıllardaki etki medyanın siyasete etkisi ile sonuçlandı şimdi ise siyasetin medyayı şekillendirdiği bir değişim bu da ciddi bir fark tabi.” (K22).

Katılımcıların verdiği yanıtlardan da anlaşılacağı üzere 90’lı yıllarda sermayenin medyaya girişi ile birlikte medyada bir dönüşüm yaşandığı ve o yılların siyasi çalkantılarında sermayenin siyaset üzerinde etkili olduğu açıktır. Bu dönemler aynı zamanda gazeteciliğin kamu adına yapılan bir iş olmaktan çıktığı dönemler olarak değerlendirilebilir. 2000’li yıllarda ise AK Parti iktidarı ile birlikte bu güç ilişkisi siyasetin daha etkili olduğu bir sürece dönüştüğü görülmektedir. Zaman içerisinde medyada iktidarın daha baskın olduğu iki farklı kutup ortaya çıkmış ve son yıllarda sıklıkla dile getirilen ‘kutuplaşma ’da bu durumun etkili olduğu düşünülmektedir.

“Medyada kamplaşma bu dönemin ürünüdür.” (K2).

“2000’li yıllarda maalesef merkez medya kavramı ortadan kalktı. Toplumdaki kutuplaşma burada da var ve bu medyadan kaynaklanıyor. Toplum medya üzerinden ayrılmaya başladı, izlenen televizyon veya okunan gazete, içinde bulunulan durumu belirler hale geldi. Bunu medya siyaset ilişkileri çerçevesinde düşünürsek örneğin AK Parti’ye yakın medya kuruluşları kamunun reklam kaynaklarını kullanırken

aynı şekilde muhalif medya da muhalefet partisi belediyelerinin reklam kaynaklarını kullanıyor. Ortada duran medya kuruluşları ise bundan mali olarak ve siyasi olarak olumsuz etkileniyor. (K5)”

“...bir tarafta yandaş medya bir tarafta çok az bir sayıda olsa da karşı tarafın medyası deniyor. Günümüzde körü körüne bir taraflar destekleniyor.” (K6).

Günümüzde çokça tartışılan “*kutuplaşma*” kavramının özellikle 2000’li yıllar sonrasında ortaya çıkan medya-siyaset ilişkilerinden etkilendiği söylenebilir. Kutuplaşma siyasal iktidarın medya üzerindeki kontrolü ile daha de derinleşmiş ve gazeteciler de bu duruma kayıtsız kalmamıştır. Bu durumun hâlihazırda güvenilirlik sorunu yaşanan gazetecilik mesleğini olumsuz etkilediği anlaşılmaktadır.

“Bütüncül bir açıdan bakıldığında bu haber medyasında ciddi bir kalite kaybına neden oldu.” (K7).

“2000 öncesi 90’ların sorunda medya patronları siyaset mühendisliğine soyundular. Türkiye’de gazeteciliğin kamu yararına yapılması gibi bir durum kalmadığı için okurun, izleyicinin güveni kalmadı. Medyada etik değerler tamamen ayakları altına alındı.” (K8).

“Geçmişte daha haber ağırlıklı daha gazetecilik idealleri çerçevesinde yapılırken günümüzde böyle değil. Günümüzde bu durum şekil değiştirdi. Günümüzde halkı manipüle etmek için yapıyor. Mülkiyet dönüşümü en çok gazetecilik mesleğini etkiledi.” (K10).

“Dönüşümlerde büyük bir fark yok. Sonuçta her hâlükârda hangi tarafa ait olursa olsun sermaye sermayedir ve medya üzerinde hüküm sürme biçimi çok fazla değişmez. Medyanın tarafsızlığını yitirmesinde en büyük etken sermayenin varlığı olduğu için büyük bir fark göremiyorum.” (K20).

Siyasetin medya üzerinde etkili olmaya başladığı 2000’li yıllarda medyada yaşanan mülkiyet dönüşümü siyasi iktidarın gücü ile de ilişkilidir. Bu bağlamda katılımcılara “AK Parti iktidara geldiği 2002 yılından sonra ana akımda mülkiyet dönüşümleri olmasına rağmen (Dinç bilgin, Uzan Grubu, Çukurova grubunun el değiştirmesi gibi) 2007 yılında kadar medyada mülkiyet değişimlerine direkt olarak müdahale etmemiştir. Fakat 2007 sonrasındaki mülkiyet dönüşümlerinde doğrudan veya dolaylı müdahaleler olduğu bilinmektedir. Bunun nedenleri sizce nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre ortaya çıkan temalar:

Tablo 4.12 Gazetecilerin AK Parti'nin medyaya ilgisine yönelik görüşleri

Temalar:	Medyanın tarafsız olmayışı	İktidarın ilk döneminde AKP'nin yeterince güçlü olmayışı	İktidarın güç elde etme isteği
K1	X		
K2	X		
K3		X	
K4			X
K5	X		
K6			X
K7	X		

K8		X	
K9			X
K10			X
K11	X		X
K12			X
K13	X		
K14			
K15			X
K16	X		X
K17	X		X
K18		X	
K19		X	
K20		X	X
K21		X	X
K22		X	

Katılımcıların verdiği yanıtlara göre medyada siyaset etkisinin nedenlerinden biri medyanın hâlihazırda tarafsız olmayışıdır. Bu durumun yaşanmasında 90’lı yıllarda sermayenin elinde bulundurduğu medya gücünü siyaseti dizayn etmeye kanalize etmesinden kaynaklandığı söylenebilir. Daha anlaşılabilir bir ifade ile belirtmek gerekirse medya 90’lı yıllardaki dönüşüm ile birlikte siyasetin müdahale edebileceği bir yapıya bürünmüştür. Ne var ki sonuç itibari ile medyadaki yapılanma siyasetin ciddi anlamda iktidarın kontrolüne girmesine neden olmuştur. Buna göre katılımcıların görüşleri:

“Bunu sadece mevcut iktidara fatura etmek doğru değil. İktidarlar her zaman medyaya karşı böyle bir tavır almıştır. Bunu tek bir partiye indirgemenin doğru olmadığını düşünüyorum. 2008 sonrasındaki değişimin cemaat adıyla bilinen FETÖ de medyaya olan ilgisini artırdı. Ayrıca bu sadece Ak Parti iktidarı ile sınırlı bir mesele değil, iktidarlar her zaman medyayı kontrol altında tutmak ister ve bunun için girişimlerde bulunur diye düşünüyorum. Bu durum dünyanın birçok yerinde böyle medya zaten bir taraf olduğu için iktidar veya muhalefet benim tarafımda olsun ister. Sermayenin medyaya ilgisi zaten siyasete dolaylı yollardan nüfuz etme isteğinden kaynaklanıyor.” (K1).

“Ben bu dönemde FETÖ’nün medyaya artan ilgisinin bir etken olduğunu düşünüyorum. AK Parti’nin medyaya yönelik ilgisi de bu dönemlerde başladı. Bir nevi medyada bir denge oluşturma girişimleri zamanla bilinçli bir yönelime dönüştü.” (K2).

“Bunun birkaç nedeni var. Birinci neden medyaya ciddi bir sermaye yatırımı yapıldı. Bu el değiştiren medya kuruluşlarının medyaya girerken neyi amaçladığını, neye sahip olduklarını ele almak gerekir. Mesela Dinç Bilgin gazetecilikten gelmesine rağmen medya grubu kurması ile birlikte çeşitli sektörlere yatırım yaptı. ATV-Sabah grubu 1 milyar dolara satıldı bu çok ciddi bir rakam. Bu parayı başka bir sektöre yatırırsanız daha yüksek gelir etme olasılığı daha yüksek. 90’lı yıllarda büyük şirketlerin medyaya ilgi göstermesinin altında yatan nedenleri iyi tahlil etmek gerekir. Türkiye’de medya ilk defa el değiştirmede. Medya sadece el değiştirdi, bir bütün olarak medya yapısal bir değişime uğramadı.

Siyasi iktidarlar medya üzerinde etkin olmak veya kontrol altında tutmak ister, medyanın mevcut yapısı da buna olanak sağlıyor.” (K5).

“Şu an medya büyük ölçüde siyasetin kontrolünde. Dediğim gibi medya, AKP üzerinde de önceki dönemlerde olduğu gibi bir baskı kurmaya çalıştı. Bunun sonucunda da medya bu hale geldi.” (K7).

“Bu grupların sahibi medya patronları bankacılık faaliyeti de yapıyordu. Bu medyaya girişte önemli bir motivasyon kaynağı idi. Bankacılık faaliyetlerinde medya bir kalkan görevi görüyordu. Uzan grubu bunun en somut örneğidir. Bu gruplara TMSF el koydu ve hepsinin de gerekçesi vardı. Bunlar ihale ile satıldı. Medya patronunun açığı yoksa hiçbir siyasetçi onu korkutamaz, baskı kuramaz, el değiştirme veya satmaya zorlayamaz. Gazeteciliği bir amaç uğruna araç olarak kullanırsanız, medya aracılığıyla siyaset üzerinde baskı kurmaya çalışırsanız zaten ideallerinden uzaklaşırsınız. Medya 90’lı yıllardan beri en güvenilir kurum, bu AKP döneminde de Ecevit döneminde de böyledir. Her siyasetçi medyadan çekinir çünkü medya toplumu provoke edebilir, farklı güç odakları ile temasa girebilir. AKP olmasa da medya yine aynı şekilde güvenilir olurdu. Bir de medya patronları 90’lı yıllarda ve 2000’lerin başında siyasete çok müdahale etti, farklı odaklara yakınlaştı, siyaseti dizayn etmeye çalıştı. Önce medyanın yapısı bozuldu. Bütün kurumları eleştiren medya en güvenilir kurum. Bu büyük bir trajedi. Bunu bu hale maalesef gazeteciler getirdi. Medyanın gücü farklı amaçlarla kullanıldığında onu siyasi iktidar veya muhalefet fark etmez herkes kullanmak ister. Bu ülkede Taraf diye bir gazete çıktı, tamamen operasyon için çıkartılan bir gazete. Bu gazetecilik adı altında yürütüldü. Doğrudan terör propagandası için çıkarılan gazeteler var bu ülkede. Bunlara karşı bir yaptırım yapıldığında da hemen ifade özgürlüğü diye karşı çıkılıyor. İfade özgürlüğü yalan söylemek veya terör propagandası yapmak değil. Türkiye’de demokrasi kavramı gibi gazetecilik kavramı da her türlü operasyon için araç haline getirilmiş.” (K13).

Katılımcıların verdiği yanıtlara göre ortaya çıkan diğer bir tema da AK Parti’nin 2007 yılına kadar medyayı kontrol altına alabilecek bir güce sahip olmayışıdır. Bu durum çalışmanın ikinci ve üçüncü bölümündeki değerlendirmelerle örtüşmektedir. Burada katılımcılar ayrıca siyasi iktidara yakın sermaye gruplarının medyaya yatırım yapacak kadar güçlü olmadığı belirtilmiştir. Bir diğer etken kamu imkânlarının (kamu bankalarından sağlanan krediler başta olmak üzere) medya mülkiyetindeki dönüşüme aracılık ettirilmesidir. Buna göre katılımcıların verdiği yanıtlar:

“Bunun en belirgin nedeni, 2007 yılına kadar daha güçlenmemiştir. 2007’den sonra ayaklarının yere bastığını fark edip, medyada mülkiyet dönüşümüne müdahil olmaya başladı.” (K3).

“Aslında 2007 öncesinde de etkileri vardı. AK Partinin iktidara geldiği yıldan itibaren hedefleri noktasında bir değişiklik yok bence. İlk başta iktidara tam olarak oturmamışlardı, tüm devlet mekanizmalarına hâkim değillerdi. Yeni hükümetlerdi ama iktidar değillerdi. Zamanla iktidar gücünü ele geçirdikleri andan itibaren giderek daha da açıktan yaptılar. Mesela Sabah grubunun ilk başta Ciner Grubuna verilmesi oradan Çalık Grubuna verilmesinin iktidarla ilgili olmadığı söylenmez. Star Grubuna yapılan baskıda iktidarın etkisinin olmadığı söylenemez.” (K8).

“2000’lerin başındaki el değiştirmelerde birebir siyasi erkin bir müdahalesi yok ama bu yönde o zaman da bir tavır olduğundan eminim. 2008-2009’lu yıllardaki tavrı göremiyoruz sadece. Sonraki süreçlerde birebir hükümetin hatta AK Parti’nin isteği üzerine olan değişimleri görüyoruz. Burada açık açık

gösterilen bir tavır var, beyanlar var. Bu beyanların gittikçe güçlenmesi sonucunda sermaye gruplarının bir araya gelip bu el değiştirmelere aracılık ettiğini görüyoruz. Bu göz göre göre oldu yani gözümüzün önünde oldu. O dönemde Doğan Medya'dan Vatan ve Milliyet gazetelerinin alınması bunların Demirören grubuna geçişi oluşan bu ortamla ilgili. Daha sonra Doğan medyadan alınıp Demirören'e geçişi söz konusu oldu. Normalde tirajlara ve izlenme oranlarına bakıldığında tek bir grupta toplanmasına müsaade edilmemesi gerekiyor. Ancak bunun bir kamu bankasından düşük faizli ve iki yıl geri ödemesiz bir kredi ile yapıldığını görüyoruz. Burada da iş beyandan çıkıyor hükümetin doğrudan bu el değiştirmeye finansman sağladığını görüyoruz. Daha önce görülmemiş bir durum bu. Temel kuruluş amacı tarım başta olmak üzere reel piyasaya destek verme amacı olan bir bankanın medya sektörüne destek verdiğini görüyoruz. Burada amaç gayet net, hükümetin doğrudan müdahalesi söz konusu. Üstelik bunu tek grupla sınırlandıramayız. Diğer taraftan Türkmedya gibi gruplarında bu dönemde belediyeler aracılığıyla finanse edilip büyümesi, yeni kanallar açılmasına şahit olduk." (K18).

"İki sebebi olduğunu düşünüyorum. 2007 yılına hatta 2009 da diyebiliriz, iktidarın Türkiye'yi sanki AB reformlarına götürecektir şekilde demokratik gibi davranması, 'bakın biz medyaya müdahale etmiyoruz' havasını sürdürmelerini sağladı. O havada aslında hiçbir şey olmuyor değildi. O dönemlerde ana akımda çalışan biri olarak 2007 yılına kadar bir şey olmadı diyemem. Fakat bugün gördüğümüz durumun olmadığını söyleyebilirim bu anlamda karşılaştırma yapmak bile doğru olmaz. Birinci sebebi o sırada el değiştirme olmamasını o sırada iktidarın daha liberal bir görüntü sergilemesi olarak değerlendiriyorum. İkinci ise iktidarın o tarihlere kadar kendi yarattığı bir sermaye grubu henüz oluşmamıştı. Onlara medya satın alıracak kimseleri yoktu. 2007 yılında TMSF'nin el koyduğu ATV-Sabah grubu Çalık'a satıldı. Çalık AK Parti'den önce zenginleşmiş bir tekstil tüccarı olarak ve Ak Parti'ye yakın biri olarak ona medya satın aldırıldı. Çalık AK Parti döneminde zengin olan biri değildi. AK Parti ona ATV-Sabah grubunu satın aldırması sonucunda zaman içerisinde zarar ettiğini söyleyerek o da sattı. Ak Parti 2007 sonrasında aldığı oyların zirvesine geldiğini fark etti ve kendinden emin olmaya başladı. Bu süreçte alınan yüksek oy özgüvenini artırdı. Bu güçle medyanın kendisine meydan okumasına yol açacak alanı vermedi." (K19).

"İktidarının ilk yıllarında buna çok cesurca girişemedi. Çünkü hala kamu bürokrasisi, yargı vs. tek tip yapılanmada değildi. Girişildiği zaman karşısında yargı, toplumsal refleksler gibi bir takım engeller çıktı. Özellikle Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin hayata geçirilebilmesi ile birlikte bunlar çok rahat yapılabildi. Doğan Grubu'nun Demirörene'e satışı her yönüyle (gerek alınıp gerekse satış) bunun en somut göstergesidir. Bu durum konvansiyonel medyada daha görünür olmakla birlikte yerel medyada da çok yaygın. Yapılacak küçük bir araştırma neticesinde yerel medyada da bu durum görülebilir." (K20).

"Ak Parti ilk iktidara geldiği yıllarda mecliste büyük bir güce sahip olmasına rağmen bunun toplumda tam bir karşılığı yoktu. Oy oranı ve meclisteki temsil oranı arasında bir denge yoktu. Aldığı oy %35 civarındayken mecliste temsi oranı neredeyse bunun iki katıydı. AK Parti de mecliste ne kadar güçlü olursa olsun toplumdaki karşılığının (aldığı oylardan dolayı) farkındaydı. Daha sonra halkın da teveccühü arttıkça bu kuvvetlere sahip olma isteği daha da arttı. Medya da bu kuvvetlerden biri olduğu için ona da hâkim olması isteği aynı şekilde arttı. Yani yolun başında da böyle bir istek elbette vardır ama gücü bunun için yeterli değildi." (K21).

Ak Parti, 2002 yılında halkın mevcut siyasete verdiği tepki ile iktidara geldi. Partinin ilk söylemi toplumsal uzlaşma ve toplumsal mutabakat üzerinedir. 2007 yılına kadar da bunu nispeten sürdürdüler. Belki bu toplumu alıştırmaya süreciydi, nihayetinde Ak Parti'ye karşı tepkili bir kesim vardı. Bu dönem önyargıyı yıkma ve gücü pekiştirme dönemiydi. 2007 ise gücün toparlandığı bir dönemdi. Bunun temel nedeni budur diye düşünüyorum.” (K22).

Katılımcıların verdiği yanıtlara siyasi iktidarın medya mülkiyet dönüşümlerindeki etkisi hegemonya mücadelesi çerçevesinde olduğu anlaşılmaktadır. Medyada yaşanan mülkiyet dönüşümlerinde siyasi iktidarın doğrudan müdahaleleri “güç elde etme” isteği olarak görülmektedir. Buna göre verilen yanıtlar:

“Dünyada siyasi iktidarları en fazla etkileyen unsur medya olduğu bilinen bir gerçek. Medya gücünü arkasına alan siyasi partiler de büyük bir gücü arkasına almış olur. Bu nedenle siyasi partiler bunu arzular. Bu bir yere kadar normal düşünülebilir. Şu an Türkiye’de neredeyse her partinin kendine yandaşı olan bir medyası var. Fakat medyanın gücü dijital devrim ile birlikte çok dağıldı.” (K4).

“Siyaset kurumları mutlaka medya ile ilişki içine girmek zorunda, kendilerini anlatmak, tanıtmak, yaptıkları hizmetleri daha geniş kitlelere yaymak zorunda. Kesinlikle sadece ve sadece siyasi partiler veya siyasi kurumlar medyayı kendi taraflarına çekmek istiyor. AK Parti çok güçlü bir siyasi parti, 20 yıldır iktidarda ve iktidar sürecinde ne yapması gerektiğini gördü. Medyayı yanına alması şart, tabii alınırken nasıl bir yol izlendi bu tartışmalı.” (K6).

“Tamamen siyasi otoritenin kendi egemenlik alanını genişletmeye çalışması olarak görüyorum.” (K9).

“Medya halkın algısını tasarlarken bir güç, birileri bunu elinde tuttuğu zaman algıyı yönetebiliyor. Bunun nedeni budur. Medyayı elinde tutanlar insanlara ne düşündürmek istiyorsa nasıl bir algı yaratmak istiyorsa bunu yapabiliyor. Bu manada siyasetin ilgi alanı dışında kalması mümkün değil.” (K10).

“Nedeni çok açık. Lafı eğip bükmeye gerek yok. Siyasi gücü korumak, ülkeyi dönüştürmek için basın kontrol altında tutmak gerekiyordu. Dönemin başbakanı Recep Tayyip Erdoğan, ‘Teknik imkânları zengin, fakat insan kalitesi fakir bir medya anlayışı ile arzu edilen çağdaş toplum seviyesine ulaşmak mümkün değildir. Bu anlayışla varılacak yer, olsa olsa tekelcilik, hortumculuk ve yargısız infazcılığın karanlık çukurudur’ demişti. Ama tam tersini yaptı ve tek sesli bir yapı oluşturdu. Demokratik muhalefetin sesi kısıldı. Erdoğan’ın haklı olduğu bir nokta vardı. Medyadaki fakir insan kalitesi... Hedefine ulaşmak için bunu da sonuna kadar kullandı. Evet, o dönem insan kalitesi ‘fakir’di ama artık insan kalitesi de kalmadı. Basını da kendi tekelinde topladı. Şimdi basın ve ülkenin bulunduğu nokta tartışılmalı.” (K11).

“2007 yılında doğrudan medyaya yönelişin nedeni medyanın gücünü siyasi iktidara gelecek eleştirileri absorbe edebilmek veya medyanın gücünü siyasi amaçlar doğrultusunda kullanabilmek. Bugün özellikle siyasi iktidarın çokça dile getirdiği ‘algı yönetimi’ bir etken. AK Parti’nin başarısında medya gücü bir etkindir fakat ne kadar güçlü bir etkindir bu tartışılır.” (K12).

“Türkiye’de global dünyaya bakıldığında da böyle ama Türkiye’de daha yoğun olan bir şey bu. Siyasi iktidar kitleleri manipüle etmesi, kontrol altında tutması bakımından ana akım medyayı kontrol altına almak istedi. O dönemde sosyal medya bu kadar gelişmediği için ana akıma karşı böyle bir ilgi oldu. Mevcut siyasi kazanımlar da bunun etkili olduğunu düşünüyorum.” (K15).

“Tabii iktidarın (AK Parti iktidarı) belli bir döneme kadar medya sektöründe pek önemli bir yeri yoktu. Daha doğrusu AK Parti veya Milli görüş taraftarı bir medya yoktu. Bu durum bu siyasi kanat için bir eksiklik ve bir güç elde etmek gerekiyordu. Bu güç de havuz medyası sayesinde elde edildi. Bu noktaya gelmesindeki en büyük etken medyada çok güçsüz olması ve ayrıca müesses nizamın bu alanda daha etkili olmasıdır.” (K16).

“Güç sahibi kimse karşısında farklı bir güç istemez. İster siyasi iktidar olsun ister bir kişi olsun. 90’lı yıllarda mesela REFAHYOL hükümetinin yıkılmasında Doğan Medyanın etkili olduğu biliniyor. AK Parti karşısında böyle bir güç istemedi. Bu nedenle medyaya karşı yoğun bir müdahale oldu ve elden çıkarmak zorunda kaldılar. Elden çıkarılan medya kuruluşları da şimdi hangi ellerde olduğundan bu müdahaleyi anlayabiliriz. (K17).

“Her iktidar her güç sahibi kendine yakın medya olmasını ister. Kendi hatalarını veya artılarını kendi istediği şekilde anlatan bir medya ister. AK Parti belli bir güce eriştikten sonra buna girişti bence. Fikri olarak iktidarda olabilmek için ve topluma kendi ideolojisini topluma benimsetebilmek için böyle bir yapıya ihtiyacı vardır.” (K20).

“XXI. yüzyılın iletişim çağı olduğunu herkes gibi siyasi partiler de biliyor. Bu benim kanaatime göre sadece AK Parti’nin meselesi değil. AK Parti gibi bu kadar uzun yıllar iktidarda olan başka bir parti de olsaydı benzer bir dönüşüm yaşanırdı. Sonuç itibarı ile gücü elinde bulunan iktidarlar ideolojisi hiç fark etmez gücün tamamını eline geçirmek ister. Yasama ve yürütmeyi bir anlamda eline almış yargıya müdahale etme gücüne sahip bir iktidar dördüncü kuvvet olarak medyaya da sahip olmak isteyecektir.” (K21).

Katılımcılardan (K18, K20, K22) bu soruya yanıt verirken ana akım medyada yaşanan dönüşümlerde siyaset etkisinin yerelde de olduğunu belirtmişlerdir. Buna göre:

“Yerel medyada da benzer sorunlar var. Buraya girişlerde de ana akımda olduğu gibi güç meseleleri var. Yerel medyada ciddi maliyet sorunları var birçoğu var olma mücadelesi veriyor diyebilirim.” (K22).

“Bu durum konvansiyonel medyada daha görünür olmakla birlikte yerel medyada da çok yaygın. Yapılacak küçük bir araştırma neticesinde yerel medyada da bu durum görülebilir.” (K20).

“Özellikle son on yıla bakıldığında bunun çok kuvvetli olduğunu görüyoruz. Bu sadece ana akımda değil yerel medyada da böyle. Yerel medyanın sahiplerinin AK Parti’ye yakın isimler tarafından fonlandığını görebilirsiniz. Hatta çoğu yerde en çok satan ya da en bilinen gazetelerin ya da Basın İlan Kurumundan en fazla ilan alan gazetelerin de bunlar olduğunu görebiliyoruz. Burada belediyelerin yerel gazeteleri fonladığını görüyoruz.” (K18).

Bu kategori altında katılımcılara “2007 sonrasında yaşanan mülkiyet değişimlerini Antonio Gramsci’nin hegemonya ve tarihsel blok kavramları çerçevesinde değerlendirebilir misiniz? (Özetle hegemonya kuramı: küçük bir azınlığın; eğitim, sendika, gazete vb. aygıtları kullanarak rıza ürettiğini ve böylece hâkimiyetini sürdürdüğünü iddia etmektedir. Tarihsel blok ise hegemonyanın tesisi ile birlikte sivil toplum ve politik toplumun birbirine eklemlenmesi olarak özetlenebilir). Bu bağlamda değerlendirdiğinizde siyasal iktidarın tarihsel blok olması yolunda medya ne gibi bir rol oynamaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplara göre ortaya çıkan temalar:

Tablo 4.13 Gazetecilerin hegemonya, tarihsel blok ve kavramı ile ilgili görüşleri

Temalar:	Hegemonyanın tesisinde medya	Toplumsal dinamikler	İktidara yakın medyanın güvenilirliği	Belirli gruplar üzerinde etki	Kutuplaşma
K1	X				
K2			X		
K3	X	X			
K4	X	X			
K5		X			
K6	X		X		
K7	X	X			
K8	X				
K9			X		X
K10	X			X	
K11	X				
K12	X				X
K13			X		
K14		X		X	
K15	X			X	
K16		X	X		
K17	X				
K18	X				
K19	X		X		
K20	X				
K21	X				
K22	X			X	

Katılımcıların verdiği yanıtlara göre medyanın hegemonyanın tesisinde etkili olduğu bilinmektedir. Fakat gerek medyanın kullanılma biçimi gerekse toplumsal dinamikler hegemonya ve tarihsel blok tesisinde direnç oluşturmaktadır. Bu direncin oluşmasındaki bir diğer ve önemli bir faktör ise dijitalleşme ve sosyal medya olarak görülmektedir. Ayrıca katılımcılar hegemonya tesisinin sadece medya ile sağlanamayacağını ifade etmişlerdir. Bu durum çalışmanın ikinci bölümünde yer alan AK Parti iktidarının “ekonomi, siyaset, bürokrasi vs.” başlıkları altında yapılan incelemelerle de örtüşmektedir. Katılımcıların medyanın hegemonya ve tarihsel blok tesisindeki rolü üzerinde verdiği yanıtlar:

“Türkiye’de siyasal iklim çok değişken sürekli olarak değişim olduğu için bu mümkün değil. Bunu görece sağladığını ama medyanın burada etkisinin kayda değer olmadığını düşünüyorum. AK Parti’nin muhafazakâr demokrasi anlayışını topluma benimsetebildiğini düşünmüyorum (toplumsal değişimden dolayı) ama muhafazakâr kesimin var olma mücadelesinde AK Parti politikalarının etkili olduğunu

düşünüyorum. Çağın popüler kültürünün herkesi eşitlediğini düşünüyorum. AK Parti'nin böyle bir çabası varsa da başarılı olduğunu söyleyebilirim.” (K1).

“Siyasal iktidarlar göreve geldikleri ilk günden itibaren medyayı denetim altına almaya çalışırlar. Kimisi başarılı olur kimisi ise olmaz. Başarılı olursa hegemonya tesis eder. Tıpkı Türkiye’de olduğu gibi. Tarihsel blok olma yolunda medyanın önemli bir rolü var. En kötü ihtimalle kendi kitlesini canlı tutma ve korumada işlev görür. Ancak sivil toplum bunun önünde engeldir. Sivil toplum gerçek anlamda görevini yaparsa hegemonya tarihsel bloka evrilmez.” (K3).

“Tabii ki, özellikle AK Parti döneminde medya önemli ve güçlü hale geldi. Bizim alışmadığımız tarzda bir güç haline geldi. Dolayısıyla toplum da bundan etkileniyor bu etkinin sonucunda iktidar partisinin işine geliyor o yüzden medyaya böyle bir ilgi var.” (K6).

“AK Parti’nin zaten amacının bu olduğunu düşünüyorum. Bu çok ayaklı bir konu; adalet, STK, bürokrasi gibi yapılarda da örgütlendi medya bunların sadece bir ayağı. Medya açısından düşünüldüğünde sosyal medyanın varlığı bunun karşısında ciddi bir direnç oluştu. Sosyal medya olmasaydı bambaşka olurdu muhtemelen. AK Parti tarafından yapılan tuhaf veya yanlış şeylere bile toplum tarafından alkış tutuluyorsa bunu da düşünmek lazım.” (K7).

“Bu derece kontrol altına alması tabii ki propaganda amaçlı. Hegemonyanın tüm enstrümanları medya gibi kontrol edildiğinde bunu söylemek mümkün. Cumhuriyetin kuruluşunu 1920’den itibaren alsak Atatürk dâhil ki Atatürk 18 yıl iktidar oldu. Tayyip Erdoğan bundan daha fazla iktidarda kaldı. AK Parti ve Erdoğan iktidarda kaldığı süreç gerçekten az bir zaman değil. Bir tarafta devlet kuran bir lider bir tarafta onu dönüştürmeye çalışan bir iktidar var. Bunda AK Parti’nin yol kat ettiğini söyleyebilirim. Medya bu süreçte faktörlerden biri. Örneğin iktidar medyasına bakıyorsunuz ekonomide bu kadar sorun varken bunu iktidar medyasında göremiyorsunuz, görseniz bile farklı lanse ediliyor. Kabul edilen ekonomik sorunları bile sadece iktidarın çözebileceği vurgusu var. Hem bilginin gerçek durumunun insanlara ulaşmasını engelliyorlar hem de siyasi iktidarın propagandasını yapıyorlar. Bunun tabii ki bir etkisi var. Ergenekon, Balyoz gibi dava süreçleri de Türkiye’de önemli bir rol oynadı. O dönem Fethullahçı ya da FETÖ denilen örgütle birlikte yapılan operasyonlar Türkiye’de TSK başta olmak üzere Türkiye’deki güç odaklarının hepsini dize getirdiler. O davalarda askerler, gazeteciler, aydınlar yargılandı hapse atıldı. Sonuç olarak ülkeyi getirdikleri nokta bir polis devleti ve bir korku toplumu oldu. Sokaktaki sıradan insan bile dinlendiğinden korkuyor. Sosyal medyada yazılan bir ileti yüzünden birçok insan yargılanıyor. Dolayısıyla hem medya hem de diğer faktörlerle yaratılan ortam bu kontrolü kolaylaştırıyor.” (K8).

“AKP bu dönemde hem kendi medyasını oluşturmuş hem de ana akım medyayı siyasi ve ekonomik baskılarla kontrolüne almıştır. Erdoğan iktidarı, 2008 sonrası birlikte yol yürüdüğü Fethullah Gülen cemaati ve onun medya organlarının desteğiyle seçimleri ve referandumları AKP lehine çevirdi. Hegemonyasını pekiştirmek için her alanda olduğu gibi medyada da tam kontrolü sağlama stratejisi izledi. 15 Temmuz sonrası ise medyanın neredeyse yüzde 90’ı iktidarın ideolojik aygıtına dönüştü.” (K11).

“Türkiye’de 2017 yılında Başkanlık sisteminin gelmesi ile birlikte birçok değişti. Hegemonyayı biraz bu süreçle birlikte değerlendirmek gerekir. İktidarın sivil toplum kuruluşlarında, bürokraside örgütlenmesi medyada patronajın dönüşümü gibi faktörler hegemonik üstünlükte bir etken. Bu da Başkanlık sisteminde daha kolay olabildi. Önceden seçim sonrası ittifak yapılırken şimdi sistem gereği

öncesinde yapılıyor. Bu da toplumun kutuplaşmasında temel etkenlerden biri. Bir tarafta iktidarın medyası diğer tarafta iktidarın karşısında olan medya ortaya çıktı. Medyanın bu ortamda oluşturduğu dil de toplumdaki kutuplaşmaya neden oluyor. AK Parti'ye yakın medyanın oluşturduğu dil ister istemez karşıt dili de belirliyor. Bu bile medyanın hegemonik üstünlük sağlamadaki rolünü ortaya koyar.” (K12).

“Bir faktör ve çok önemli bir faktör. Çünkü siyasilere gelir ve başarılarının yansımaları aldıkları oydur. Sandığa nüfuz etmenin en kolay yolu da medya ile olabiliyor. Anadolu’da belli bir eğitim seviyesinin altında olanlarda özellikle bu etkileri görebiliyoruz. Belli başlı kanalları izleyip bunların doğru söylediğine inanan hatırı sayılır bir kitle var. İktidara yakın medya kuruluşlarının reyting oranlarına totalde bakıldığında bu durum daha iyi anlaşılabilir. Kesinlikle AK Parti’nin hegemonya sağlamasında medyanın etkili olduğunu düşünüyorum.” (K15).

“Şu an AK Parti’nin bu kadar iktidarda kalması, bu kadar yüksek oy almasında etkili olduğunu düşünüyorum. Sadece ana akım medya düzeyinde değil son zamanlarda sosyal medyada bile böyle bir durum var. Bu da hegemonik bir üstünlük sağlamasında etkili olduğunu düşünüyorum.” (K17).

“Özellikle son on yıla bakıldığında bunun çok kuvvetli olduğunu görüyoruz. Bu sadece ana akımda değil yerel medyada da böyle. Yerel medyanın sahiplerinin AK Parti’ye yakın isimler tarafından fonlandığını görebilirsiniz. Hatta çoğu yerde en çok satan ya da en bilinen gazetelerin ya da Basın İlan Kurumundan en fazla ilan alan gazetelerin de bunlar olduğunu görebiliyoruz. Burada Belediyelerin yerel gazeteleri fonladığını görüyoruz. Burada da ciddi bir öğütlenme yapısı var. AK Parti’nin 2000’lerin sonuna doğru sivil toplum alanında yaşadığı ya da yaşadığını düşündüğü bir eksiklik vardı. Ortada belli STK’larda karşı tarafın sözü karşısında kendi ürettiği siyasi söylemlerin güçsüz kaldığını hissediyordu. Burada MÜSİAD gibi STK’ları güçlendirmeye başladı. Bu yapıların güçlenmesi ve siyasi erk tarafından güçlendirilmesi sonucunda medya ile yeni bir ilişki doğmasına neden oldu. Son 5-6 yıla baktığımızda önceden manşetlerden düşmeyen TUSİAD başkanları veya temsilcilerinin beyanlarının artık medyada çok yer almadığını görüyoruz. Karar verici mekanizmalar üzerindeki ağırlığı oluşturan topluluklar artık AK Parti’nin istediği yönde şekillenmeye başladı. Bu biraz da medya aracılığıyla oldu. Medya yıllardan beri TUSİAD başkanlarını vatan hainliği ile ya da başka şeylerle kötülerken diğer tarafı yüceltiyordu. Bence buradaki bağ böyle siyasi erkin istediği düzeyde kurulmuş oldu.” (K18).

“Etkisi olduğunu söyleyebilirim. Medyanın rıza üretimi konusundaki katkısı belli bir noktaya kadar tartışılmaz. Türkiye’yi dönüştüren belli dönemlerde özellikle etkisi olduğunu görüyoruz. Mesela Başkanlık sistemine geçileceği iklim sırasında Türkiye’nin Başkanlık sistemine ne kadar ihtiyacı olduğunu pompalanması ele geçirilmiş medya üzerinden oldu. İkinci bir örnek mesela Gülençilerle yapılan ittifak sırasında Anayasa değişikliği sırasında da aynı şeyi görebiliyoruz. Anayasa değişikliğine HSYK’nın yapısının değişmesine yol açacak değişikliklerden ordunun terfilerinde uygulanacak değişikliklere kadar o anayasa değişikliği öncesinde toplumun rıza göstermesi. Barış süreci mesela AK Parti’nin yaptığı biçimiyle ne kadar doğru olduğunu kamuoyuna anlatılması noktasında veya tırnak içerisinde çatlak seslerin bastırılması noktasında hegemonik üstünlüğünü kullandığı ortada. Fakat medyanın hegemonya anlamında dönüştürücü gücü, oy verme eğilimlerini etkileme, politik yönelimleri değiştirme gücü belli bir doyumluk seviyesine geldikten sonra bir karşılığı kaldı mı, ben düşünmüyorum. Daha doğrusu eskisi kadar bu anlamda medyanın etkisinin olduğunu düşünmüyorum.

Propaganda kazanının dolduğunu düşünüyorum. Bunu 2019 yerel seçimlerinde gördük. Hem yaygın medyanın büyük bir bölümüne sahip olan iktidar yoğun bir propaganda yapmasına rağmen İstanbul, Ankara veya diğer büyük şehirlerde kaybetmesi bunun bir göstergesi.” (K19).

“AK Parti’nin iktidara geldiği yıllardaki politikalarını uygulama biçimi ile şimdiki uygulama biçimine baktığımızda hegemonya kurabildiğini söyleyebilirim. Bunda da medyanın rolü azımsanamaz. Aynı şekilde iktidarın kendi ideolojisinin görece toplumda ve siyasette bir karşılığının olması bunun bir göstergesi.” (K20).

İktidarlar yönetim gücünü her zaman elinde bulundurmak ister. AK Parti medya mülkiyetindeki ilk dönemlerde müdahil olmuyorken zaman içerisinde buna müdahil olması hegemonyayı sürdürürebilmek içindi. Bu ilgi aynı zamanda kendi yaptıklarını topluma gösterebilme amacı da taşıyor. Medyanı asıl rolüne odaklanıldığında bir iktidarın yapmış olduğu şeyler çok da haber değeri taşımaz. Gazeteciler iktidarın yapmadıklarını ya da yanlışlarını haber yapmalı ki görevini yerine getirebilsin. İktidar da tabi eksikliklerinin görünmesini istemez. Dolayısıyla AK Parti hegemonyayı tesis etmek ve devam ettirmek için medyaya olan ilgisini artırdı. Medyanın bu noktada etkili olduğu ortada.” (K21).

“Medya toplumu dönüştüren bir aygıt. Eğitimin zayıflaması ile kendi düşünce sistemini geliştirmek yerine var olanı almaya doğru bir eğilim var. Düşünmeyen beyinler hazır olanı alma eğilimindedir. Bunun için de medya önemlidir. Mesela medyanın dili toplumun değer yargılarını ve reflekslerini belirliyor. Mesela medyada kadına bakış açısında kullanılan dil toplumun kadına bakışında etkili oluyor. Medya mülkiyetindeki değişimin birinci nedeni de bu... (K22).

Katılımcıların AK Parti’ye yakın medyada yapılan haberciliğin ne kadar etkili veya başarılı olduğu hususundaki görüşleri dikkat çekmektedir. Buna göre; bilgi her ne kadar saklanırsa saklansın veya nasıl bir biçimde sunulursa sunulsun çağın getirdiği olanaklarla birlikte düşünüldüğünde bir şekilde bilgi kendine akacak yeni yollar bulmaktadır. Yandaş medya olarak tabir edilen iktidara yakın medya hakkındaki görüşler:

“Ak Parti’nin kendisine yakın medyanın bilakis AK Parti’ye zarar verdiğini düşünüyorum. Medya aksak giden işleri hükümetin önüne koyduğu takdirde hükümete faydalı olabilir. Medya pembe tablolarla sunarsa hükümete iyilik değil kötülük yapmış olur ki olan da budur. Bugün itibarıyla AK Parti’nin yarattığı medya AK Parti’nin sırtında bir yükür. AK Parti medyada güçlü olmadığı dönemlerde daha fazla rıza üretebilseyse bunu sorgulamak lazım.” (K2).

“...Bu sadece AK Parti ile ilgili değil öyle bir atmosfer oluştu ki iktidara kim gelirse gelsin bunu uygulamaya çalışacaktır. Fakat şunun da üzerine durmak lazım AK Parti gerçekten önemli hizmetler yaptı özellikle iktidarın ilk yıllarında oldukça başarılıydı. Ayrıca ben medyayı bu şekilde kullanmasının AK Parti’ye zarar verdiğini düşünüyorum. Bunu gazeteci olarak da araştırdığımızda toplumdan benzer tepkiler alıyoruz. Herkes AK Parti’ye yakın medyanın AK Parti’ye zarar verdiğini düşünüyor. Ben de öyle düşünüyorum.” (K6).

“Medya esasında 2007 öncesinde de küçük bir grubun kontrolündeydi şimdi de öyle. Değişen isimleri ve hükümete yakınlıkları. AK Parti’ye yakın medyanın Ak Parti’ye katkı sağladığını söylemek de zor. Gazetecilik doğası gereği böyle yapılmaması gerektiği için katkı sağlaması zor. Bugün izleyicilerin tercih ettiği platformlara bakıldığında da anlaşılacaktır. Medyada genel olarak bir bozulma da var sadece yandaş medya değil muhalif medya da bu anlamda sorunlu. Siyasette çizilen rota medyaya da

sirayet etti. Siyasi otoritenin anlayışı iktidar ya da muhalefet fark etmez medyaya da aynı şekilde yansıdığını düşünüyorum. Herkes kendine bir pozisyon seçmek zorunda kalıyor gibi bir ortam oluştu.” (K9).

“Bu ideolojik aygıtların, davalarla susturulmaya çalışılan ve ilana erişimi engellenen eleştirel yayın yapan basın organlarının etkisine ulaşamaması iktidar açısından yeni bir açmaz yarattı. Gündümlü medyanın toplumda yarattığı güvensizlik her yıl daha da artmaktadır.” (K11).

“Bu (AK Parti’nin medya üzerindeki hâkimiyeti) son yıllarda gerçekleşen bir durum. Medya üzerindeki etkisini veya hissettirdiği etkiyi kendine karşı yapılan saldırılara karşı bir kalkan olduğu söylenebilir ama başarısında bir katkısı olduğunu düşünmüyorum. Toplumun geneli zaten buna çok fazla ilgi göstermiyor. Hükümeti destekleyen medyaya bakıyorsunuz kendi okur kitlesi üzerindeki etkiye bakıyorsunuz bir orantı yok. Medya siyasete gazetecilik meslek idealleri çerçevesinde yaklaşırsa belki sorun olmaz fakat siyasi iktidar üzerinde belli güç odaklarını arkasına alarak baskı uyguladığı için böyle bir durum ortaya çıkıyor. Sermaye medya üzerindeki gücünü siyasi baskı aracı olarak kullanmaya çalıştığı için böyle bir tablo ortaya çıktı.” (K13).

“Medyanın bunda çok büyük bir etkisi ya da faydası olduğunu açıkça düşünmüyorum. Bunun tarihte farklı örnekleri de var. Mesela 1980 darbesinden sonra medya büyük oranda Turgut Sunalp’i desteklemesine rağmen kazanan Turgut Özal oldu. Bazen etki tepki çok farklı olabiliyor. Mesela Refah Partisi’nin arkasında medya desteği olmamasına rağmen hatta medya tam karşısında olmasına rağmen Refah Partisi’nin iktidara gelmesi de bir örnek. Siz ne kadar güçlü olursanız olun halk sizin bunu rant amaçlı yaptığınızı gördüğü anda medyanızın gücü halk nezdinde bir anlam ifade etmiyor. Halk yine seçeceğini seçiyor bir de bizim toplumumuz böyle şeylere reaksiyon verir mazlumdan yana çıkar. İstanbul ve Ankara belediyelerinin başka siyasi oluşuma geçmesinin önemli nedeni de bu. 25-30 yıl bu belediyeleri yönetip bazı söylemlerle ve medyanın tetikçiliği ile elinizden çıkarıyorsanız bu medyanın sizi övmesinin ters tepki doğuracağını da gösterir. Siz her gün bir düşman yaratıp amansızca onu eleştirirseniz toplum buna reaksiyon gösterir.

AK Parti’nin hegemonik üstünlük sağlamasında sadece medya değil birçok faktör etkili. Medyada bu etkenlerden sadece biri. 2007 sonrası bürokrasideki örgütlenme mesela bundaki etkenlerden sadece bir diğeri.” (K16).

“Medya gücü ya da artık yapılış şekliyle propaganda ters tepmeye başladı. Belli bir yerden sonra insanlar size inanmamaya başlıyor. Bugün istediğiniz kadar medyada Türkiye güçlü ülkedir deyin yurttaş sokağa çıktığında veya alışveriş yaptığında bunun böyle olmadığını anlıyor. Hegemonya tesisi artık aşınmaya başladığını gözlemliyorum. Üstelik bir gün doğru bir mesajı aktarmak için o medyaya ihtiyaç olduğunda o medya ile yaratılan kredi kaybı etkisini gösterecektir.” (K19).

Katılımcılardan (K10, K14, K15, K22) göre, iktidara yakın medyanın (yandaş medya) toplum üzerindeki etkilerine yönelik görüşlerinde “belirli bir kesim üzerinde etkili olabildiği” düşünülmektedir.

AK Parti’ye yakın olan medya geçmişte çok etkiliyken günümüzde savunuculuğuna evirildiği için her şeyi pembe tablolarla sunma anlayışına geçildiği için görece bu etki azaldı. Fakat hala belli sosyo-ekonomik düzeylerde etkili olduğunu söyleyebilirim.” (K10).

“Belirli kesimler üzerinde olabilir ama genelde etkili olduğunu söyleyemem. Çünkü sosyal medya gerçeği var, insanlar sosyal medyaya yöneliyor.” (K14).

“...Anadolu’da belli bir eğitim seviyesinin altında olanlarda özellikle bu etkileri görebiliyoruz. Belli başlı kanalları izleyip bunların doğru söylediğine inanan hatırı sayılır bir kitle var.” (K15).

“...Medya bunda tabii ki etkili ama bunu eğitim ve diğer aygıtlarla birlikte bütüncül bir biçimde düşünmek lazım. Yeni medya ve alternatif medya veya sosyal medya belli kesimler tarafından takip ediliyor ama kırsal kesim gerçeği var ve bu kanadın üzerinde iktidarın iyi çalıştığına söylemek gerekir. Hedef kitle olarak belirlenen bu kesim üzerinde alternatif bir kaynak olmadığı için buradaki siyasi direnç kırılmıyor.” (K22).

Katılımcıların “*tarihsel blok*” kavramı hakkındaki görüşleri ise genel olarak birbiri ile örtüşmektedir. AK Parti’nin uzun süre iktidarda kalması ve bunun neticesinde sermaye, bürokrasi gibi aygıtlarda örgütlenebilmesinden dolayı hegemonyasını bir dereceye kadar tesis edebildiği fakat tarihsel blok olmasının aynı derecede mümkün olmadığı düşünülmektedir. Buna göre:

“Tarihsel blok olma yolunda medyanın önemli bir rolü var. En kötü ihtimalle kendi kitlesini canlı tutma ve korumada işlev görür. Ancak sivil toplum bunun önünde engeldir. Sivil toplum gerçek anlamda görevini yaparsa hegemonya tarihsel bloka evrilmez.” (K3).

Hegemonya ve tarihsel blok açısından düşünecek olursak AK Parti’nin özellikle tarihsel blok olması toplumsal dinamiklerden dolayı mümkün değil ama hegemonik üstünlük sağlamasında bir etken olabilir. Dijital devrim ve sosyal medya olmasaydı belki mümkün olabilirdi ama çağın koşullarında pek de mümkün değil.” (K4).

“AK Parti tarihsel blok olabilseydi bunu sanatta, mimaride de görebilirdik. Kendi üslubunu yaratamadığı için tarihsel blok olmadığını düşünüyorum. Kültürel hegemonyayı kıramayan bir iktidarın bir blok oluşturabileceğini ben düşünmüyorum. Bir şeye damgasını vurma anlamında siyasi baskının artması sonucunda oluşan siyasi ortam dışında bir damgasını göremiyorum. İleride bu dönemi anarken siyasi tarih kırılmaları dışında bir şeyden bahsedemeyiz. Hegemonik bir yapı kurdular ama genel anlamda bir iz bırakmadıkları için tarihsel blok olamadığını söyleyebilirim.” (K19).

Bu kategori altında katılımcılara “son olarak medyada özellikle mülkiyet kaynaklı sorunların giderilmesi adına neler yapılabilir? Bu konudaki önerileriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Buna göre ortaya çıkan temalar:

Tablo 4.14 Gazetecilerin medyada mülkiyet kaynaklı sorunların giderilmesine yönelik önerileri

Temalar:	Medya patronların faaliyetleri	Sermaye-devlet ilişkileri	Yasal düzenleme	Gazetecilik ilkeleri
K1				X
K2	X		X	
K3				
K4	X			X
K5			X	
K6		X		
K7		X		

K8	X		X	X
K9			X	
K10				X
K11				
K12		X	X	
K13				X
K14				X
K15	X			
K16				X
K17			X	
K18		X		
K19	X		X	
K20			X	
K21	X		X	
K22			X	

Bu soruya verilen yanıtlar doğrultusunda medyanın patronaj yapısından kaynaklanan sorunlar medyanın finansmanı ile çakışmakta olduğu görülmektedir. Bu soruna getirilen en yaygın öneri sermaye-devlet ilişkilerini yeniden düzenleyecek yasal düzenleme yapılması gerektiğidir. Buna göre:

“Medya patronlarının sadece medya ile meşgul olmalı. Devletle ilişkili işleri olursa maalesef medya bağımsız olamaz. Medya patronunun işi sadece medya olacak. Devletle ihale kredi gibi işleri olursa medya bağımsız olamaz. Bunun için yasal düzenleme yapılırsa ancak mümkün olabilir.” (K2).

“Sermayeyi medyanın arkasından çektiğiniz zaman medyanın ayakta durabilmesi mümkün değil. Mevcut düzende sermayenin olmadığı bir medya ortamı mümkün görünmüyor. Geçmişte medyada sermayenin ne ölçüde medyanın içinde olabileceği noktasında yasal düzenlemeler vardı fakat maalesef bu düzenlemeler değiştirildi. Sermayenin bu alandan çıkması mümkün görünmüyor. Bu noktada medyanın nerede duracağı, etik ve ahlaki sorumluluklar önem arz ediyor. Bu yine gerekli yasal düzenlemelerle bir derece iyileştirilebilir.” (K5).

“Devlet medyanın üzerinden elini çekmeli, gazeteciler özgürce haberini yapmalı. Tabii ki devletin bunu medyadan istemesi ve medyanın da buna gönüllü olması lazım. En önemlisi medya devletle ekonomik ilişkilerini kesecek. Hükümet başarılı bir şey yapıyorsa bunu yazacak ama kötü ve toplum için zararlı bir şey varsa onu da yazacak. Böyle bir medyanın olması şart. Medya devletten katkı değil kendi gelirleri ile ayakta kalabilmeli tarafsızlık ancak böyle mümkün olabilir.” (K6).

“Gazetecilik tarihi genel yayın yönetmenleri ile patronlar arasındaki kavganın tarihidir. Bizde gazeteyi yönetenler patronların çıkarlarını çalışanlara aktaran kişiler halini alıyor. Oysa Türkiye’de editöryal bağımsızlığın yerleşmesini sağlamaya çalışmak gerekiyor. Geleneksel medya için söylenebilecek bir diğer şey ise medya kuruluşu sahibinin yayıncılık dışındaki alanlarda var olması genelde çıkar çatışmasına yol açıyor. O nedenle hem medyada tekelleşmenin önlenmesi hem de sadece yayıncılıkla uğraşan kişiler medya kuruluşu sahibi olabilir gibi yasal hükümler geri getirilebilir.” (K8).

“Gazetecilik idealleri göz önüne alınmadığı müddetçe bu sorunlar devam edecektir. Gazeteciler iş kaybı korkusu yaşadığı müddetçe de bu sorun baki kalacak. Bu bir şekilde ortadan kaldırılırsa ya da iş güvencesi sağlanırsa gelişme kaydedilebilir. Holding ve şirketlerin medyayı bir araç olarak kullanmasının önüne geçecek yasal düzenlemelerin yapılması da fayda sağlayacaktır.” (K9).

“Herkes üzerine düşen görevi yapacak. Bir eleştiri, bir yazı, bir haber veya bir programda kullanılan bir sözden dolayı birileri bunu farklı alana çekecekse bu sistemin ayakta durması mümkün değil. Daha özgür, hukukun üstünlüğünün esas alındığı, daha demokratik bir sistem inşa etmek gerekir. Medya siyaset ilişkilerinin sınırlandırılması konusunda yasal düzenlemeler getirilebilir. Aslında eleştiri hataları görmenin en uygun yoludur. Buna olanak tanırırsanız her şey daha sağlıklı olur. Siyasetçilerin de daha esnek olması gerekiyor. Mesela medya zamanında Necmettin Erbakan’ın üzerine çok fazla gitmiştir ama Erbakan nezaketi elden bırakmamıştır. Aynı şekilde Süleyman Demirel, Turgut Özal örnekleri de verilebilir. Bugün Türkiye’nin özgürlükler noktasındaki sorunları sadece gazetecileri değil her kesimin yaşam alanını etkiliyor. Medyanın daha özgür olduğu ve gazetecilerin baskıya maruz kalmadığı bir medya düzeninde ancak ülkenin ilerlemesine katkı sağlayabiliriz.” (K12).

“Yanılmıyorsam 80’li yıllarda gazetecilik yapan veya basın sektörüne sahip olan patronların başka iş yapmalarına müsaade edilmiyordu. 80’li yıllardan sonra Özal dönemi ile birlikte bu değişti. Ondan sonra gücü elinde bulundurmak isteyenlerin en önemli silahı bu oldu. Eskiye dönüş bir çözüm olabilir.” (K15).

“Ciddi yasal düzenlemeler gerekiyor. Her konuda olduğu gibi bu konuda da yasal düzenlemelerin yetersizliği söz konusu.” (K17).

“Medyadaki sahiplik oranlarının daraltılması bir öneri olabilir. Şu sektörde olan girmesin gibi bir sektörel yasaklama yapılması doğru değil. Medyadaki yoğunlaşmanın önüne geçecek düzenlemeler getirilebilir. Ayrıca medya patronlarının faaliyet gösterdikleri diğer sektörlerdeki yayınları bir ceza konusuna dönüştürülebilir. Yurt dışında farklı sektörlerde yatırımı olan medya kuruluşları için düzenlemeler var. Mesela yatırımı olduğu sektörde bir haber yapılmışsa haberin sonunda ‘bu haberi okuduğunuz kurum bu alanda şu yatırımları bulunmaktadır’. Bu tarz düzenlemeler okurlar için haberin nötr olmadığı noktasında bir uyarı taşır. Gazeteciler cemiyeti veya RTÜK gibi kurumlar da bunları daha dikkatli takip edip böyle yanlışlıkları tespit edebilmeli ve buna müeyyide getirmeli. Bakın yok demiyorum bu konularda etkisiz olduğunu söylemeye çalışıyorum. Medya üzerindeki baskının sadece sahiplik yapısı ile ilgili olmadığını söylemek isterim. İktidarın nüfuz alanı dışında kalan medya da hukuki ve mali yollarla boğulmaya çalışılıyor. Gazeteciler davalardan başını kaldıramıyor. Mesela internet üzerinde gazetecilik yapan dijital medyayı da lisansa bağlamaya çalışıyorlar. Lisans alacaksın yoksa seni 72 saatte kapatacağız çağrısı Türkiye’de birçok internet gazetesi için tehdittir. Bu tehdit RTÜK’ün kurallarına bağlı kalırsam şunu yapamam tehdidinden ziyade sizin o lisansı alabilmeniz için ve her yıl o lisansı yenilmeniz için istenen ücret. Türkiye’de bu ücreti (yüz seksen iki bin ₺) verebilecek 5 tane internet sitesi ya vardır ya yoktur. Dolayısıyla bu bambaşka bir mali kuşatma. Paran yoksa sus demek. Yasalara uyacak bile olsan, yaramazlık yapmayacak bile olsan paran yoksa sus demek.” (K19).

“Bugün baktığımızda Türkiye’de mülkiyetin yol açtığı sorunlar giderilir mi ben bunu pek mümkün görmüyorum. Sorun iktidarda olan partinin tutumundan ziyade genel olarak siyasetin tutumu olduğunu söyleyebilirim. Siyasi iktidar her zaman medyayı kontrol altına almak ister. Bu saatten sonra iktidara kim gelirse gelsin medya ile ilişkilerini bu şekilde devam ettirmek isteyecektir. Bir çözüm getirebilmek

için ciddi yapısal önemler alınabilmeli. Dünya örneklerine bakılabilir. Medyanın devletin desteklediği bağımsız yapılar olarak konumlandırılması lazım. Bir dönem AA böyleydi. Ben mesleğe başladığım yıllarda AA neredeyse bugünkü Avrupa'daki örneklerine yakındı hakeza TRT de öyle. Fakat bu uzun süremedi. Türkiye'de medyanın konumlanması sorunlu.” (K20).

“İlk olarak bir kişiye birden fazla aynı mecrada faaliyet gösteren kurum verilmemesi gerekir. X grubu en fazla bir televizyon kanalına ve en fazla bir gazeteye sahip olabilir gibi. Bu tabii ki farklı şirket kurularak aşılabilir ama en azından kâğıt üzerinde de olsa bu sağlanırsa daha iyi olur. Bununla beraber medya sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin asıl işinin medya olması gerekir. Mümkün olsa en güzeli bu esasında farklı bir alanda faaliyetinin olmaması.” (K21).

“Yasaların iyileştirilmesi lazım. Basın sektöründe olanların sektör içindeki gelir modelleri sınırlarının içinde kalması lazım. Kamu adına doğru haber verme, bilgi akışını sağlama ve bu yolla denetleme görevi olan bir sektörde bir güce dayanmak işin özüne ters. Bunun önü en iyi yasal düzenleme ile kesilebilir. Basın sektörü içerisindeki gelir modelleri dışına çıkılmamalı. Basın sektörüne girenler bunu göze almadan basın sektörüne girmemeli. Maalesef bu her dönem böyleydi. Biz sektörün içindeki gazeteciler arka planda neler döndüğünü biliyoruz. Bağımsız medya vurgusu yapan gazeteciler var mesela herkes için demiyorum ama bunu yaygarasını koparıp bir zaman bu çarkın içinde olanlar var. Sen çarkın içindeyken bile bunun karşısında durursan, kararlı bir biçimde bu ilkelerin arkasında durursan bir anlamı var. Aksi takdirde bugün bu iktidar yarın başka bir iktidar fark etmez. Baskının dozu değişebilir, isimler değişebilir fakat sistem devam eder.” (K22).

Katılımcıların medyanın temel sorunlarının çözümüne yönelik getirdiği bir diğer öneri ise yozlaşan gazeteciliğin güçlendirilmesi adına gazetecilik meslek ilkelerine sahip çıkılması ve haber medyasında yöneticilerin gazetecilik kökenli olması gerektiğidir.

“Sistemin kendisinden kaynaklanan bir problem bu ve bu şekilde devam edecek. Bu koşullar altında gazetecilik ilkelerine sahip çıkmak ve uygulamak yeterli olacaktır.” (K1).

“Haber medyasında gazeteci kökenli kişilerin patron olması gerektiğini düşünüyorum. Gazetenin başında mesleğin ideal ve pratiklerini bilmeyen birinin olması sorunlu bir yapı ortaya çıkar.” (K4).

“Ben dijital mecraların açtığı yol konusunda ümitliyim. Onun dışında geleneksel medya üzerinden yapılacak çok fazla bir şey olduğun söylemek zor. Orada yapılacak olan da çalışan gazeteciler, editörler ve yöneticilerin gazetecilik meslek etiğine dikkat etmeleri, kamu yararını savunmalarını söyleyebilirim.” (K8).

“Gazetecilik mesleki anlamda kan kaybediyor. Bunu çözümenin yolunun gazeteciliği biraz daha kendine bırakmaktan geldiğini düşünüyorum.” (K10).

“Gazeteci kamu adına görev yaptığı için özgür olmalı, işten atılma kaygısı duymamalı. Herhangi bir iktidarın ya da kurumun ya da kişinin tehdidi altında işini yapmamalı. Çünkü bunu yaparsa sağlıklı bilgi veremez. Kurumun sahiplik yapısından ziyade buna odaklanmak lazım. Gazetecinin görev yaptığı alan özgür değilse yapacağı haber de tarafsız ve objektif olamaz.” (K14).

“Gazetecilerin daha dayanışma içinde olmaları gerekiyor. Kendi haber ajanslarını kurmaları lazım. Gazeteciler kendi emeklerine sahip çıkmaları lazım. Gazeteciler gazeteciliğin ilkelerine sahip çıkmalı. Gazeteciliğin verdiği gücü kötüye kullanmamalı.” (K16).

Katılımcıların verdiği yanıtlardan da anlaşılacağı üzere medyada en temel sorun yanlışlık sorunudur. Medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümler neticesinde ortaya yandaş medya sorunun çıkmış fakat bu yandaş olmayanın da pozisyonunu belirlemiştir. Katılımcılar genel olarak mevcut medya düzeninin demokrasiye bir katkı sağlamayacağı ve böylece asli görevlerinden birini yerine getirmeyeceğini düşünmektedir.

4.3.7. Gazetecilerin Görüşme Formu Dışında Verdiği Bilgiler

Katılımcılar ile yapılan görüşmede görüşme yapılan kişinin verdiği bilgilere göre önceden belirlenen kategoriler dışında verilere ulaşılmıştır. Türkiye medyasının genel durumunu ortaya koyma adına bu verilerin de değerlendirilmesi önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu bağlamda ilk olarak AK Parti'ye yakın medyaya yönelik gazetecilerin görüşleri:

(K2, K4, K5, K6, K9, K13) AK Parti'ye yakın medyanın haber üretimindeki tercihlerinin AK Parti'ye fayda sağlamadığını belirtmişlerdir. Bu durum daha çok çağın koşullarında haberin kendine akacak yeni kanallar bulması ve bu habercilik anlayışının gazeteciliğin doğasına aykırı olması ile ilişkilidir.

“Ak Parti'nin kendisine yakın medyanın bilakis AK Parti'ye zarar verdiğini düşünüyorum. Medya aksak giden işleri hükümetin önüne koyduğu takdirde hükümete faydalı olabilir. Medya pembe tablolarla sunarsa hükümete iyilik değil kötülük yapmış olur ki olan da budur. Bugün itibarıyla AK Parti'nin yarattığı medya AK Parti'nin sırtında bir yükür. AK Parti medyada güçlü olmadığı dönemlerde daha fazla rıza üretebilirdiye bunu sorgulamak lazım.” (K2)

Ak Parti'nin medyayı bu kadar yoğun bir biçimde kullanması avantajlarla birlikte dezavantajları da var. Medyadaki kutuplaşma toplumda da kutuplaşmaya neden oluyor. AK Parti'ye yakın medyanın habercilik anlayışı haberciliğe bir anlayış kazandırdı. Medya ya AK Parti'nin yanında ya da karşısında yani bu anlayışla habercilik yapıldığında böyle bir durum ortaya çıkıyor. (K4).

“Ak Parti'ye yakın kanallarda veya muhalif kanallarda belli kesimden isimlerin yayına alınması söz konusu değil. Medyanın bu kadar çeşitlendiği çağımızda bu anlayışın bir kazanç sağlayabileceğini düşünmüyorum.” (K5).

“AK Parti gerçekten önemli hizmetler yaptı özellikle iktidarın ilk yıllarında oldukça başarılıydı. Ben medyayı bu şekilde kullanmasının AK Parti'ye zarar verdiğini düşünüyorum. Bunu gazeteci olarak da araştırdığımızda toplumdan benzer tepkiler alıyoruz. Herkes AK Parti'ye yakın medyanın AK Parti'ye zarar verdiğini düşünüyor. Ben de öyle düşünüyorum.” (K6).

“AK Parti'ye yakın medyanın Ak Parti'ye katkı sağladığını söylemek de zor. Gazetecilik doğası gereği böyle yapılmaması gerektiği için katkı sağlaması zor. Bugün izleyicilerin tercih ettiği platformlara bakıldığında da anlaşılacaktır.” (K9).

“Bu (AK Parti'nin medya üzerindeki hâkimiyeti) son yıllarda gerçekleşen bir durum. Medya üzerindeki etkisini veya hissettirdiği etkiyi kendine karşı yapılan saldırılara karşı bir kalkan olduğu söylenebilir ama başarısında bir katkısı olduğunu düşünmüyorum. Toplumun geneli zaten buna çok fazla ilgi

göstermiyor. Hükümeti destekleyen medyaya bakıyorsunuz kendi okur kitlesi üzerindeki etkiye bakıyorsunuz bir orantı yok.” (K13).

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde görüşmenin akışına göre ortaya çıkan bir diğer başlık ise Türkiye’de yayın yapan yabancı medya kuruluşları ile ilgilidir. Bu konuda yabancı medya kuruluşlarında çalışan gazetecilere ve ana akımda çalışan bir gazeteciye (K18, K19, K20, K21) “Son yıllarda Türkiye’de yabancı menşeli birçok medya haber amaçlı faaliyet gösteriyor. Bu kadar ilgi olmasının nedeni Türkiye’deki gazetecilik anlayışının geldiği durum olabilir mi?” sorusu yöneltilmiştir. Yabancı medya kuruluşlarında çalışan gazetecilerin görüşme esnasında verdiği bilgiler neticesinde bu soru sorulmuştur. Buna göre:

“Kesinlikle var. Gazetecilik ortamı son yıllarda özellikle çok değişti. Türkiye gündemi yoğun ve haber üretimi açısından çok değerli işlere imza atabilirsiniz. Günümüzde maalesef bu ihtiyacı karşılayabilecek bir medya ortamı yok, konvansiyonel medya olarak. Türkiye’de yayın yapan yabancı yayıncılar dünyanın birçok yerinde yayın yapıyor ki bu Türkiye’nin de yaptığı bir şey. Bu kurumların Türkiye’de bu kadar aktif olmasının nedeni Türkiye’de gazetecilik anlamında oluşan boşluk. Okuyucuyu bir tüketici olarak düşünürsek bu yönde talepler var. Ben ana akım medyada çalışırken ki haber ortamından tamamen bilgiliyken bile açıp onları okumak istiyordum. Bu yabancı yayın organları bu talebin farkına vardı. Türkiye’deki basın yayın kuruluşları haber değerlerine dikkat etse veya haberleri bir araç olarak görmese bu kurumlar bu kadar etkin olmazdı. Yine burada yayın yaparlardı ama bu kadar yaygın ve etkili olmazdı.” (K18).

“Bunun en temel nedeni Türkiye’de gazeteciliğin yapılma şekli. Ben senelerce ana akımda çalışmış bir gazeteci olarak yabancı bir medya kuruluşunda çalıştığım için bir anlamda utanıyorum. Bu ülkenin yurttaşları haberleri neden buralardan okumak zorunda kalıyor. Yabancı medya kuruluşlarının takipçi sayılarının grafiğine bakıldığında 2013 yılında itibaren önemli bir sıçrama olduğunu görürsünüz. Yabancı yayın kuruluşlarının bazılarının ve bazı haberlerin Türkiye toplumunu manipüle etmek için ilgili başkentler tarafından kullanılması gibi bir risk de vardır. Ben çalıştığım kurumda hiç tanık olmadım, olsam emin olun söyledim. Siz kendi medyanızı bu kadar kuşatırsanız ülkenizi dışarıdan haber üzerinden manipülasyon yapılmasına açık hale getirirsiniz. Bunu işini iyi yapmaya çalışan bir gazeteci olarak söylüyorum.” (K19).

“Siz bir alanı kapattığınız zaman birileri gelip o alanı doldurmaya çalışır. Şimdi Türkiye’de medya belli güçlerin kontrolüne girdikten sonra insanların medyaya olan güveni oldukça düştü. Siz istediğiniz kadar iyi bir tablo gösterin insanlar ne yaşadığını biliyor. Burada bir boşluk olduğu için de yabancı medya kuruluşları bu boşluğu doldurdular. İnsanların haber alma ihtiyaçları ve hakları buralardan temin edilmeye başlandı. Ben üç yıldır Deutsche Welle’de çalışıyorum. Şimdiye kadar en küçük bir müdahale olduğunu görmedim. Yabancı medyanın ilgisi tamamen oluşan boşluktan ve artan talepten dolayı. Deutsche Welle’nin daha önce de Türkiye’de servisi vardı ama Türkiye’de böyle bir boşluk yoktu. Vatandaş haber alma noktasında buralara ilgi gösterdiği için yabancı kuruluşların ilgisi de arttı. Bunun sebebini komplo teorilerinde aramaktansa medyanın gidişatında aramak lazım.” (K20).

“Son yıllarda Türkiye’nin dünya siyasetinde etkili olmasının bunun nedenlerinden biri olduğunu düşünüyorum. Türkiye taa ilkokulda dinlediğimiz jeopolitik önemini son yıllarda daha fazla

hissediyoruz. Türkiye çok hareketli bir coğrafyanın ortasında. Türkiye'nin artan etkisinin ve bölgenin de hareketli olmasının bunda etkili olduğunu düşünüyorum.” (K21).

Katılımcıların verdiği bilgilere göre Türkiye’de yabancı medyanın son yıllarda yoğun faaliyetlerde bulunmasının temel nedeni medyada yaşanan boşluktur. Bunda etkili olan bir diğer faktöründe gelişen teknolojilerle birlikte yabancı medya kuruluşlarının farklı ülkelerde faaliyet göstermelerinin kolaylaşmasıdır denilebilir. Ana akımda çalışan gazeteciye de aynı soru yöneltilmiş ve bu gazeteci artan faaliyetleri Türkiye’nin stratejik öneminin son yıllarda artması ile ilişkilendirmiştir. Çağın getirdiği yeniliklerle birlikte düşünüldüğünde haber medyasının kontrol edilebilirliğinin güç olduğu ve baskıya maruz bırakıldığında haberin kendine akacak yeni kanallar bulduğu anlaşılmaktadır. Yabancı medyanın faaliyetleri eleştirilirken bu durum göz önüne alınmalıdır. Bu konunun daha iyi anlaşılması adına yabancı basını takip eden okurlarla yapılacak görüşmeler faydalı olabileceği düşünülmektedir.

Katılımcıların medyanın sorunlarına yönelik dikkat çektiği bir diğer konu da yerel medyanın durumu ile ilgilidir. (K1, K6, 12, K16, K22). Yerel medyanın dijitalleşme sürecine yeterince uyum sağlayamaması, hala basıma dayalı olduğu için maliyetlerin oldukça fazlalaşması, ana akımdaki sektöre giriş motivasyonunun yerel medyada da kendini göstermesi, medya siyaset ilişkilerinin olumsuz etkilerinin daha yoğun hissediliyor oluşu yerel medyayı olumsuz etkileyen konuların başında gelmektedir.

“Medya sektörü kesinlikle kârlı bir sektör değil. Ben deneyimim doğrultusunda yerel üzerinden konuşuyorum ama bu genel olarak böyle. Giderek de ekonomik anlamda daha da kötüye gidiş söz konusu. Resmi ilan almanın getirdiği sorumluluklar işletme giderlerini olumsuz etkileyebiliyor. Son yıllarda matbaa giderlerinin de çok fazla artmış olması yine sektörü olumsuz etkiliyor.” (K1).

“Yerel medya bitme noktasına geldi. Ben Türkiye’nin her tarafını dolaşıyorum oralarda cemiyetlerle, gazetecilerle konuşuyoruz. Hepsi ağlıyor 8 sayfa 4 sayfaya indirmişler, 10 kişi çalışıyorsa 2 kişiye düşürülmüş. Yerel medya bitme noktasında. Bu konuda mutlaka çok acil bir şeyler yapılması lazım.” (K6).

“Yerel medya bu değişime çok ayak uyduramadı, çok da alternatifi olduğu için talep de az. Yerel medyada olan arkadaşlarla görüşüyoruz sürekli bir daralma var. Bir de yerelde basılı gazete anlayışı hala devam ediyor ve bu da artan kâğıt, baskı vs. maliyetleri artırıyor. Mesela Basın İlan Kurumu basının gelir kaynaklarından biri fakat Basın İlan Kurumu’nun şartlarını (belli baskı sayısı, belli sayıda personel, sarı basın kartı belli sayıda personel vs.) yerine getirmek bile başlı başına yüksek bir maliyet getiriyor. Bu şartlar altında yerel medyanın yaşaması zor görünüyor, ilerleyen süreçlerde yerel medyada daha fazla kepenk kapanacak gibi duruyor.” (K12).

“Yerel medya dijitalin karşısında atıl kalıyor.” (K16).

“Son yıllarda yerel basında inanılmaz bir küçülme var, yerel basında çok fazla kapanma yaşandı. Yerel medyaya girişlerde de sıkıntılı konular var. Yerel medyada da ulusal medyada olduğu gibi bir güç elde etme motivasyonu ile girişler var. Bu nedenle yerelde de ulusalda olduğu gibi aynı şekilde sermaye baskısı oluşabiliyor. Yerelde çok ciddi etik sorunlar var. En basiti para karşılığı haber yapan gazeteler

var. Yerel veya bölgesel anlamda iş takipçiliği yapanlar var. Yerel medya güçlendirilmeli, desteklenmeli farklı amaçlarla girişler engellenmeli. Aksi takdirde bu şekilde giderse yerel medya tamamen bitecek.” (K17).

“Yerel medyada da benzer sorunlar var. Buraya girişlerde de ana akımda olduğu gibi güç meseleleri var. Yerel medyada ciddi maliyet sorunları var birçoğu var olma mücadelesi veriyor diyebilirim.” (K22).

Katılımcıların ek olarak verdiği bilgilerden medyanın üzerindeki baskının olumsuz yansımalarına odaklandıkları anlaşılmaktadır. Özellikle siyasi baskının bir noktadan sonra oldukça görünür hale geldiği ve bu durumun siyasi iktidara olumsuz yansiyebileceği düşünülmektedir. Dijitalleşme ve yeni teknolojilerin sağladığı olanaklar ile birlikte düşünüldüğünde haber akışının önünün kesilemez olduğu görülmektedir. Yabancı basın Türkiye’de son yıllarda artan etkisi de bu bağlamda değerlendirilmektedir.

4.4. Değerlendirme

Türkiye’de 2002-2020 tarihleri arasında medyada mülkiyet dönüşümünün gazetecilerin çalışma ilişkileri ve prensiplerine yansımalarını ortaya koymak adına medyada çalışmış veya çalışan 22 gazeteci ile görüşme yapılmış ve görüşmeler deşifre edilerek betimsel analiz yöntemi ile incelenmiştir. Araştırma kapsamında oluşturulan kategoriler altında gazetecilere 16 başlık altında oluşturulan sorular yöneltilmiştir. Görüşmelerde bazen görüşmenin akışına ve görüşülen kişinin deneyimlerine göre yeni sorular yöneltilmiştir. Bu kapsamda araştırmada oluşturulan ilk kategori “gazetecilerin iş deneyimleri, mesleğe yönelik algıları (basın özgürlüğü, çalışma ilişkileri ve prensipleri, profesyonellik)” kategorisidir. Buna göre katılımcılara “gazetecilik mesleğini seçme nedeniniz nedir ve nasıl karar verdiniz? Gazetecilik sizin için nasıl bir anlam ifade ediyor?” sorusu yöneltilmiştir. Bu iki soru ile gazetecilerin mesleğe yönelik algıları ve meslek ideallerine yönelik görüşlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Soruya verilen cevaplara göre gazetecilik mesleğini tercih etmeleri çoğunlukla bilinçli bir tercih olup aynı zamanda kişilik özellikleri ile de uyduğu ifade edilmiştir. Katılımcıların yanıtlarına göre ağırlıklı olarak gazetecilik mesleğinin şartlarının ve koşullarının ağır olmasına rağmen mesleki tatmin düzeyinin yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada oluşturulan ikinci kategori “Medyanın genel sorunlarına yönelik algıları” kategorisidir. Buna göre ilk olarak “sizce medyada yaşanan mülkiyet değişimleri meslek pratiklerine nasıl yansımaktadır?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların verdiği cevaplardan ağırlıklı olarak yaşanan dönüşümlerin meslek pratiklerini olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmaktadır. Mülkiyet değişimlerinin içeriklere doğrudan yansımaları ise katılımcıların üzerinde durduğu en temel konulardan birisidir. Katılımcılar ayrıca mülkiyet değişimleri

sonucunda yaşanan işten çıkarmaların çalışma hayatına olumsuz yansıdığı belirtilmişlerdir. Bu doğrultuda medyada yaşanan mülkiyet dönüşümlerinin içeriklere doğrudan müdahalenin yanı sıra iş güvencesi sorunlarına yol açtığı bunun da çalışan gazeteciler üzerinde bir baskı oluşturduğu anlaşılmaktadır. Bu kategori altında katılımcılara yöneltilen ikinci soru “yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkışı ile birlikte medya oldukça çeşitlendi. Buna rağmen ana akım medyaya bakıldığında hala büyük çaplı holdinglerin kontrolünde olmasının altında yatan nedenler sizce nelerdir? Medya sadece bir işletme olarak düşünülduğünde sizce kârlı bir sektör müdür?” sorusudur. Bu soru ile gazetecilerin mülkiyet dönüşümlerinin altında yatan nedenlerin farkındalığını ölçmek amaçlanmıştır. Verilen yanıtlara göre medyanın bütüncül bir biçimde düşünülduğünde kârlı bir sektör olabileceğini fakat haber medyasının bağlamı gereği kârlı olamayacağı ifade edilmiştir. Bütüncül manadan kasıt medya sayesinde elde edilen güç ve bunun sağladığı diğer getiriler olarak düşünülmektedir. Ana akım medyanın farklı sektörlerde faaliyet gösteren holdinglerin çatısının altında olması farklı gelir modelleri geliştirmenin bir yolu olarak görülmektedir. Büyük çaplı şirketlerin medyaya girişleri büyük oranda (%79) medya gücünü kullanma ile ilişkilendirilmektedir. Bu durum çalışmanın üçüncü bölümünde toplanan verilerle örtüşmektedir. Özellikle 1990’lı yıllardan beri holdinglerin medyaya yönelik ilgilerinde medya gücünü kullanma amacı öne çıkmaktadır. Katılımcıların verdikleri yanıtlar “medyada yaşanan dönüşüm gazetecilerin çalışma ilişkileri ve pratiklerini etkilemiştir.” varsayımını doğrulamaktadır.

Araştırmada oluşturulan üçüncü kategori “gazetecilerin yeni medya ve gazetecilik konusundaki görüşleri” kategorisidir. Bu kapsamda katılımcılara ilk olarak “yeni medya habercilik alanında çalışanlar için ne gibi olanaklar sunmaktadır” sorusu yöneltilmiştir. Gazeteciler yeni medyanın gazetecilik mesleğini doğrudan etkilediğini, bu etkinin olumlu ve olumsuz tarafları olduğunu ifade etmişlerdir. Verilen yanıtlardan yeni medya teknolojilerinin gazetecilik mesleğinin yapılış biçimini kolaylaştırdığı, hızlandırdığı, zaman ve mekan sınırını ortadan kaldırdığı anlaşılmaktadır. Ayrıca özellikle sosyal medya ile birlikte okurla olan etkileşimin artmasının meslek pratiklerine olumlu yansıdığı düşünülmektedir. Bu soru altında gazetecilerin neredeyse tamamı yeni medya teknolojilerinin sağladığı hız konusuna dikkat çekmişlerdir. Haber akışının hızlanmasının gazetecilik mesleğine olumsuz yansımaları olduğu, bazen etik ilkelerin hıza kurban edildiği aynı zamanda yoğun haber akışına neden olduğundan haberin etki gücünü azalttığı düşünülmektedir. Bu kapsamda dikkat çeken bir diğer konu ise dijitalleşme ile birlikte masa başı haberciliğin yaygınlaştığı bunun da araştırmacı gazeteciliği olumsuz etkilediğidir. Gazeteciler genel olarak yeni medya olgusuna olumlu yaklaşmakla birlikte olumsuz yanlarına da odaklanmış mesleği her anlamda

dönüştürdüğünü belirtmişlerdir. Bu kategori altında katılımcılara yeni medyanın editöryal bağımsızlık konusunda ne derece etkili olduğu sorulmuş ve genel olarak etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu kapsamda gazeteciler yeni medyanın sunduğu olanaklarla birlikte etik ilkelerden bihaber kimselerin bağımsız gazetecilik adı altında gazetecilik faaliyetlerine giriştiğini bunun da sorunların yaşanmasına neden olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılar yeni medya sunduğu olanaklara daha çok teknolojik imkânlar perspektifinden yaklaşmaktadır. Bu bağlamda yeni medyanın editöryal bağımsızlık konusunda etkili olduğu fakat sunduğu özgürlük ortamının yalan haber başta olmak üzere bir dizi etik sorunlara yol açtığı anlaşılmaktadır. Katılımcıların sosyal medyaya yönelik algıları ve sosyal medyanın iktidarın kontrol alanının dışında olup olmadığı sorusu yöneltilmiştir. Buna göre katılımcılar sosyal medyanın kontrolü zor bir mecra olduğu yönünde görüş bildirmiş fakat siyasetin bu alanda da etkili olabileceğinin altını çizmişlerdir. Ayrıca gazeteciler bu alanı nüfuz edebilme adına siyasetin yoğun bir çabası olduğu bunun da troller vasıtası ile yapıldığı ifade etmişlerdir. Sosyal medyanın kontrol dışı bir alan olmasına kullanıcı odaklı olması ve sosyal medya platformlarının yurtdışı menşeli olmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Katılımcılara yöneltilen sosyal medya sorusunda yönlendirici bir ifade olmamasına rağmen sosyal medyanın özellikle yalan haber üretimi, linç kültürü, bilgi kirliliği gibi konularda etkili olduğu belirtilmiştir.

Araştırma kapsamında oluşturulan dördüncü kategori “medyada var olan sorunların çalışma ilişkileri ve prensiplerine yansımaları konusundaki görüşler” kategorisidir. Bu kategori altında yöneltilen sorularla gazetecilerin medya-siyaset-sermaye ilişkileri çerçevesinde çalışma pratiklerinin ne derecede etkilendiğini anlamak hedeflenmiştir. Bu kapsamda gazetecilere ilk olarak “çalıştığınız süre boyunca iktidar veya farklı bir gücün baskısını hissettiniz mi? Böyle bir baskı hissettiyseniz bu daha çok ne şekilde yapılıyor?” sorusu yöneltilmiştir. Bu doğrultuda verilen yanıtlardan medyada baskının her zaman var olduğu bunun da daha çok patronaj kısmından yapıldığı belirtilmiştir. Gazetecilere yapılan baskının sistematik bir biçimde yürütülmesinin zaman içerisinde otosansüre neden olduğu anlaşılmaktadır. Yapılan haberlerin yayınlanmaması veya kırılması gibi yöntemlerle yapılan müdahaleler gazetecilerde yılgınlığa neden olduğu anlaşılmaktadır. Siyasi baskının çoğu zaman doğrudan yapılmadığı ya da bunu gazetecinin birebir hissetmediği, baskının daha çok yönetici kadrolara yapıldığı bunun da gazeteciye yansıtıldığı anlaşılmaktadır. Ayrıca son yıllarda akreditasyon uygulamalarını bir baskı biçimi olarak algılanmaktadır. Bu bağlamda belli başlı medya gruplarına patronaj üzerinden baskı uygulandığı bunun dışında kalanların ise farklı yöntemlerle baskıya maruz kaldığı anlaşılmaktadır. Araştırma kapsamında gazetecilere

özgür bir biçimde haber yapabilmelerinin önündeki engellerin neler olduğunu ve herhangi bir engelleme ile karşılaştıklarında nasıl bir tavır aldıkları sorusu yöneltilmiştir. Bu kapsamda verilen yanıtlar ağırlıklı olarak kurumsal sınırlılıklar ve meslek ilkeleri içerisinde kaldıkları müddetçe yapabildikleri yönündedir. Kurumsal sınırlar esasında gazetecilerin özgür bir biçimde haber yapamadığını göstermektedir. Engellemeler ise zaman içerisinde daha çok otosansüre dönüşmektedir.

Bu kategori altında katılımcıların medya sektöründe iş güvencesi kaygıları olup olmadığını anlamak adına “haber toplarken, yazarken veya yayınına izin verirken herhangi bir kaygı duyuyor musunuz? Duyuyorsanız bu kaygıların nedeni nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar, mesleği icra ederken kaygıları olduğunu fakat bu kaygıların daha çok mesleki sorumluluklardan kaynakladığı yönündedir. Kaygıya neden olan diğer bir unsur ise yapılan haberden dolayı siyasi baskıya maruz kalma kaygısıdır. Gazeteciler bu soru kapsamında iş güvencesi kaygısı noktasında çekimser kalmışlardır. Bu nedenle yöneltilen “habercilerin iş güvencesi konusundaki varsa kaygılarının çalışma pratiklerine yansımaları nasıl oluyor?” sorusu “çevrenizden gözlemlediğiniz kadarı ile habercilerin iş güvencesi konusundaki varsa kaygılarının çalışma pratiklerine yansımaları nasıl oluyor?” şeklinde yöneltilmiştir. Sorunun bu şekilde yöneltilmesi sonucunda katılımcıların %68.1’i gazetecilerin iş güvencesi sorunu yaşadığını belirtmişlerdir. Bu soru kapsamında katılımcılar iş güvencesi sorunun yanı sıra ağır çalışma şartları, ücretlerin düşüklüğü gibi temel sorunlara dikkat çekmişlerdir. Özellikle mesleğe yeni başlayan gazetecilerin bu sorunları daha derin bir biçimde yaşadığı anlaşılmaktadır. İş güvencesi sorununun gazetecilerin çalışma pratiklerini etkilediğini ve gazetecilerin kurumsal sınırlılıklara bağlı kalarak otosansür yaptıkları belirtilmiştir. Soruya verilen yanıtlardan medyada yaşanan işten çıkarmaların ve genel olarak medyadaki istihdam problemlerinin çalışanlar üzerinde bir baskı oluşturduğu anlaşılmaktadır. Bu anlamda herhangi bir medya kurumunda mülkiyet dönüşümü sonrasında yaşanan işten çıkarmalar bir anlamda kalanlar için gözdağı niteliğinde olduğu düşünülmektedir. Patronaj yapısı bir anlamda kalanlara nasıl bir profil çizmeleri gerektiğini göstermektedir. Katılımcılar, iş güvencesi sorununun yaşanmasında mesleki örgütlenmenin zayıf olmasını bir neden olarak görmektedir. Bu kapsamda gazetecilere “gazetecilik alanında gerek basın özgürlüğü gerekse çalışma ilişkileri konusunda mevcut yasal düzenlemeler sizce yeterli mi? Neler yapılabilir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar yasaların yetersizliği olduğunu belirtmekle birlikte uygulamada yaşanan sorunlara dikkat çekmişlerdir. Bir diğer sorun ise yıllar içerisinde yaşanan hak kayıplarıdır. Basın İş Kanunu’nda yapılan yeni düzenlemelerin yıllar içerisinde mevcut hakları ellerinden aldığı belirtilmektedir. Yapılan yeni yasal düzenlemelerin ise

gazetecilerden çok işverenlerin haklarını koruduğu belirtilmektedir. Bu soruya verilen yanıtlardan dikkat çekici olan bir konu da basın kartları konusundaki mevcut uygulamalardır. Basın kartı verme yetkisinin CİB'e geçmesinden sonra basın kartları konusunda keyfi uygulamalar yapıldığı belirtilmiştir. 15 Temmuz darbe girişimi sonrasında yüzlerce gazetecinin basın kartının iptal edildiği ve 14.12.2018 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanan Basın Kartı Yönetmeliği ile de basın kartı iptal etmenin daha da kolay hale getirildiği görülmektedir. Danıştay daha sonra bu yönetmelikte basın kartı iptal etmeyi kolaylaştıran maddelerin yürütmesini durdurmasına rağmen sorunların hala devam ettiği anlaşılmaktadır¹⁵⁰. Basın kartı sorunu yaşayan katılımcılar ayrıca basın kartının bir etkisinin de kalmadığını çünkü akreditasyon uygulamaları ile zaten çoğu yere giremediklerini belirtmişlerdir. Basın kartları konusunda yaşanan sorunlar medyayı kontrol altına alma istediğinin bir tezahürüdür. Katılımcılar mevcut yasaların yetersiz olduğunu ve yeniden düzenlemesi gerektiğini fakat bu düzenlemeler yapılırken meslek örgütlerinin de sürece dâhil edilmesi gerektiğini düşünmektedir. Özellikle mevcut yasaların dijitalleşme ile birlikte gelen yenilikleri kapsamadığını bu nedenle bu alandaki belirsizlikleri ortadan kaldıracak biçimde yasal düzenleme yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

Araştırma kapsamında oluşturulan beşinci kategori gazetecilerin “medya siyaset kontrol ilişkilerinin yol açtığı sorunlara yönelik algıları, medya-sermaye siyaset ilişkilerine yönelik algıları ve sorunların giderilmesine yönelik öneriler” kategorisidir. Bu kategori altında katılımcılara yöneltilen sorular üzerinden medyada yaşanan mülkiyet dönüşümlerinin temel motivasyonunun ne olduğunun, siyasi iktidarın medyaya yönelik uygulamalarının altında yatan etmenlerin farkındalığının ve medyada yaşanan mülkiyet dönüşümlerinin siyasi iktidarın hegemonya mücadelesine katkısının anlaşılması hedeflenmektedir. Bu kapsamda katılımcılara ilk olarak “medya sektöründe mülkiyet sahiplerinin farklı sektörlerde yatırımlarının olması veya farklı sektörlerde yatırımları olan şirketlerin medya sektörüne girmelerini nasıl değerlendirirsiniz?” sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlardan büyük sermaye gruplarının medyaya girişlerinin altında yatan temel motivasyonun medya gücünü kullanma olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların bu soruya verdikleri yanıtlardan büyük sermaye gruplarının medya dışı faaliyetlerinin olması bağımsızlığın önündeki en büyük engellerden biri olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum medyanın asli amacının dışına

¹⁵⁰ “Basın kartı yenilenmeyen gazeteciler İletişim Başkanlığı'nın “milli” gazeteci arayışını değerlendiriyor”, Medya ve Hukuk Çalışmaları Derneği, 02. 07. 2021. <https://www.mlsaturkey.com/tr/basin-karti-yenilenmeyen-gazeteciler-iletisim-baskanliginin-milli-gazeteci-arayisini-degerlendiriyor/>

çıkmasına neden olduğu ifade edilmektedir. Katılımcılar ayrıca bir işletme olarak medyanın maliyetli olmasından dolayı büyük sermaye gruplarının bu sektörde olduğunun farkındadır. Bu kategori altında katılımcılara yöneltilen ikinci soru “2000’li yıllarda medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümleri 90’lı yıllardaki dönüşümlerle karşılaştırdığınızda farkı var mıdır? Medya siyaset ilişkileri bağlamında değerlendirebilir misiniz?” sorusudur. Soruda yönlendirici bir ifade yer olmamasına rağmen katılımcılar ilk olarak 90’lı yıllarda medyanın daha özgür olduğunu ifade etmişlerdir. İki dönem arasında karşılaştırma yapıldığında 90’lı yıllarda sermayenin medyaya girişlerinde ticari nedenler öne çıkarken 2000’li yıllarda siyasi nedenlerin öne çıktığı belirtilmektedir. 90’lı yıllarda medya gücünü elinde bulduran sermayenin siyaset üzerindeki etkili olduğu, zamanla siyaseti dizayn etmeye kadar vardığı ve medyanın geldiği noktada bunun da payı olduğu düşünülmektedir.

Bu kategori altında katılımcılara “AK Parti iktidara geldiği 2002 yılından sonra ana akımda mülkiyet dönüşümleri olmasına rağmen (Dinç bilgin, Uzan Grubu, Çukurova grubunun el değiştirmesi gibi) 2007 yılında kadar medyada mülkiyet değişimlerine direkt olarak müdahale etmemiştir. Fakat 2007 sonrasındaki mülkiyet dönüşümlerinde doğrudan veya dolaylı müdahaleler olduğu bilinmektedir. Bunun nedenleri sizce nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar sermayenin medyayı siyaset üzerinde bir baskı aracı olarak kullanmasının medyanın dönüşümünde etkili olduğunu belirtmişler. AK Parti’nin 2007 yılından sonra medyaya yönelik ilgisi ise 2007 yılına kadarki politikaları ile ve o zamana kadar yeterince güçlü olmaması ile ilişkilendirilmiştir. Bu tespit çalışmanın ikinci bölümündeki verilerle de örtüşmektedir. Medyanın maliyetli bir sektör olması ve AK Parti’ye yakın sermaye gruplarının medyaya yatırım yapabilecek düzeyde olmayışı da diğer bir etken olarak görülmektedir. 2007 yılı sonrasında AK Parti’nin siyasi olarak güçlenmesi ve bürokrasideki etkinliğinin artması ile birlikte birçok alanda olduğu gibi medyada da güçlenmek istediği, medyaya olan ilginin de temelde bu olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcılardan üçü AK Parti’nin yerel medyada da aynı şekilde girişimleri olduğunu ve bunun çoğu zaman fark edilmediğini belirtmişlerdir. Katılımcıların verdiği bilgilerden medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümlerin altında yatan nedenlerin farkında oldukları anlaşılmaktadır. Katılımcılar süreci yorumlarken nesnel bir tutum sergiledikleri gözlemlenmiştir.

Bu kategori altında katılımcılara “2007 sonrasında yaşanan mülkiyet değişimlerini Antonio Gramsci’nin hegemonya ve tarihsel blok kavramları çerçevesinde değerlendirebilir misiniz? Bu bağlamda değerlendirdiğinizde siyasal iktidarın tarihsel blok olması yolunda medya ne gibi bir rol oynamaktadır?” soruları yöneltilmiştir. Katılımcılar medyanın

hegemonya mücadelesinde önemli bir yeri olduğunu farkında olmakla birlikte medyanın bu mücadelede unsurlarından sadece biri olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca AK Parti'ye yakın medyanın ciddi bir güvenirlilik sorunu olduğu, bu medya kurumlarındaki yayın politikalarının kamuoyu nezdinde fazla görünür hale geldiği ifade edilmektedir. Katılımcılardan bazıları bu yayın politikalarının zaman içerisinde çokça görünür hale geldiğini ve AK Parti'ye zarar verdiğini düşünmektedir. Bu durum AK Parti'nin medya üzerinde hâkimiyetinin olmadığı yıllarda yüksek oy alması ile ilişkilendirilmektedir. Katılımcıların dikkat çektiği diğer bir husus ise AK Parti'nin medya üzerinde uyguladığı politikaların zamanla kalıcı hale gelmesi ve siyasiler için medyanın hep bu şekilde kontrol altına alınma riski taşımasıdır. AK Parti'nin uyguladığı politikaların siyasetin geleneğine sirayet etmesi tarihsel blok kavramı ile birlikte düşünüldüğünde anlam kazanmaktadır. Verilen yanıtlardan AK Parti'nin medya, bürokrasi, sermaye alanındaki kontrol gücünün hegemonyanın tesisinde etkili olduğu fakat bir dizi faktörden dolayı tarihsel blok olmasının güç olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumun biraz da çağın koşulları ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bilgi kaynaklarının çeşitlendiği ve her ne kadar kontrol altına alınıralsa alınsın bilginin kendine akacak yeni kanallar bulunduğu çağımızda toplumu belirli ideolojilere kanalize etmenin oldukça zor olduğu anlaşılmaktadır.

Katılımcılara son olarak “medyada özellikle mülkiyet kaynaklı sorunların giderilmesi adına neler yapılabilir? Bu konudaki önerileriniz nelerdir?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar medyanın yüksek maliyetli bir alan olmasından dolayı medya mülkiyetinin büyük sermaye gruplarının kontrolü altında olduğunu ve bunun değişmesinin pek mümkün olmadığını belirtmişlerdir. Bu durumun yol açtığı sorunların ise yasal düzenlemelerle aşılabileceğini önermektedirler. Yapılacak yasal düzenlemelerin ise gazetecilik ve haberciliğin idealleri göz önüne alınarak yapılması gerektiği belirtilmiştir. Basın ve ifade özgürlüğü konusunda mevcut durumun düzeltilmesi, gazetecilerin çalışma koşullarının iyileştirilmesi gerekmektedir.

Katılımcıların dijitalleşme sürecinin yarattığı değişimin içinden geçtiklerinin farkında oldukları gözlemlenmiştir. Bu bağlamda yeni medya, sosyal medya gibi ortamlarda ciddi etik sorunlar olduğu fakat bunların zaman içerisinde düzeleceği düşünülmektedir. Bu bağlamda iki yaklaşım ortaya çıkmaktadır. Bunların ilki sosyal medyanın sunduğu özgürlük ortamının aynen muhafaza edilmesi gerektiğidir. İkinci yaklaşım ise sosyal medyanın özgürlüğünün muhafaza edilerek bu alanda yasal düzenleme yapılması gerektiğidir. Bu konuda gazetecilerin en çok yakındığı konular: yalan haber, telif sorunları, post-truth habercilik, linç kültürü, nefret söylemi gibi yaygın olarak bilinen konulardır. Yasal düzenleme yapılması gerektiği konusunda en büyük çekince ise sosyal medyanın sunduğu özgürlüğün kısıtlanmasıdır. Bu konuda siyasi iktidarın sosyal medya konusundaki tutumu bu çekinceleri artırmaktadır.

SONUÇ

Medya-sermaye-siyaset ilişkileri, 1990'lı yıllarda başlayan basından medyaya dönüşüm süreci ile birlikte yapısal bir dönüşüm geçirmiş ve 1980 yılında 24 Ocak kararları olarak bilinen kararlarla birlikte iktisadi örgütlenme biçiminin değişmesi birçok alanda olduğu gibi medyada da değişime neden olmuştur. Bu dönem ayrıca özel televizyon ve radyo kanallarının ortaya çıktığı döneme denk gelmiş böylece medyada hem yapısal bir dönüşüm yaşanmış hem de sermayenin söz sahibi olduğu yeni bir dönem başlamıştır. Değişimin başladığı yıllardan itibaren Türkiye'de medya sahipliği dönemin siyasi atmosferinden etkilenmiş olmakla birlikte 2000'li yıllarla birlikte bu etkinin daha yoğun bir biçimde yaşandığı görülmektedir.

Bu çalışmada 2002-2020 yılları arasında medyada mülkiyet dönüşümünün neden ve sonuçları bütüncül bir perspektifle değerlendirilmiştir. Çalışmada ilk olarak kuramsal çerçeveyi oluşturan eleştirel ekonomi politik, hegemonya ve tarihsel blok kavramları ele alınmıştır. Bu yönüyle çalışmada incelemeye alınan olgular, altyapı ve üstyapı unsurlarının bir arada kullanılması ile bütüncül olarak ele alınmıştır. Çalışma, altyapı ve üstyapı unsurlarının birleştirilmesi ve olguyu bütüncül olarak açıklamaya çalışılması bakımından alanında özgünlük arz etmektedir. İncelenen tarihsel süreç içerisinde ele alınan olgular kavramsal temeller doğrultusunda bütüncül bir biçimde açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmada yaklaşık olarak yirmi yıldır tek başına siyasi iktidar olan AK Parti'nin medya politikalarının medyada yaşanan değişim ve dönüşümlerdeki rolü incelenmektedir. Bu bağlamda çalışmanın ikinci bölümünde AK Parti iktidarı tarihsel süreç içerisinde ele alınmıştır. AK Parti'nin yeni kurulan bir parti olarak 2002 yılında iktidara gelişi 1990'lı yılların siyasi atmosferinden bağımsız olarak değerlendirilmesinin mümkün olmadığı anlaşılmıştır. Bu bağlamda 1990'lı yıllarda mecliste yer alan siyasi partiler tarafından çeşitli kombinasyonlarla kurulan koalisyon hükümetlerinin art arda başarısız olması ekonomi başta olmak üzere birçok alanda güvensizlik yarattığı görülmektedir. Bunun yanı sıra 28 Şubat kararları gibi toplumsal hayatı etkileyen olaylar da toplumun siyasi partilere karşı güvensizliğini artırmış ve toplum yeni siyasi arayışlara girmiştir. Böyle bir dönemde bir kadro hareketi olarak kurulan AK Parti kısa sürede bu durumu kendi lehine konsolide edecek politikalar geliştirmiş ve 2002 seçimlerinde tek başına iktidar olmuştur. Böyle bir tablonun ortaya çıkmasında seçim sisteminin de önemli etkisi olduğunu söylemek gerekir. 2002 seçimlerinde birçok parti baraj altında kalmış ve bu nedenle bu partilerin oyları baraj üstüne çıkan partilere dağıtılmıştır. Böylece AK Parti 2002 seçimlerinden %34'lük bir oy almasına

rağmen mecliste %66 çoğunluğa ulamıştır. AK Parti iktidarının ilk yıllarında gerek içinden çıktığı siyasi hareketin (RP) toplum nezdindeki olumsuz algısından gerekse yeni bir siyasi hareket olması bakımından daha itidalli politikalar uygulamıştır. Bu durumun yaşanmasında diğer bir etken AK Parti'nin bürokrasi, sermaye gibi alanlarda örgütlü gücünün yeterli düzeyde olmayışıdır. Ayrıca bu dönemde devletin en üst makamı olan Cumhurbaşkanlığı makamı da AK Parti'nin etki alanının dışındadır. Tüm bu etkenler AK Parti'nin ilk iktidar döneminde uyguladığı politikalarda önemli rol oynamıştır. 2007 yılında yapılan seçimlerle birlikte AK Parti'ni oy oranı artmış ve Cumhurbaşkanlığı da AK Partili kadrolara geçmiştir. İktidarın ilk döneminde medyada yaşanan mülkiyet dönüşümlerinde doğrudan müdahaleci bir tavır sergilenmezken 2007 sonrasında bu durum tamamen değişmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde 2002-2020 yılları arasında medyada yaşanan mülkiyet değişimleri medya kuruluşları üzerinden değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda ilk olarak 2002 yılında medya mülkiyeti daha sonra 2020 yılında medya mülkiyeti başlıkları altında dönemin medya kuruluşlarının el değiştirme süreçleri incelenmiştir. İncelenen medya kuruluşlarının bağlı bulunduğu sermaye grupları ve bu grupların AK Parti ile olan ilişkileri tarihsel yöntemle ele alınmıştır. Bu doğrultuda özellikle 2007 sonrasında AK Parti'nin medya mülkiyetinde yaşanan değişimlere çeşitli yöntemlere doğrudan müdahale ettiği anlaşılmaktadır. Bu müdahale biçimlerinde hedefteki medya kuruluşlarının durumuna göre üç farklı yaklaşımın benimsendiği anlaşılmaktadır. Bu yöntemler;

- TMSF yoluyla meydanın farklı şirketlere satılması,
- Medya sahibi holdingleri, devletin denetim mekanizmalarını devreye sokarak (gerek medya kuruluşları üzerinden gerekse farklı alanlardaki faaliyetleri üzerinden) medya kuruluşlarını satışa zorlanması
- Devlet eliyle güçlendirilen holding veya şirketlerin medya kuruluşlarını satın almaları şeklindedir.

İncelenen tarihsel süreç içerisinde ilk mülkiyet dönüşümünün yaşandığı Uzan, Bilgin Çukurova gruplarındaki değişim “TMSF yoluyla meydanın farklı şirketlere satılması” yaklaşımına denk düşmektedir. Bu noktada belirtilmesi gereken önemli bir husus ise bu kurumların 1990 yıllarda bankacılık faaliyetleri başta olmak üzere AK Parti'nin iktidara geldiği 2002 yılında sorunlu gruplar olmasıdır. Bu gruplar arasında Uzan grubunun tasfiye sürecinde AK Parti'nin taviz vermeyen bir politika izlemesi dikkat çekicidir. Benzer sorunlar yaşanmasına rağmen İhlas grubuna yönelik aynı tutum sergilenmediği görülmektedir. AK Parti aynı taviz vermeyen tutumunu İhlas grubuna karşı göstermemiştir. 2001 krizi sonrasında BDDK, yirmi üç banka ve finans kuruluşuna el koymuş bunların yirmi ikisi fona (TMSF)

devredilmiş bir tek İhlas Finans fona devredilmemiştir. 2005 yılında fona devredilmesi için verilen önerge mecliste kabul edilmiş ancak daha sonra genel kurul görüşmelerinde ilgili madde kanun metninden çıkarılmıştır. Uzan grubuna yönelik tavizsiz tutum İhlas grubuna yönelik tutum ile birlikte değerlendirildiğinde anlamlı bir sonuç ortaya çıkmaktadır.

İncelenen medya kuruluşları içerisinde Doğan Medya grubu önemli bir yere sahiptir. Doğan Medya grubunun AK Parti ile ilişkileri değerlendirildiğinde hem “medya sahibi holdingleri, devletin denetim mekanizmalarını devreye sokarak (gerek medya kuruluşları üzerinden gerekse farklı alanlardaki faaliyetleri üzerinden) medya kuruluşlarını satışa zorlanması” hem de devlet eliyle güçlendirilen holding veya şirketlerin medya kuruluşlarını satın almaları” yaklaşımı görülmektedir. Doğan Medya grubu, AK Parti’nin iktidara geldiği yıllarda AK Parti’ye muhalif bir politika izlemiş fakat zaman içerisinde AK Parti’nin güçlenmesi ile birlikte söylemini yumuşatmıştır. 15 Temmuz darbe girişimi sürecinde ve sonrasında ise hükümete yakın bir çizgi benimsemesine rağmen medya faaliyetlerini yürütmesi mümkün olmamıştır. AK Parti’nin Doğan Medya grubunun gerek satışı gerekse Demirören tarafından satın alınmasına rolü olduğu, grubunun satılacağı yönde söylentilerin ortaya çıktığı dönemlerde Erdoğan’ın basına verdiği demeçlerden ve Demirören’in grubu almasında kamu kaynaklarının seferber edilmesinden anlaşılmaktadır. Sonuç olarak 1990 yıllarda basından medyaya geçiş ile birlikte uzun yıllar en büyük ve en güçlü medya grubu olan Doğan grubu medyadan tamamen çekilmek durumunda kalmıştır.

Çalışmada 2020 yılında medya mülkiyeti başlığı altında ilk olarak Demirören Medya grubu incelenmiştir. İnceleme sonucunda Demirören grubu ve AK Parti ilişkileri özellikle 2010’lu yıllardan sonra kazan kazan ilişkisi çerçevesinde yürütüldüğü anlaşılmaktadır. Demirören medya grubu 70’li yıllarda medyaya yönelimi olmasına rağmen o yıllarda medyada kalıcı olmamıştır. 2011 yılında Doğan grubundan Vatan ve Milliyet gazetesinin satın alınması medya sahipliğinde önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir. Fakat özellikle Demirören grubunun Doğan medya grubunun tüm medya faaliyetlerini devralacak şekilde satın alması medya siyaset ilişkilerini bağlamında önem arz etmektedir. Demirören Holdingin medya dışı faaliyetlerinde de AK Parti ile kurulan yakın ilişkilerin etkisi görülmektedir. Demirören Grubunun AK Parti iktidarı sürecinde yükselişi ve bunun neticesinde medya sektörüne yatırım yapması ekonomik manada bir yatırım tercihinin ötesindedir. AK Parti iktidarı döneminde büyüme gösteren bir grubun yedi yıl içerisinde (2011-2018) medya yatırımlarını artırarak Türkiye’nin en büyük medya grubu haline gelmesi sermaye-iktidar ilişkilerinin geldiği noktayı göstermektedir. Demirören Grubunun medyaya girişinde yaşanan dönüşümde kullanılan enstrümanlar; “kamu ihaleleri yoluyla güçlenen

şirketlerin medyada yatırım yapması neticesinde dönüşüm” ve devletin imkanlarını devreye alarak medya şirketlerine yapılan baskılar neticesinde yaşanan dönüşüm” olarak iki başlık altında da değerlendirmektedir. Demirören Grubunun AK Parti iktidarı döneminde büyümesi ilk kategori içinde değerlendirilebilirken grubun satın aldığı medya kuruluşlarının durumu da ikinci kategori altında değerlendirilebilir. İki kategorinin de Demirören Grubu için geçerli olması medyada yaşanan mülkiyet değişiminde siyasetin etkisini göstermektedir.

İncelenen süreç içerisinde medyada 2002 yılından beri faaliyet gösteren tek grup Doğuş Medya grubudur. Bu süreçte medyada yaşanan değişimlerde zaman zaman elinde bulundurduğu medya kuruluşlarının sahiplik yapılarında değişiklik olmasına rağmen grup medya sektöründe hep var olmuştur. Doğuş Medya grubu ve AK Parti ilişkileri incelendiğinde karşılıklı “kazan kazan” ilkesinin işlediği anlaşılmaktadır. Chomsky’nin *“iktidarla kapışmaya girmek pahalıya mal olan bir iştir, buna karşılık resmi söyleme katılmanın bir bedeli yoktur”* şeklindeki ifadesi iki taraf arasındaki durumun özeti niteliğindedir. Bunun yanı sıra özellikle 2007 sonrasında AK Parti’nin muhalif kesimlere karşı tutumu medya dışı yatırımları bulunan şirketleri için bir yol haritası çizmiştir denilebilir. Türkiye’de Chomsky’nin iktidarla kapışmanın pahalıya mâl olabileceği çözümlenmesinin çok net örnekleri görülmektedir. Bunun yanı sıra resmî söyleme katılmanın bedeli yoktur çözümlenmesi ise Türkiye mediasındaki örnekler, bir adım ileri giderek getirilerinin olabileceğini göstermektedir. Çalışmada incelenen bir diğer medya grubu ise Ciner Medya grubudur. Ciner Medya grubu ve AK Parti ilişkileri değerlendirildiğinde gruba ait medya kuruluşlarının AK Parti’nin arzuladığı medya yapısı ile tamamen örtüştüğü söylenemez. Bu durumda AK Parti, doğrudan kendi kontrolü altında olmayan Ciner Medya gibi medya kuruluşlarını hükümet olmaktan aldığı güç ile kontrol altında tuttuğu anlaşılmaktadır. Bir holdingin bünyesinde yer alan medya kuruluşunun bağımsız olmasını beklemek Türkiye medya ortamında mümkün değildir. Medya dışında faaliyet gösteren şirketlerin bu faaliyet alanları çeşitlendikçe devletle dolayısıyla hükümetle daha fazla irtibatlı olmak durumunda kalmaktadır.

Çalışmada incelenen Turkuvaz Medya grubu incelenen dönem içerisinde ayrı bir öneme sahiptir. Türkiye’nin en büyük medya gruplarından biri olan ATV-Sabah grubu kamu bankalarından sağlanan kredilerle 2007 yılında Çalık grubuna 2013 yılında ise Çalık grubu tarafından Kalyon Holding’e satılmıştır. Çalık grubu, ATV-Sabah grubunu TMSF’den ihale yoluyla satın almış daha sonra zarar ettiğini söyleyerek Kalyon Holding’e satmıştır. ATV-Sabah grubunun Kalyon Holding’e satışı sürecinde hükümete yakın iş insanlarından, grubun satın alınması için para toplandığı yönündeki haberler ortaya çıkınca grup daha sonra havuz

medyası olarak anılmıştır. Bu satış sonucunda ATV-Sabah grubunun yayın politikalarında bir değişim olmaması dikkat çekicidir. Çalık Holding tarafından yayınlanan 2018 faaliyet raporunda grubu satın aldığı miktar (1.1 milyar dolar), tarih, ortaklık yapısı yazılmış; buna karşılık satışında satıldığı yıl belirtilmiş olmasına rağmen miktar bilgisi verilmemiştir. Yapılan incelemede AK Parti hükümetinin yayın organı haline gelen Turkuvaz Yayın Grubunun mülkiyetinde yaşanan değişim “kamu ihaleleri yoluyla güçlenen şirketlerin medyada yatırım yapması neticesinde dönüşüm, Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu aracılığıyla medya kuruluşlarının sahiplik yapılarındaki dönüşüm” olmak üzere her iki yaklaşımın da kullanıldığı anlaşılmaktadır.

AK Parti’ye yakınlığı ile bilinen bir diğer medya grubu da Türkmedya grubudur. Gruba ait medya kuruluşlarını ilk olarak Ethem Sancak satın almış daha sonra Recep Tayyip Erdoğan’a yakınlığı ile bilinen Hasan Yeşiladağ’a satmıştır. Türk Medya Grubu çatısı altındaki medya kuruluşlarında yaşanan dönüşüm “Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu aracılığıyla medya kuruluşlarının sahiplik yapılarındaki dönüşüm ve devlet eliyle güçlendirilen holding veya şirketlerin medya kuruluşlarını satın almaları” başlığı altında değerlendirilmektedir. İncelenen medya kuruluşları medya-siyaset ilişkileri ekseninde değerlendirildiğinde ATV-Sabah grubu ve Türkmedya grubu doğrudan hükümete bağlı medya kuruluşları olarak öne çıkmaktadır. Bu medya grupları sahiplik yapıları bakımından günümüzde tamamen hükümetin kontrolü altında olduğu görülmektedir.

Bu çalışmada AK Parti’nin medya üzerindeki hâkimiyetini çeşitli yollarla kurduğu anlaşılmaktadır. Kimi medya kurumları iktidara yakın şirketler tarafından doğrudan satın almalar yolu ile kontrol altına alınırken kimi medya kurumları üzerinde hükümet olmanın gücü kullanılmaktadır. Bu medya gruplarından bazıları doğrudan hükümet sözcüsü gibi yayın yaparken bazıları da egemen söyleme iştirak etmektedir.

Çalışmada incelenen tarihsel süreçte yeni teknolojilerin gelişmesi ile birlikte medya kendi içinde yeniden bir dönüşüm geçirmiştir. Özellikle sosyal medyanın ortaya çıkışı medyanın büyük bir dönüşüm geçirmesine neden olmuş ve olmaktadır. AK Parti’nin medya üzerine uyguladığı basınç sosyal medyanın güç kazanmasında bir etken olarak düşünülebilir. Enformasyonun kendine akacak yeni kanallar bulması, medyayı mülkiyet yoluyla kontrol altına alma isteği için gösterilen yoğun çabayı bir ölçüde etkisiz kıldığı söylenebilir.

Medyada yaşanan dönüşümün gazetecilerin çalışma ilişkileri ve pratiklerine etkilerini ortaya koymak adına çalışmanın dördüncü bölümünde alanda çalışmış ve çalışan yirmi iki gazeteci ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen verilere göre medyada yaşanan dönüşüm gazetecilerin çalışma pratiklerini olumsuz etkilediği

anlaşmıştır. Gazeteciler medyanın yoğun bir baskı altında olduğunu bunun da medyanın her düzeyinde hissedildiğini belirtmişlerdir. Sermayenin medya gücünü kullanma isteği ile medyaya yönelmesi medyada yaşanan bozulmanın ilk nedeni olarak görülmektedir. Medyada yaşanan yapısal dönüşümün ilk dönemlerinde sermaye gruplarının elinde bulundurduğu medya kuruluşlarını kendi çıkarları doğrultusunda siyaset üzerinde baskı aracı olarak kullandığı daha sonraki dönemlerde ise siyasi iktidarın kendine yakın sermaye grupları üzerinden medya üzerinde söz sahibi olduğu anlaşılmaktadır. Gazeteciler yeni medya teknolojilerinin gazetecilik mesleğini dönüştürdüğünü ve bu dönüşümün çok yönlü etkileri olduğunu fakat birtakım etik sorunları da beraberinde getirdiğini belirtmişlerdir. Yeni medyanın sağladığı olanakların başında enformasyon akışının hızlanması gelmektedir. Ayrıca zaman ve mekan sınırının ortadan kalkması, daha bağımsız bir mecra yaratması, maliyetleri düşürmesi ve okurla etkileşimi artırması gibi unsurlara da değinilmiştir. Fakat yeni medyada yoğun enformasyon akışının haberin etki gücünü azalttığı ve haberi tüketilebilir bir nesneye dönüştürdüğü düşünülmektedir. Haber ne kadar sansasyonel olursa olsun aktarılma sürecindeki hız yoğun enformasyon akışından dolayı unutulma sürecini de hızlandırmaktadır. Gazeteciler sosyal medyanın da gazeteciliği etkilediğini yalan haber, bilgi kirliliği, linç kültürü başta olmak üzere çok sorunlu yönleri olduğunu belirtmişlerdir. Gazeteciler meslekleri gereği sosyal medyayı etkin bir biçimde kullanmakla birlikte bu mecraın ilerleyen dönemlerde etkisinin artacağını düşünmektedir.

Çalışmada medyada yaşanan dönüşümlerin çalışma pratiklerini genel olarak etkilediği anlaşılmaktadır. Çalışma ilişkileri konusunda en temel sorunlar ise iş güvencesi, düşük ücretler ve çalışma koşullarının ağırlığı gelmektedir. Basın İş Kanunu sürekli değiştiği için gazeteciler hakları konusunda kendilerini güvence altında hissetmemektedirler. Ayrıca son yıllarda medyada yaşanan işten çıkarmaların iş güvencesi kaygısında etkili olduğu düşünülmektedir. Medyada köşe başları tutulduğu için işten çıkarılan bir gazetecinin iş bulmasının zor olduğu her ne kadar sosyal medya sayesinde yeni iş modelleri ortaya çıksa da bunun yetersiz olduğu düşünülmektedir. Sosyal medya aracılığıyla gazetecilik yapmak ve bunu gelire dönüştürmek için sosyal medyanın talep ettiği gazeteci tipolojisinde olmak veya tanınmış bir gazeteci olmak gerekmektedir. Tanınmış gazeteci olmanın yolu ise hâlâ ana akım medyadan geçmektedir. Çalışma ilişkileri konusunda en temel sorunlardan biri de gazetecilerin sendikal örgütlenme sorunlarıdır.

Çalışmada AK Parti'ye yakın medya kuruluşlarının yayın politikalarının taraftar bir medya anlayışı yarattığı ve muhalif olarak nitelendirilen medya kuruluşlarının da bu akıma kapıldığı anlaşılmaktadır. Gazeteciler medyaya yapılan baskıya yönelik sorulara verdiği

cevaplarda otosansür kavramı sıklıkla dile getirilirken bunun tüm sansür biçimleri arasında en zorlayıcı sansür biçimi olduğu düşünülmektedir. Haber metinlerine müdahale edilmesi, bazı haberlerin yayınlanmaması gibi uygulamaların gazetecilerde yılgınlığa neden olduğu, “bu kadar uğraştım acaba yayınlanır mı” sorusunun zaman içerisinde “nasılsa yayınlanmaz ya da bu haliyle yayınlanmaz” anlayışına dönüştüğü görülmektedir. Hükümetin basın kartları konusundaki tutumu ve akreditasyon uygulamaları son yıllarda basın üzerinde uygulanan baskı yöntemlerinden biri olduğu anlaşılmıştır. Gazetecilik meslek örgütlerinin de son yıllarda oldukça etkisiz kaldığı bunda da hükümetin uyguladığı politikaların etkili olduğu görülmektedir. Bu durumda gazetecilik meslek örgütlerinin girişimleri veya çabalarının görmezden gelinmesi ve kutuplaştırıcı söylemlerle bu çabaların devre dışı bırakılması söz konusudur.

Gazeteciler medya alanında yeni yasal düzenlemeler yapılması gerektiğini fakat bu düzenlemelerin tek başına siyasetin inisiyatifinde bırakılmaması gerektiğini belirtmektedir. Yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkardığı koşullarda mevcut yasal düzenlemelerin yetersiz olduğu görüşü hâkimdir. Ayrıca çalışma ilişkileri konusunda da kapsayıcı bir yasal düzenleme yapılması gerektiği düşünülmektedir. Mevcut koşullarda medyanın kamuoyuna karşı sorumluluğunun son yıllarda oldukça aşındığını ve bu sorumluluğun siyasete, mülkiyet sahibine yönelik bir sorumluluğa dönüştüğü anlaşılmaktadır. Böyle sorumluluk bilinci ile yapılan gazeteciliğin bir ülkenin demokratik gelişimine katkı sağlamayacağı açıktır. Bir yandan sermayenin, bir yandan siyasetin, bir yandan siyasi iktidarın çekiştirdiği medya kamuoyuna karşı sorumluluk ilkesinden uzaklaşmıştır.

Çalışmada “Türkiye medyasında 2002 yılından sonra yaşanan medya mülkiyet yapılarındaki dönüşümler dönemin siyasi yapısı ile ilişkilidir” varsayımı sınanmış ve özellikle 2007 sonrasındaki mülkiyet dönüşümlerinde bu varsayım doğrulanmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda 2002-2020 yılında anaakım medyada mülkiyet yapılarının büyük ölçüde değiştiği ve özellikle 2007 sonrasında siyasi iktidara yakınlığı ile bilinen şirketlere geçtiği anlaşılmıştır.

Çalışmanın ikinci varsayımı olan “incelenen dönemde siyasi iktidara yakın yeni sermaye grupları ortaya çıkmış ve bu gruplar medya sektöründe önemli yatırımlar yapmışlardır” varsayımı da yapılan araştırmalar sonucunda doğrulanmıştır. Bu bağlamda incelenen dönemde medyaya yatırım yapan medya kuruluşlarının siyasi iktidarla olan ilişkileri başlıklar altında incelenmiştir. Bu inceleme hem medya kuruluşlarını elinden çıkaran şirketler hem de medyaya giriş yapan şirketler ayrı ayrı değerlendirilerek yapılmıştır.

Çalışmanın üçüncü varsayımı “siyasi iktidar, tarihsel blok oluşturma çabası içerisinde sermaye grupların üzerinden medyayı kontrol altına almayı hedeflemektedir” şeklindedir. Bu

doğrultuda yapılan incelemeler sonucunda ana akım medyanın büyük bir bölümünün kontrol altına alındığı ve kontrol altına alınan medyanın yayın politikalarından dolayı varsayımın kısmen doğrulandığı düşünülmektedir. Siyasi iktidarın hegemonya mücadelesinde medyayı etkin bir biçimde kullandığı ve bunda başarılı olduğu görülmekle birlikte medyanın siyasi iktidarın tarihsel blok olmasında ne derece etkili olduğu konusunda yeterince veri elde edilememiştir. AK Parti iktidarının çeşitli dönemlerinde farklı politikaları uygulaması ve zamanın koşullarına göre politik söylemini değiştirmesi tarihsel blok olmasının önünde bir engel olduğu düşünülebilir. Örneğin iktidarın ilk yıllarında sıklıkla dile getirilen ve seçim beyannamelerinde de sıklıkla kullanılan “muhafazakâr demokrasi” kavramı günümüzde neredeyse hiç kullanılmamaktadır. Tüm bunların yanı sıra AK Parti’nin siyasi anlamda bir anlayış inşa ettiği ve bunun da diğer siyasi partiler tarafından benimsenmese bir takip edildiği hatta zaman zaman taklit edildiği göz önüne alındığında tarihsel blok olduğu sonucu çıkarılabilir. Bu durumun

Çalışmanın dördüncü varsayımı “incelenen dönemde yaşanan teknolojik gelişmeler medyanın çeşitlenmesine yol açmış ve eskiye nazaran medyanın kontrolünü güçleştirmiştir” varsayımdır. Bu doğrultuda yapılan araştırmalar ve alanda çalışan gazetecilerden toplanan veriler bu varsayımı doğrulamaktadır. İncelenen dönemde özellikle sosyal medyanın ortaya çıkmasının bunda önemli bir etken olduğu sonucuna varılmıştır.

Çalışmanın beşinci ve son varsayımı “medya sektöründe çalışanlar sektörde yaşanan mülkiyet değişimlerden ve bu değişimlerin getirdiği atmosferden olumsuz etkilenmektedir” varsayımdır. Bu doğrultuda incelenen dönemde medyada çalışmış ve çalışmakta olan gazetecilerle görüşme yapılmış ve elde edilen veriler doğrultusunda varsayım doğrulanmıştır.

Çalışmada Türkiye medyası bütüncül bir bakış açısıyla incelenmiştir. Medyada var olan sorunların giderilmesi adına alanda çalışan gazetecilerin görüşleri de dikkate alınarak öneriler getirilmektedir. Bunlar:

-Ana akım medyanın birkaç büyük holdingin kontrolünde olduğu ve bunun da medyanın kontrol edilmesini kolaylaştırdığı anlaşılmaktadır. Medya sahipliği konusunda yasal sınırlama getirilmeli ve bir şirketin medyada birkaç gazete veya televizyon kanalı vb. sahibi olmasının önüne geçilmelidir. Böylece siyasetin veya çeşitli güç odaklarının medyaya nüfuz etmesinin önüne bir ölçüde geçilebilir ve çeşitliliğin olduğu bir medya ortamı oluşturulabilir.

-Sermayenin medya gücünü kullanarak ticari rant elde etmesinin önüne geçilebilmesi için sermaye gruplarına ait medya kuruluşları ile diğer faaliyet alanları birbirinden ayrıştırılmalıdır. Ayrıca medya kuruluşunun faaliyet gösterdiği farklı alanlarla ilgili yaptığı

haberlere belli kıstaslar getirilebilir. Bu hususta katılımcı Bülent Mumay “Mesela yatırımı olduğu sektörde bir haber yapılmışsa haberin sonunda ‘bu haberi okuduğunuz kurum bu alanda şu yatırımları bulunmaktadır’. Bu tarz düzenlemeler okurlar için haberin nötr olmadığı noktasında bir uyarı taşır” şeklindeki önerisi dikkate alınabilir.

-Mevcut yasal düzenlemeler yeni medya ve sosyal medyanın getirdiği yeniliklere cevap vermekte yetersiz kaldığı, özellikle dijital mecralar için geçerli yasal düzenleme olmayışı bu mecralarda çalışan gazetecilerin çalışma pratiklerini olumsuz yönde etkilediği bu nedenle bu mecraları kapsayan bir yasal düzenleme yapılması gerektiği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda hükümetin yasal düzenleme hazırlığı içerisinde olduğu bilinmektedir. Fakat bu noktada medyada tüm paydaşların görüşleri alınarak bir yasal düzenleme yapılması daha doğru olacaktır. Aksi takdirde yapılacak yasal düzenlemeler yeni medya ve bu mecraların sağladığı bağımsızlığı olumsuz etkileyeceği açıktır.

-Medya sadece siyasi iktidarın değil genel olarak siyaset etkisi altındadır. Hükümetin medya politikaları medyayı kutuplaştırmış ve karşı kampta yer alan medya da tarafsızlığını yitirmiştir. Bu durum genel anlamda değerlendirildiğinde hem siyasi kültürün hem de medyanın yozlaşmasına neden olmuştur. Siyasetteki kutuplaşma, kamplara ayrılan medyada da kendini göstermekte bu durum kaçınılmaz bir biçimde topluma yansımaktadır. Bu sorunun giderilmesi adına gazetecilerin hassasiyet göstermeleri ve gazetecilik meslek ilkelerine bağlı kalmaları gerekmektedir. Bunun için gazetecilik meslek örgütleri güçlendirilmeli ve etki alanının genişletilmesi gerektiği düşünülmektedir.

-Medyada çalışma ilişkileri alanını düzenleyen yasaların yeniden revize edilmesi gerekmektedir. Gazetecilik ağır sorumlulukları içeren bir meslektir ve bir gazetecinin iş güvencesi kaygısı ile işini layığıyla yapabilmesi mesleğin gerekleri bağlamında mümkün değildir. Basın İş Kanunu, iş güvencesi noktasında görece yeterli olsa da uygulama da ciddi sorunlar vardır. Sendikal örgütlenmenin neredeyse olmadığı veya işlevsiz kaldığı gazetecilik mesleğinde sendikal örgütlenme sağlanmalıdır. Örgütlü mücadelenin olmadığı bir alanda hak kayıplarının yaşanması olağan bir durumdur. Bu nedenle sendikal örgütlenmenin sağlanması adına girişimler yapılmalı ve gazetecilerin ve gazetecilik meslek örgütlerinin bu konuda gayret göstermeleri gerekmektedir.

-14 Aralık 2018 tarihinde Basın Kartı Yönetmeliği değişmiş, basın kartı verme yetkisi CİB’e devredilmiştir. Sözü edilen kanun ile birlikte basın kartı komisyonunun yapısı değişmiş ve siyasetin etkisi altına girmiştir. Ayrıca çok sayıda gazetecinin basın kartları iptal edilmiş ve dijital mecralarda çalışan gazeteciler de basın kartı kapsamının dışında kalmıştır. Basın Kartı verme yetkisi zaman içerisinde keyfi uygulamalara neden olduğu anlaşılmaktadır. Basın Kartı

Yönetmeliği'nin gazetecilik meslek örgütlerinin ve sendikalarının görüşleri alınarak yeniden düzenlenmesi ve özellikle basın kartı verme yetkisini elinde bulunduran komisyonun yapısının değişmesi gerekmektedir. Düzenleme dijital mecralarda çalışan gazetecilerin de basın kartı almalarını sağlayacak hatta kolaylaştıracak biçimde düzenlenmelidir. Basın Kartı Yönetmeliği mevcut haliyle hem antidemokratik uygulamalara neden olmakta hem de dijital mecraları kapsamadığı için çağdışı kalmaktadır. Ayrıca Basın kartı sahibi gazetecilerin hakları da mesleklerini yapmayı kolaylaştıracak biçimde genişletilmelidir.

Çalışmada Türkiye medyası çok yönlü ve bütüncül bir biçimde değerlendirilmeye alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde zaman zaman kaynakça olarak Wikipedia kullanılmıştır. Wikipedia'nın kaynak olarak gösterildiği bilgiler farklı kaynaklardan teyit edilmiştir. Diğer kaynakların karmaşık ve çok sayıda olması karmaşıklığa neden olacağı için bu durumda kaynak olarak Wikipedia tercih edilmiştir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde alanda çalışmış ve çalışan gazetecilerle yapılan görüşmeler öncesinde ilk olarak üniversitenin etik kurulundan araştırma için onay alınmış ve daha sonra gazetecilerle iletişime geçilmiştir. Bu mesaj ve maillere dönüş oranı beklentinin çok altında kalmış ayrıca dönüş sağlayan gazetecilerden bazıları görüşmeye katılmak istemediğini belirtmiştir. Görüşmeye katılmak istemeyen gazeteciler çalıştıkları kurumların izin vermemesi veya konuya vakıf olmadıklarını öne sürerek görüşmeye katılmayı kabul etmemişlerdir. Görüşmeyi kabul eden gazetecilerin iş yoğunluğundan dolayı zaman problemleri yaşamaları çalışmada görüşmeler için planlanan sürenin sarkmasına neden olmuştur. Görüşleri alınan gazetecilerin çalıştıkları kurumlar dikkate alınarak homojen bir dağılım olmasına özen gösterilmiştir. İleride sahada çalışan gazetecilerle yapılacak çalışmalara ışık tutması bakımından sürecin nasıl işlediğinin bilinmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

Sonuç olarak Türkiye'de medyanın özellikle 1990'lı yıllardan itibaren büyük bir dönüşüm geçirdiği ve bu süreçte farklı güç odaklarının medyayı kendi çıkarları doğrultusunda kontrol etmeye çalıştığı anlaşılmaktadır. Hangi güç odağı olursa olsun fark etmez medya çoğunlukla mülkiyet üzerinden kontrol edilmektedir. Medyanın demokrasinin işleyişine ve gelişmesine katkı sağlayabilmesi için gazetecilik meslek ideallerine geri dönülmeli ve mülkiyet kaynaklı sorunların giderilmesi gerekmektedir.

Türkiye medyasının bir dönemi analiz eden bu araştırmanın gelecekteki akademik araştırmalara ve diğer çalışmalara ışık tutması temennisiyle...

KAYNAKÇA

- Acemoğlu D. Robinson J. A. (2013). *Ulusların Düşüşü*. (Çev: F. R. Veliöğlu), Doğan Kitap, İstanbul.
- Acemoğlu D. Robinson J. A. (2019). *Dar Koridor Devletler, Toplumlar ve Özgürlüğün Geleceği*. (Çev. Y. Taşkın). Doğan Kitap, İstanbul.
- Adaklı, G. (2006). *Türkiye’de Medya Endüstrisi*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Adaklı, G. (2013). 2002-2008: “Türk Medyasında AKP Etkisi”, İ. Uzgel ve B. Duru (Ed.). *AKP Kitabı: Bir Dönüşümün Bilançosu*. Phoenix Yayınevi, Ankara, 559-613.
- Akdoğan, Y. (2010). “Muhafazakâr-Demokrat Siyasal Kimliğin Önemi ve Siyasal İslamcılıktan Farkı”. H. Yavuz (Ed). *AK Parti Toplumsal Değişimin Yeni Aktörleri*, Kitap Yayınevi, İstanbul, 59-95.
- Akdoğan, Y. (2018). “AK Parti ve Erdoğan’ın Liderliği”, N. Miş, A. Aslan (Ed.). *AK Parti’nin 15 Yılı*, Seta Kitapları, İstanbul. 105-114.
- Akfırat, İ. F. (2012). *Türkiye’de 1990 Sonrasında Televizyon Yayıncılığında Dönüşümler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Alkan, H. (2016). “15 Temmuz’u Anlamak: Parametreler ve Sonuçlar”. *Bilig*, (79), 253-272.
- Alkan, M. Ö. (2009). “Resmi İdeolojinin Doğuşu ve Evrimi Üzerine Bir Deneme”. T. Bora, M. Gültegingil (Ed.). *Modern Türkiye’de Siyasi Düşünce Cumhuriyet’e Devreden Düşünce Mirası Tanzimat ve Meşrutiyetin Birikimi*. İletişim Yayınları, İstanbul, 377-408.
- Alpay, Ş. (2020) *Yalanın Siyaseti*, Destek Yayınları, İstanbul.
- Alstynne, M. V. Brynjolfsson, E. (1997). *Electronic Communities: Global Village or Cyberbalkans?*, <http://ftp.unpad.ac.id/orari/library/library-ref-eng/ref-eng-1/application/electronic-community-global-village-or-cyberbalkans-03-1997.pdf>. (erişim tarihi: 25. 03. 2021)
- Altay, D. (2005). “Küresel Köyün Medyatik Mimarı Marshall McLuhan”. *Kadife Karanlık*. Nurdağan Rigel ve Ark. (drl.). Su Yayınevi, İstanbul.
- Anderson P. (2011). *Batı Marksizmi Üzerine Düşünceler*. (Çev: B. Aksoy), Birikim Yayınları, İstanbul.
- Angın, M. Bedirhanöğlu P. (2013). AKP Döneminde Türkiye’de Büyük Ölçekli Özelleştirmeler ve Devletin Dönüşümü. *Praksis*, (30-31), 75-95.

- Aslan, A. (2018) "Post-Kemalist Türkiye'de Siyaset", N. Miş, A. Aslan (Ed.) *AK Parti'nin 15 Yılı*. Seta Kitapları, İstanbul. 13-46.
- Aşlamacı İ. (2017). "Din Eğitimi Politika ve Uygulamalarında AK Parti'nin 15 Yılı, İ Çağlar ve A. Aslan (drl). *Ak Parti'nin 15 Yılı Toplum*. SETA Kitapları, Ankara. 181-209.
- Ateş, K. (2017). AKP, Dinsel Popülizm ve Halk-olmayan. *Mülkiye Dergisi*: 41 (1), 105-130 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mulkiye/issue/37214/429470>.
- Avrupa Komisyonu. (2019). Public opinion in the European Union, Standard Eurobarometer 91 – Wave EB91.5. file:///C:/Users/G%C3%B6n%C3%BCI/Downloads/eb_91_data_annex_en.pdf. (erişim tarihi: 07. 12. 2021).
- Avşar Z., (2004). "Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler". *Beklentiler ve Sorun Alanları, İletişim Araştırmaları Dergisi 2 (2)*, Ankara. 87-112.
- Bagdikan B. H.,(2016). *Yeni Medya Tekeli*. (Çev. E. Eminel), Akılçelen Kitaplar, Ankara.
- Bağış, B. (2018). "Krizlerle Mücadele Stratejisi ve Ekonomi Politikalarından Yeni Dönem" N. Gür, S. Ünay, Ş. Dilek (drl). *AK Parti'nin 15 Yılı Ekonomi*. SETA Kitapları, Ankara. 237-265.
- Bakan, S. Çimen, H. (2019). "Türk Siyasi Değişiminde Anadolu Burjuvazisi". *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 9 (2): 32-58.
- Balaban, O. (2004). "Krizden Kaçış, Krize Kaçış, Türkiye'de Kamu Yönetimi Reformu". *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 13(4), 5-17.
- Balcı, Ş. ve Bal, E. (2007) "22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri'nde AKP ve CHP Reklamları: Karşılaştırmalı Bir Analiz". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı 33.
- Barret M. (2013). "İdeoloji, Siyaset, Hegemonya: Gramsci'den Laclau ve Mouffe'a". (Çev. A. Fethi), *İdeolojiyi Haritalamak*. S. Zizek (drl). Dipnot Yayınları, Ankara.
- Bayrakçı, O. (2021). "İktidar-Hegemonya İlişkisinde Algı Yönetimi". *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (52), 93-108.
- Beriş, H. E., (2008). "Türkiye'de 1980 Sonrası Devlet Sermaye İlişkileri ve Parçalı Burjuvazi'nin Oluşumu". *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, Cilt: 19, Sayı : 69, . 33-45.
- Berkman, B. (2014). "Teknoloji Söylemi ve Yeni Medyanın Ekonomi Politikası", *Erciyes İletişim Dergisi*, 3 (3). 43-54.
- Bildirici, F. (2021). *Medyanın Ombudsmanı Saray'ın Medyası*. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bora, T. (2002). "Seçimi ve Siyasî Güzergâh Problemleri." *Birikim Dergisi*, 163-164. 29-33. Kasım/Aralık
- Bora, T. (2017). *Cereyanlar Türkiye'de Siyasa İdeolojiler*. İletişim Yayınları, İstanbul.

- Boratav, K. (2017). *Dünyadan Türkiye'ye-İktisattan Siyasete*. Yordam Kitap. İstanbul.
- Bozoğlu, T. (2017). “Hegel'in Zeitgeist'ı ve Otoriter Popülist Siyasal Söylemi: Trump Üzerine Bir Okuma”. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 67-82.
- Bölükbaşı, M. (2012). “Milli Görüş'ten Muhafazakâr Demokrasiye: Türkiye'de 28 Şubat Süreci Sonrası İslami Elitlerin Dönüşümü”, *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, Cilt.1, Sayı:2. 166-187.
- Bryman A. (2008). *Social Research Methods*, Oxford University Press,
- Buğra A. ve Savaşkan O, (2015). *Türkiye'de Yeni Kapitalizm*. İletişim Yayınları, İstanbul.
- Bulunmaz, B. (2012). “Türk Basın Tarihi İçerisinde Demokrat Parti Dönemi ve Sansür Uygulamaları”. *Öneri Dergisi*, 10 (37), 203-214.
- Bulut, S. (2009). *Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi Ekonomi Politik Yaklaşımlar*. Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Buttigieg, J. A. (1995). *Gramsci on Civil Society*. *Boundary 2*, Vol. 22 (3), 1-32.
- Cem, İ. (1974). *Türkiye'de Geri Kalmışlığın Tarihi*. Cem Yayınevi, İstanbul.
- Ceylan, O. Z., (2015). *Yandaş Sermaye*. Bizim Büro Matbaacılık, Ankara.
- Chomsky, N., (2012). *Medya Gerçeği*. (Çev. A. Yılmaz ve O. Akınhay). Everest Yayınları, İstanbul.
- Creswell, C. W. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşım Göre Nitel Araştırma Ve Araştırma Deseni*. (Çev. G. Hacıömeroğlu), Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Çabuk, D. (2013). Avrupa Birliği'ne Katılım Sürecinde Türkiye'de Medya Politikalarının Dönüşümü, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, Cilt 2, Sayı 1.
- Çakır, R., (2014). *100 Soruda Erdoğan * Gülen Savaşı*. Metis Yayınları, İstanbul.
- Çakır, V., Gülnar B. (2007). “Avrupa Birliği Uyum Sürecinde Türkiye'de Televizyon Yayıncılığına Yönelik Düzenlemeler”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 18, 187-206.
- Çavuşoğlu, H. (2009). Türk Siyasi Hayatında Merkez Sağ Çizgisinin Tarihi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 19, Sayı: 2, 265-278.
- Çelik, H. (2015). “Neoliberal Politikalar Sonucunda Medya Alanında Tekelleşme Eğilimleri ve Türkiye Örneğinde Son Yarım Yüzyıla Bakış”. *International Conference on Eurasian Economies*, Bildiri Kitabı, 9-11 Eylül 2013, Kazan – Russia, 736-739.
- Çoban S., (2013). *Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya*. Parşömen Yayıncılık, İstanbul.

- Çolak, Ç., D. (2015). “Türkiye’de Yeni Sağ’ın Kamu Yönetimi Anlayışı: Turgut Özal ve ANAP”. *Akademik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 3, Sayı: 18, 393-417.
- Dalgaldere, S. (2011). “Eleştirel Ekonomi Politığe Bakış”. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 2 (70-85).
- Demir, G., Göymen A., (2011). “Antonio Gramsci’nin Organik Bütünlük Anlayışı Çerçevesinde Devrimi Yeniden Düşünmek”. *Praksis*, 0 (27), 85-106.
- Dilaver, H. (2006). *Türkiye’de Özelleştirme Uygulamalarının Karşılaştırılmalı Analizi, İstanbul Bilgi Üniversitesi*. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Dinler, D. (2009). “Türkiye’de Güçlü Devlet Geleneği Tezinin Eleştirisi”. *Praksis*, (9), 17-54.
- Doğaner, Y. (2012). “Hürriyet ve Modernleşme Enstrümanı Olarak Osmanlı’da Basım”. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 29 (1): 109-121.
- Donohue, G., A. , Tichenor P J ve Olien C. N. (1995). “A Guard Dog Perspective on the Role of Media”. *Journal of Communication*, 45 (2), 115-132.
- Dost, S. (2018). “Uluslararası Silahlı Çatışmalarda Gazetecilerin ve Medya Araçlarının Korunması”. *Ankara Barosu Dergisi*, 76 (2) , 171-203 . DOI: 10.30915/abd.469949
- Dural, A. B., (2012). “Antonio Gramsci ve Hegemonya”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (39), 309-321.
- Duran, B., (2018). “Ak Parti’nin İdeolojik Dönüşümünün Kodları”. N. Miş, A. Aslan (Ed.) *AK Parti’nin 15 Yılı*, Seta Kitapları, İstanbul. 47-73
- Dursun O. (2012). “Türk Medyasının Sermaye Yapısı ve Siyasal İktidarla İlişkisi Üzerine Bir İnceleme”. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (1), (1-21).
- Eagleton T., (2011). *İdeoloji*. (Çev. M. Özcan), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- EğİN, O. “Aydın Doğan’ın Anlamak İstemediği”, *Akşam Gazetesi*, 01. 11. 2010, <https://www.aksam.com.tr/yazarlar/oray-egin/aydin-doganin-anlamak-istemedigi-33y/haber-189440>. (erişim tarihi: 17. 05. 2021).
- Engesser, S. Franzetti A. (2011). “Media Systems and Political Systems: Dimensions Of Comparison”. *International Communication Gazette*, 73(4) 273–301.
- Erdem, B. (2016). “Abdi İpekçi Yönetimindeki Milliyet Gazetesi'nin Bir Kitle Gazetesi Olarak Soğuk Savaş Bağlamında Değerlendirilmesi”. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (3) , 293-314 . Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mjss/issue/40505/485354>.
- Erdoğan, İ. (1999). “Dördüncü Gücün İlettiği”, *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. K. Alemdar (drl). Afa Yayıncılık, İstanbul.

- Erdoğan, İ. (2013). “Yeni Medya Gazeteciliğinde Etik Bir Paradigma Belirlemenin Kapsamı ve Sınırları”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, 254-272.
- Erdoğan, R. T., (2004). Önsöz, Uluslararası Muhafazakârlık ve Demokrasi Sempozyumu.
- Eren S. ve Bakan, S. (2017), “2000’lerde Türkiye’de Burjuvazi Sınıfının Siyasal Dönüşümü”. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 7 Sayı 1, 127-149.
- Erkal, K. (2019). “Türkiye’de İslami Kesimin Siyasete Giriş Arayışları ve İslami Basının Gelişim Seyri”. F. Temel ve A. T. Türkmenoğlu (Ed). *Medya ve Siyaset*, Çizgi Kitabevi, Konya, 81-125.
- Eyüboğlu, E. (1999). “İletişim, Siyaset, İktidar, Medya”, *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*. K. Alemdar (drl). Afa Yayıncılık, İstanbul.
- Fontana B., (2002). “Gramsci on Politics and State”. *Journal of Classical Sociology*, Thousand Oaks and New Delhi Vol 2(2): 157–178. London.
- Fuchs, Christian. (2021). “*Social Media A Critical Introduction*. Londra: Sage Publications.
- Gill, Graeme., (1980). “The Soviet Leader Cult: Reflections on the Structure of Leadership in the Soviet Union”. *British Journal of Political Science*, 10(2): 167-186.
- Golding P, Murdock G., (1973), “For a Political Economy of Mass Communications” <https://socialistregister.com/index.php/srv/article/view/5355/2256>
- Golding P, Murdock G., (2016). “Political economy and media production: a reply to Dwyer”. *Media, Culture & Society*, 38(5) 763 –769 .
- Golding P., Murdock G., (2014), “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”, *Medya Kültür Siyaset*. S. İrvan (drl). Pharmakon Yayınevi, Ankara.
- Gough, I. (1980). “Thatcherism and The Welfare state: Britain is Experiencing the Most Far-reaching Experiment in 'New Right' Politics in the Western World”. *The London School of Economisc*,
- Göksu, V. (2013). “Siyasal Kimlikler ve Merkez-Çevre Dikotomisi Bağlamında Türkiye’de Merkez Sağ ve Merkez Sol”. *Akademik İncelemeler Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 2, 69-93.
- Gramsci A. (1975) *Felsefe ve Politika Sorunları*. (Çev. A. Cemgil), Payel Yayınevi, İstanbul.
- Gramsci A. (1983). *Aydınlar ve Toplum*. (Çev. V Günyol, F. Edgü, B. Onaran) Örnek Yayınları, İstanbul.
- Gramsci A. (1984). *Modern Prens*. (Çev. P Esin), Birey ve Toplum Yayıncılık, Ankara.
- Gramsci A., (2012). *Hapishane Defterleri 1. Ed. Cilt*, Buttigieg J. A., (Çev. Baysal B.) Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Gramsci A., (2012), *Hapishane Defterleri 2. Ed. Cilt*, Buttigieg, Cilt, (Çev. Baysal B.) Kalkedon Yayınları, İstanbul. (2012),

- Gramsci A., (2014), *Hapishane Defterleri 4. Ed. Cilt*, Buttigieg, (Çev. Baysal B.) Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Guest, G., Namey, E., & Chen, M. (2020). “A Simple Method to Assess and Report Thematic Saturation in Qualitative Research”. *PloS one*, 15(5), e0232076.
- Habermas, J., (1980). *Legitimation Crisis*. Heinemann, London.
- Halifeoğlu, M., (2019). Hangi Hegemonya Projesi? Adalet ve Kalkınma Partisi'nin Sermaye Birikimi ile İmtihanı, *Alternatif Politika*, Özel Sayı, 120-148.
- Hall S. (1994). “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”. *Medya İktidar, İdeoloji*. M. Küçük (drl. ve çev.).Ark Yayınevi, Ankara, 169-209.
- Harvey D. (2007). “Neoliberalism as Creative Destruction”. *American Academy of Political and Social Science*, Vol: 616, 22-44.
- Hawley, J. P. (1980). “Antonio Gramsci's Marxism: Class, State and Work”. *Social Problems*, 27(5), 584–600.
- Işık, G. Ve Börekçi Oğuzhan, Ü. A. (2009). “Siyasetçi-Medya İlişkileri Bağlamında Bir İnceleme: Deniz Feneri örneği”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (29), 53-79.
- İlaslan, S. (2016). “Politika ve Piyasa Sınırları Bağlamında Kamu Hizmeti Yayıncılığı: Türkiye’de AKP Dönemi TRT Tartışmaları”. *Mülkiye Dergisi*, 40 (2) , 67-100 .
- İlhan, K. Ç. (2019). *Televizyon Haberciliğinde Yeni Medyanın Kullanımı: Whatsapp İhbar Hattı*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- İnal, K. (2013). “AKP'nin Neoliberal ve Muhafazakâr Eğitim Anlayışı”, *AKP Bir Dönüşümün Bilançosu*. İ. Uzgel ve B. Duru (drl). Phoenix Yayınevi, Ankara.
- Jeanneney, J. N. (2006). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Jenkins, G. (2010). “Semboller ve Gölge Oyunu: Ordu-AKP İlişkileri, 2002-2004”, *AK Parti: Toplumsal Değişimin Yeni Aktörleri*. M. H. Yavuz (drl). Kitap Yayınevi, İstanbul.
- Jessop B. (2008). *Devlet Teorisi Kapitalist Devleti Yerine Oturtmak*. (Çev. A. Özkan), Epos Yayınları, Ankara.
- Junaedi M. (2016). “İmam Hatip School: İslamic School in Contemporary Secular Turkey”. *Analisa Journal of Social Science and Religion*, Volume 01 No. 01. 121-138
- KADIOĞLU, Z. (2014). “Medya Sermayesinin Yayılmacılığı ve Türk Medyası”. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 2(3), 16-33.

- Kahraman, S. (2019). “Türkiye’de Siyasi Partilerin Resmi Metinlerinde ve Söylemlerinde Medya Analizi”. F. Temel ve A. T. Türkmenoğlu (Ed). *Medya ve Siyaset*, Çizgi Kitabevi, Konya, 265-324.
- Kamu İhale Kanunu, *Resmi Gazete* 24648 (22 Ocak 2002). Kanun No. 4734. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4734.pdf>.
- Karabacak, N., Küçük, M., Korkmaz, İ. (2020). “Yükseköğretimde Performansa Dayalı Akademik Teşvik Uygulamasının İncelenmesi”. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi, Journal of Qualitative Research in Education*, 8(3), 831-864
- Karacasulu N. (2009). “Hegemonik Düzen Tartışmaları ve Eleştirel Görüşler”. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 11, Sayı:4, Sayfa: 53-71.
- Karaçor, S. (2009). “Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi”, *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (2) , 121-131.
- Karaduman, M. (2002). *Değişen İletişim Ortamı, Yani Medya ve İnternet Gazeteciliği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Karaduman, M. (2019). “Uluslararası Haber Akışı Ve Medya Düzeni Bağlamında; Türkiye’de Yayın Yapan Uluslararası Medya Kuruluşları”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (32), 465-484.
- Karagöl, E. T. (2016). “15 Temmuz Darbe Girişimi ve Türkiye Ekonomisi”. *Adam Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 37-50.
- Karpat, K. H., (2010). *Türk Demokrasi Tarihi*, Timaş Yayınları, Ankara.
- Kaya R. (2009), *İktidar Yumağı*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Kazaz, M. ve Çoban, M. (2010). “Televizyon Haberleri ve Egemen Söylemin Yeniden Üretimi Sürecinde İdeoloji İnşa Stratejilerinin Kullanımı”. *Selçuk İletişim*, 6(2), 191-206.
- Keane, J. (2010). *Medya ve Demokrasi*. (Çev. H. Şahin), Ayrıntı Yayınevi, İstanbul.
- Kejanlıoğlu, D, B. (2004). *Türkiye’de Medyanın Dönüşümü*, İmge Kitabevi, Ankara.
- Kılıç, N. (2019). “Geleneksel Medya İle Yeni Medyanın Karşılaştırılması: Kuramsal Bir Analiz Çalışması”. *Sosyal Bilimler Dergisi*, (36): 227-239.
- Kılıçatan, E. P. (2011). *Türk Medyasında Dönüşüm ve Değişen Sahiplik Yapısı Sabah Grubu Örneğinde Tarihsel Bir İnceleme*, Literatürk Yayınevi, Konya.
- Kışlalı, A. T. (1995). *Siyasal Çatışma ve Uzlaşma*. İmge kitabevi, Antalya.
- Kışlalı, A. T. (2000). *Siyaset Bilimi*. İmge Kitabevi, Ankara.

- King, D. S. (1987). *The New Right Politics, Market and Citizenship*. Macmillan Education, London.
- Koçal, V. (2012). “Çevre’den Merkez’e Yönelim Bağlamında Türkiye’de Muhafazakârlığın Dönüşümü: Siyasal İslamcılıktan Muhafazakâr Demokratlığa Ak Parti Örneği”. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1): 81-111.
- Kurban D ve Sözeri C., (2012). İktidarın Çarkında Medya: Türkiye’de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller, TESEV.
- Kuşci (2021). *Türk Eğitim Tarihi (1923-1950)*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı. Hatay.
- Kuyucu, M. (2012). *Türkiye’de Medya Ekonomisi*. Esen Kitap, . İstanbul.
- Kuyucu, M. (2013a). “Türkiye’de Çapraz Medya Sahipliği: Medya Ekonomisine Olumsuz Etkileri ve Bu Etkilerin Önlenmesine Yönelik Öneriler”. *Selçuk İletişim Dergisi*, Sayı 1 (8). 144-163.
- Kuyucu, M. (2013b). “Küresel Medya İşletmeciliği: Küresel Medya İşletmelerinde Yönetim Sorunları”. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 21-36.
- Mahçupyan, E. (2015). *Türkiye’yi Anlamak*. Profil Yayıncılık, İstanbul.
- Küçükömer, İ. (2009). *Sivil Toplum Yazıları*. Profil Yayıncılık, İstanbul.
- Makal, A. (1997). *Osmanlı İmparatorluğu’nda Çalışma İlişkileri: 1850-1920*. İmge Kitabevi, Ankara.
- McLuhan, M. (1967). “The Medium Is The Message”, M. G. Durham ve D. M. (Ed). *Media and Cultural Studies.*, Blackwell Publishing, New York, 126-128.
- Mercimek, Ş. (2018). “Bürokratik Vesayet Anlayışına Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’nin Etkisi”. *USOBED Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(2): 131-149.
- Miles, M. B. ve Huberman, A. M. (2015). *Nitel veri analizi*. (Çev. Ed Sadegül Akbaba Altun ve Ali Ersoy). Ankara: Pegem Akademi.
- Mora, N. (2008). “Medya, Toplum ve Haber Kaynağı Olarak Sembolik Seçkinler”. *Uluslararası İnsan bilimleri Dergisi*, (5).
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy Of Communication*. London: Sage.
- Moses, J. W., Knutsen, T. L. (2020). *Bilmenin Yolları Toplumsal ve Siyasal Araştırmalarda Rakip Metodolojiler*. (Çev. K. İlbaşı ve E. B. Ersöz), Küre Yayınları, İstanbul.
- Murdock G. (2005) “*Large corporations and the control of the communications industries*” M. Gurevitch vd. (ED.), *Culture, Society and Media*, Routledge, London and New York.

- Mutlu, E. (2012). *İletişim Sözlüğü*. Sofos Yayıncılık, Ankara
- Narin, B. (2017). *Gazetecilik 2.0 İnternet Gazeteciliğinde Hipermetinselik*. Gece Kitaplığı, Ankara.
- Nikitin, (1990). *Ekonomi Politik*. (Çev. H. Konur), Sol Yayınları, Ankara
- Oğuz, Ş. (2012). “Türkiye’de Kapitalizmin Küreselleşmesi ve Neoliberal Otoriter Devletin İnşası”. *Mesleki ve Sağlık Güvenliği Dergisi*, Cilt12, Sayı 45-46.
- Okçu, D. (2009). “Türk Eğitim Sisteminde Din Öğretiminin Zorunluluğu Sorunu”. *Uluslararası Eğitim Felsefesi Kongre Kitabı*. 6-8 Mart 2009, Ankara, 213-224.
- Omay, U. (2006). *Kültür-Çalışma İlişkileri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Önen S. M. ve Tanyıldızı N. İ., (2010). Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) Yayınlarının Yönetmelik Denetimi: İngiltere Yayın Kurumu (BBC) Bir Model Olabilir Mi?, *Amme İdaresi Dergisi*, Cilt 43 Sayı 3 Eylül 2010, s. 125-152.
- Öniş, Z. (2010). “AKP’nin Ekonomi Politikası”. M. Hakan Yavuz (Ed.). *AKP Toplumsal Değişimin Yeni Aktörleri*. İstanbul: Kitap Yayınevi, 259-282.
- Önsoy, M. (2016). *Türk - Alman İlişkilerinin Son On Yılı*. Mavi Elma Türkiye Avrupa İlişkileri, Gazi Kitabevi. Ankara.
- Özçağlayan, M . (2014). “Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Gelişimi”. *Selçuk İletişim*, 1 (2) , 41-52.
- Özçınar, S. (2013). “Tarihsel Materyalizm’de Diyalektik ve Belirlenimcilik”. *ETHOS Hakemli Elektronik Dergi*, Sayı 6 (2) , 93-116.
- Özkorkut, N. Ü. (2002). “Basın Özgürlüğü ve Osmanlı Devleti’ndeki Görünümü”. *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 51(3): 65-84.
- Özokçu E. S. (2011). *Görsel-İşitsel Medyada Sahiplik*. Yayımlanmış Uzmanlık Tezi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Özsever, A. (2004). *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci*. İmge Kitabevi, Ankara
- Öztunç, Ö. Ü. M., Candan, F., & Eroğlu, E. (2020). “Türk Medya Sektöründe Çalışma İlişkileri: Çalışanların Hakları ve Sorunları”. *İletişim Çalışmaları*, 191.
- Öztürk A. (2010). “Özne-Nesne Diyalektiğinde Gramsci Durağı: Praxis Felsefesi Nereye”, *Günümüzde Yeni Siyasal Yaklaşımlar*, Halil Onur İnce (drl). Doğu-Batı Yayınları, 255-301.
- Patton, M. Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. (Çev. E. Bukova Güzel ve H. Demircioğlu), Pegem Akademi, Ankara.
- Portelli H., (1982). *Gramsci ve Tarihsel Blok*. (Çev. K. Somer), Savaş Yayınları, Ankara.

- Rees, E. A., (2004). "Leader Cults: Varieties, Preconditions and Functions. In The Leader Cult in Communist Dictatorships". London: Palgrave Macmillan, 3-26.
- Sabuncu, M. "Nereden baksan skandal", 14. 07. 2015, *Cumhuriyet Gazetesi*, <https://www.cumhuriyet.com.tr/yazarlar/murat-sabuncu/nereden-baksan-skandal-322290> (erişim tarihi: 01. 08. 2021).
- Sart, G. (2017). "Nitel Araştırma Teknikleri". F. N. Seggie ve Y. Bayyurt (Ed.). *Nitel Araştırma Yöntem, Teknik ve Yaklaşımları*. Anı Yayıncılık, Ankara.
- Savran S. (2014). "İslamcılık, AKP, Burjuvazinin İç Savaşı", *Neoliberalizm, İslamcı Sermayenin Yükselişi ve AKP*. N. Balkan, E. Balkan, A. Öncü (drl). Yordam Kitap, İstanbul.
- Savut, E. (2018) "Merkez-Çevre Paradigması Bağlamında Adalet ve Kalkınma Partisi İktidarının Yargı ve Yükseköğretim Bürokrasisi ile İlişkileri". *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10 (26), 944-966.
- Scolari, C. A., (2009), "Mapping Conversations About New Media: The Theoretical Field of Digital Communication". Ed: D. Park, N. Jankowski, S. Jones (Ed.), *New Media & Society*, Sage Publications, Los Angeles. 943-964.
- Sen, A. (1999). Democracy as a Universal Value, *Journal of Democracy*, Johns Hopkins University Press, Volume 10, Number 3.
- Sevinç, M. (2002). "Güncel Gelişmelerin Işığında, 1982 Anayasasına Göre Cumhurbaşkanı". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 57 (02), 109-137.
- Sezgin, Ş. (2014). "Piyasa Ekonomisinin Şartları ve Özelleştirme". *Akademik İncelemeler Dergisi*, 5 (2) , 154-171
- Söğütlü, İ. (2010). "Cumhuriyet Türkiye'sinde Modernleşme ve Bürokratik Vesayet". *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (19): 49-68.
- Sönmez M. (2010). *Medyada İstanbul İktidarı*, Mülkiye Cilt: XXXIV Sayı:269.
- Sözeri C. (2015). "Türkiye'de Medya-İktidar İlişkileri Sorunlar ve Öneriler". *İstanbul Enstitüsü Yayınları*, İstanbul.
- Şeker T. ve Uzun B. (2018). "Ciner Grubunun Ekonomi Politikası". *İNİF E- Dergi*. 3(2), 107-129.
- Şenel, B. (2019). *Gündem Belirleme Ve Propaganda Aracı Olarak Medyanın Kullanımı: Genç Parti/Cem Uzan Ve Star Gazetesi Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Şener, N., (2004). *Uzanlar Bir Korku İmparatorluğunun Çöküşü*. Güncel Yayıncılık, İstanbul.

- Thomas P. D. (2013). *Gramsci Çağı Felsefe Hegemonya Marksizm*. (Çev. İ Akçay ve E. Ekici), Dipnot Yayınları, Ankara.
- Toker İ., Özcan C. (2017) Laiklik ve sekülerleşme Bağlamında İmam hatip Liselerinin Dünü, Bugünü, Yarını, *Eskiyeni* (35), 33-50.
- Tokgöz O. (1992). *Medyada Birikim, Tekelleşme ve Sorunları*. Ankara Üniversitesi BYYO Yıllığı Şevket Evliyagil'e Armağan, Ankara.
- Topuz, H. (2016). *Türk Basın Tarihi*. Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Turan, B. (2015). *Neoliberalizm. AKP ve Kamu Alımları Düzeni: 4734 Sayılı İhale Kanunu Üzerinde Bir İnceleme*, Yayınlanmış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Türk, H. B. (2007). *Genç Partiyi Anlamak: Parti, Lider ve Kitle Üzerine Bir Çalışma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Türkiye Gazeteciler Sendikası. (2020). 2019-2020 Türkiye Basın Özgürlüğü Raporu. TGS. İstanbul.
- Uluç, A. V. (2014). "Liberal-Muhafazakâr Siyaset ve Turgut Özal'ın Siyasi Düşüncesi". *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 12(23), 107-140.
- Uzun, B. (2017). *Ciner Grubunun Ekonomi Politik Yapısı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Uzun, R. (2014). "Medya-siyaset ilişkileri: Türkiye'de savunucu gazetecilik olgusunun incelenmesi". *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (39), 129-147.
- Ünlü, Ş. (2018). *Türkiye'de Laiklik Anlayışı Üzerine Eleştirel Bir İnceleme: Anayasa Mahkemesi Kararlarında Laiklik*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ardahan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ardahan.
- Vardal, Z. B. (2015). Yeni medya ve etik. *International Multilingual Academic Journal*, 2(1). Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi.
- Voltmer, K. (2008). "Comparing media systems in new democracies: East meets South meets West". *Central European Journal Of Communication*. <https://www.researchgate.net/publication/238733427>. 03.05.2020.
- Wasko J. (2006). "Hollywood'daki 'Yeni' Teknolojiler Hakkında Bu Kadar 'Yeni' Olan Nedir? İletişimin Ekonomi Politikası Üzerine Bir İncelemenin Bir Örneği". L. Yaylagül (drl). *Kitle İletişimin Ekonomi Politikası*, Dalbaz Yayıncılık, Ankara, 187-211.
- Wojnar, D. M., & Swanson, K. M. (2007). "Phenomenology: an exploration". *Journal of holistic nursing*, 25(3), 172-180.

- Yalçıntaş A., Akkaya B. (2019). “Türkiye’de Akademik Enflasyon: ‘Her İle Bir Üniversite Politikası’ Sonrasında Türk Yükseköğrenim Sistemi”. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, Cilt 74, No. 3: 789 – 810.
- Yankaya, D. (2018). “Cultural Action” as Mode of Domination: Islamic Businessmen’s International Trade Fair and Configurations of Turkey’s Cultural Model. In *Turkish Cultural Policies in a Global World* (pp. 153-177). Palgrave Macmillan, Cham.
- Yaylagül L., (2019). “Eleştirel Ekonomi Politik Bakış Açısından Medyada Tekelleşme Sorunu”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* - Sayı 48 / Bahar, 404-418.
- Yaylagül, L. (2019). “Bilgisayar ve İnternetin Ekonomi Politikası”. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 4(7).
- Yaylagül, L. (2019). “Eleştirel Ekonomi Politik Bakış Açısından Medyada Tekelleşme Sorunu”. *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (48).
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yıldırım, H. (2018). “Kamu İhale Kanunu’nun 21’inci Maddesinin (B) Bendinde Yapılan Düzenlemenin Değerlendirilmesi”. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, (12).
- Yıldız, F. (2014). “Türk Anayasal Tarihi Çerçevesinde Basın Özgürlüğü Üzerine Bir İnceleme”. *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, 0 (4) , 430-458 .
- Yılmaz, A., Güler T. (2016). “AK Parti Hükümetleri Döneminde Siyaset ve Bürokrasi Arasındaki Güç Mücadelesinin Devlet Planlama Teşkilatı üzerinden Okunması”. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* – 14 (2): 294-316.
- Yılmaz, B. B., (2013). *Türkiye’de İş Dünyası ve Siyaset İlişkisi: TÜSİAD-AKP Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Zileli, G. (2013). “AKP’nin Yedek Gücü: Muhafazakâr Liberalizm”, *AKP, “İlmli İslam”*, *Neoliberalizm*, F. Başkaya (Ed). Ütopya Yayınevi, Ankara.

İnternet Kaynakları

- “AK Parti 2002 Seçim Beyannamesi” <https://www.akparti.org.tr/media/318780/3-kasim-2002-genel-secimleri-secim-beyannamesi-sayfalar.pdf>. (erişim tarihi: 25. 01. 2021.)
- “Avrupa Komisyonu, Türkiye 2006 İlerleme Raporu” 08. 11. 2006 <https://ab.gov.tr/304.html> (erişim tarihi: 18. 02. 2021).

- “Basın Mesleğinde Çalışanlarla Çalıştıranlar Arasındaki Münasebetlerin Tanzimi Hakkında Kanun. (13. 06. 1952). Resmi Gazete (Sayı: 8140). Erişim Adresi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.5953.pdf> (Erişim Tarihi: 18. 10. 2021).
- “BBC”, <https://www.bbc.com/turkce/kurumsal-36765777> (erişim tarihi: 29. 08. 2021)
- “Biz Kimiz, Amerika’nın Sesi, <https://www.amerikaninsesi.com/p/3781.html>
- “Capital Radio” Türkiye https://tr.wikipedia.org/wiki/Capital_Radio_T%C3%BCrkiye. (erişim tarihi: 26. 06. 2021).
- “Ciner Grubu”, <https://www.cinergroup.com.tr/hakkimizda> (erişim tarihi: 21. 08. 2021).
- “Ciner Medya Grubu”, <https://www.cinergroup.com.tr/medya> (erişim tarihi: 24. 08. 2021).
- “Ciner, ATV ve Sabah’ı aldı” <https://www.cinergroup.com.tr/haberler/haber/1272891-ciner-atv-ve-sabahi-aldi> (erişim tarihi: 21. 08. 2021).
- “Çalık Holding. (2018). 2018 Faaliyet Raporu”, Çalık Holding, İstanbul. file:///C:/Users/G%C3%B6n%C3%BCl/Downloads/2018%20%C3%87al%C4%B1k%20Holding%20Faaliyet%20Raporu%20(1).PDF.
- “Çukurova Grubu”, <http://www.cukurova.com.tr/tr/kisaca.html> (erişim tarihi: 29. 07. 2021).
- “Çukurova Holding” https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87ukurova_Holding#Televizyon (erişim tarihi: 30. 07. 2021).
- “Çukurova Holding”, https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%87ukurova_Holding#Gazete (erişim tarihi: 30. 07. 2021).
- “Demirören Holding”, <https://www.demiroren.com.tr/> (erişim tarihi: 05. 08. 2021).
- “Dinç Bilgin”, https://tr.wikipedia.org/wiki/Din%C3%A7_Bilgin (erişim tarihi: 28. 07. 2021).
- “Doğan Gazetecilik 2012 Faaliyet Raporu” <http://www.demirorengazetecilik.com.tr/media/DocumentFile/content/79ecc1fa-973f-4c90-aebd-6cecdaa3ac8d.pdf> (erişim tarihi: 05. 08. 2021).
- “Doğan Holding”, <https://www.doganholding.com.tr/kurumsal/tarihcemiz/>. (erişim tarihi: 13. 05. 2021).
- “Doğan Yayın Holding”, https://tr.wikipedia.org/wiki/Do%C4%9Fan_Yay%C4%B1n_Holding. (erişim tarihi: 13. 05. 2021).
- “Doğrudan veya Dolaylı Bağlı Ortaklıklar Hisse Satışı Hk. - Hürriyet & Doğan Gazetecilik”, <https://www.doganholding.com.tr/yatirimci-iliskileri/ozel-durum-aciklamalari/dogrudan-veya-dolayli-bagli-ortakliklar-hisse-satisi-hk-hurriyet-dogan-gazetecilik/>. (erişim tarihi: 17. 05. 2021).
- “Doğuş Grubu”, <https://www.dogusgrubu.com.tr/tr/hakkimizda> (erişim tarihi: 15. 06. 2021).

- “Doğuş Grubu”, <https://www.dogusgrubu.com.tr/tr/sectorler>. (erişim tarihi: 29. 06. 2021).
- “İhlas Holding”, <https://www.ihlas.com.tr/> (erişim tarihi: 01. 08. 2021).
- “İşsizlik Ve Sansürün Kıskacında Gazetecilik”, Türkiye Yazarlar Sendikası, Kış 2020, Sayı 35. <http://tgc.org.tr/aciklamalar/2376-%E2%80%9Ci%C5%9Fssizlik-ve-sans%C3%BCr%C3%BCn-k%C4%B1skac%C4%B1nda-gazetecilik%E2%80%9D-konu%C5%9Fulacak-2.html>. (erişim tarihi: 23. 12. 2021).
- “Kalyon Holding”, <https://kalyonholding.com/Anasayfa> (erişim tarihi: 13. 08. 2021).
- “Kamu İşletmeciliği Özel İhtisas Komisyon Raporu”, (2014-2018), T.C. Kalkınma Bakanlığı, https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/10/10_KamuIsletmeciligi.pdf (erişim tarihi: 02. 09. 2020).
- “Kamu Yayıncılığı TRT Komisyonu Raporu”, *BİANET*, 24. 02. 2003, <https://m.bianet.org/bianet/medya/16830-kamu-yayinciligi-ve-trt-komisyonu-raporu> (erişim tarihi: 22. 10. 2020).
- “Kral TV”, https://tr.wikipedia.org/wiki/Kral_TV (erişim tarihi: 03. 07. 2021).
- “Medya Hizmet Sağlayıcılar” <https://www.rtuk.gov.tr/medya-hizmet-saglayicilar/3747/1994/uydu-yayin-lisansli-olan-kuruluslar-listesi-rd-ve-tv-olarak.html> (erişim tarihi: 02. 03. 2021)
- “Mission and Values”, VOA, <https://www.insidevoa.com/p/5831.html>, (erişim tarihi: 29. 08. 2021).
- “Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun”, (2006), Resmi Gazete, 26249, 4 Ağustos 2006. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6112.pdf>.
- “Recep Tayyip Erdoğan, Uluslararası Muhafazakârlık ve Demokrasi Sempozyumu (açılış konuşması)”, <http://www.akparti.org.tr/media/272223/uluslararasi-muhafazakarlik-ve-demokrasi-sempozyumu.pdf> (erişim tarihi: 05. 01. 2020).
- “Silahların Bırakılarak Betona Gömülmesi Lazım” T.C. Cumhurbaşkanlığı, 22.09.2015. <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/35412/cumhurbaskani-erdogan-kanal-7-ulke-tv-ortak-yayinina-katildi>. (erişim tarihi: 28. 05. 2021).
- “Star TV”, https://tr.wikipedia.org/wiki/Star_TV (erişim tarihi: 03. 07. 2021).
- “Turkuvaz Medya”, <https://www.tmgrup.com.tr/> (erişim tarihi: 28. 0. 2021).
- “Türkçe Yayın Yapan Yabancı Medya Kuruluşları”, <https://gazeteapp.com/haber-siteleri/turkce-yayin-yapan-yabanci-medya-kuruluslari/> (erişim tarihi: 29. 08. 2021).
- “Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi”. <https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/t%C3%BCrkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html> (erişim tarihi: 18. 10. 2021).

“Türkmedya” <https://www.turkmedya.com.tr/>“Yaysat”, <http://www.yaysat.com.tr/> (erişim tarihi: 14. 05. 2021).

2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimleri TRT İzleme Çalışması”, 31 Mayıs – 14 Haziran, <https://www.seffaflik.org/2018-cumhurbaşkanligi-ve-milletvekili-secimleri-trt-izleme-calismasi/> (erişim tarihi: 15. 11. 2020)

Amerikanın Sesi, “Hakkımızda”. <https://www.amerikaninsesi.com/p/3781.html> (erişim tarihi: 29. 08. 2021).

Blomberg HT, “hakkımızda” https://tr.wikipedia.org/wiki/Bloomberg_HT (erişim tarihi: 29. 08. 2021).

Doğan Burda <https://www.doganburda.com/Default.aspx>. (erişim tarihi: 13. 05. 2021).

http://www.vehbikocsergisi.com/dw/1950_1960_3.html (erişim tarihi: 25. 01. 2021.)

<https://www.visualcapitalist.com/map-facebook-path-social-network-domination/> (erişim tarihi: 25. 03. 2021).

Sputnik Türkiye, “Hakkımızda” <https://tr.sputniknews.com/docs/about/hakkimizda.html> (erişim tarihi: 29. 08. 2021).

Süleyman Okan, Yankı Odası Etkisi ve Ölçümlenemeyen İnternet, 15. 10. 2012. <https://sosyalmedya.co/olculemeyen-internet/> (erişim tarihi: 25. 03. 2021)

Tanyılmaz, K. “Türkiye burjuvazisinde derin çatlak” <http://www.devrimcimarksizm.net/sites/default/files/kurtar-tanyilmaz-burjuvazinin-ic-catismasin-sinif-temelleri.pdf>. (erişim tarihi: 20. 09. 2020)

Tmsf “Hakkımızda”, <https://www.tmsf.org.tr/tr/Tmsf/Info/tarihce.tr> (erişim tarihi: 27. 01. 2021.)

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, (1982), Resmi Gazete, 17863. 18. 10. 1982. https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=2709&MevzuatTur=1&MevzuatTe_rtip=5 (erişim tarihi: 17.02.2021).

Virgin Radio (Türkiye) [https://tr.wikipedia.org/wiki/Virgin_Radio_\(T%C3%BCrkiye\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Virgin_Radio_(T%C3%BCrkiye)). (erişim tarihi: 26. 06. 2021).

Wallach, O., “Mapped: Facebook’s Path to Social Network Domination (2008-2020)” (erişim tarihi: 27. 08. 2021).

Gazete Haberleri

“10 yılda 92 üniversite açıldı”, *Dünya Gazetesi*, 17. 10. 2012. <https://www.dunya.com/egitim/10-yilda-92-universite-acildi-haberi-188507#:~:text=2002%20y%C4%B1l%C4%B1nda%2076%20olan%20T%C3%BCrkiye'deki%20%C3%BCniversite%20say%C4%B1s%C4%B1n%C4%B1n%20bug%C3>

- [%BCn%20168,say%C4%B1s%C4%B1na%20paralel%20bir%20art%C4%B1%C5%9F%20g%C3%B6zlenmektedir.](#) (erişim tarihi: 25. 01. 2021.)
- “34 gazeteci ve medya çalışanı cezaevinde” Türkiye Gazeteciler Sendikası, <https://tgs.org.tr/cezaevindeki-gazeteciler/> (erişim tarihi: 05. 07. 2021).
- “4 soruda Türkiye’nin en büyük medya grubu olan Demirören Holding”, *BBC*, 08. 06. 2018. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-43501280>. (erişim tarihi: 12. 05. 2021).
- “Akşam’da Küçükkaya gitti, Ocaktan geldi”, *Hürriyet Gazetesi*, 24, 06. 2013, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/aksamda-kucukkaya-gitti-ocaktan-geldi-23573388> (erişim tarihi: 30. 07. 2021).
- “Ananas Group” Takvim Gazetesi, 17. 01. 2014.
- “Arap Baharı ve göz ardı edilen sonuçları.” *ALjazeera*, 25. 01. 2016. <http://www.aljazeera.com.tr/gorus/arak-bahari-ve-goz-ardi-edilen-sonuclari>
- “Aydın Doğan, Doğan Medya’ya veda etti”, *Hürriyet Gazetesi*, 06. 04. 2018, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/aydin-dogan-dogan-medyaya-veda-etti-40797098> (erişim tarihi: 17. 05. 2021).
- “Basın kartı yenilenmeyen gazeteciler İletişim Başkanlığı’nın “milli” gazeteci arayışını değerlendiriyor”, Medya ve Hukuk Çalışmaları Derneği, 02. 07. 2021. <https://www.mlsaturkey.com/tr/basin-karti-yenilenmeyen-gazeteciler-iletisim-baskanliginin-milli-gazeteci-arayisini-degerlendiriyor/>.
- “BMC yine yandaşa...’Fiyat artır’ diye yalvardılar”, *Cumhuriyet Gazetesi*, 30. 04. 2014, <https://www.cumhuriyet.com.tr/haber/bmc-yine-yandasafiyat-artir-diye-yalvardilar-66555> (erişim tarihi: 01. 08. 2021)
- “Bu bir veda yazısı değildir”, *Habertürk Gazetesi*, 29. 03. 2014. <https://www.haberturk.com/yazarlar/fatih-altayli-1001/934066-bu-bir-veda-yazisi-degidir> (erişim tarihi: 25. 08. 2021)
- “Cemaat-hükümet savaşı üzerine sıkça sorulan sorular”, Ruşen Çakır, *Vatan Gazetesi*, 11. 01. 2014. <http://rusencakir.com/Cemaat-hukumet-savasi-uzerine-sikca-sorulan-sorular/2397> . (erişim tarihi: 28. 12. 2020).
- “CHP'nin 'ihlaszede' kanun teklifi AKP ve MHP oylarıyla reddedildi” *T24*, 06. 02. 2019, <https://t24.com.tr/haber/chp-nin-ihlaszede-yasa-tasarisi-akp-ve-mhp-oylariyla-reddedildi,807152> (erişim tarihi: 02. 08. 2021).
- “CNBC-e bugün kapanıyor”, *Hürriyet Gazetesi*, 05. 11. 2015. <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/cnbc-e-bugun-kapaniyor-40010193> (erişim tarihi: 29. 08. 2021).

- “CNBC-e Resmen Discovery Medyaya satıldı” *Hürriyet Gazetesi*, 10. 09. 2015. <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/cnbc-e-resmen-discovery-medyaya-satildi-30038966>. (erişim tarihi: 19. 05. 2021).
- “Çukurova grubu nerede hata yaptı”, *Capital Dergi*”, 01. 09. 2002. <https://www.capital.com.tr/capital-dergi/capitalde-bu-ay/cukurova-grubu-nerede-hata-yapti>. (erişim tarihi: 01. 08. 2021).
- “Demirören İddaa İhalesini Aldı, TFF Başkanlığı’ndan İstifa Etti”, *Bianet*, 28. 02. 2019. <https://m.bianet.org/bianet/spor/205958-demiroren-iddaa-ihalesini-aldi-tff-baskanligi-ndan-istifa-etti>. (erişim tarihi: 10. 08. 2021).
- “Demirören'in Ziraat Bankası'na ipotek ettirdiği arazilerin imar planı iptal edildi”, *Evrensel Gazetesi*, 09. 06. 2021, <https://www.evrensel.net/haber/434974/demirorenin-ziraat-bankasina-ipotek-ettirdigi-arazilerin-imar-planı-iptal-edildi>. (erişim tarihi: 10. 08. 2021).
- “Digitürk kime satıldı” *Oda TV*, 03. 06. 2016, <https://odatv4.com/digiturk-kime-satildi-0306161200.html> (erişim tarihi: 01. 08. 2021).
- “Digitürk resmen satıldı”, *Sabah Gazetesi*, 03. 06. 2016, <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/2016/06/03/digiturk-resmen-satildi> (erişim tarihi: 01. 08. 2021).
- “Doğan 940 milyona anlaştı 5 milyarlık borcunu sildi” *Habertürk*, 18. 05. 2011, <https://www.haberturk.com/ekonomi/para/haber/631766-dogan-940-milyona-anlasti-5-milyarlik-borcunu-sildi>. (erişim tarihi: 17. 05. 2021).
- “Doğan Ertuğrul: Star'da Başbakan rahatsız olur diye Gül sansürlendi, Cem Yılmaz'a yasak tartışıldı!”, *T24*, 05. 05. 2014, <https://t24.com.tr/haber/dogan-ertugrul-starda-basbakan-rahatsiz-olur-diye-gul-sansurlendi-cem-yilmaza-yasak-tartisildi,257586> (erişim tarihi: 25. 08. 2021).
- “Doğan Grubu'na vergi incelemesi” *The Wall Street Journal*, 22. 08. 2014, <https://www.wsj.com/articles/dogan-grubuna-vergi-incelemesi-1408718771>. (erişim tarihi: 19. 05. 2021).
- “Doğan Medya 916 milyon dolara satıldı”, *Sözcü Gazetesi*, 06. 04. 2018. <https://www.sozcu.com.tr/2018/ekonomi/dogan-medya-916-milyon-dolara-satildi-2335013/>. (erişim tarihi: 14. 05. 2021).
- “Doğan Medya’nın Demirören’e Satış Devri Tamamlandı”, *Hürriyet Gazetesi*, 17. 05. 2018. <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/dogan-medyanin-demirorene-satis-ve-devri-tamamlandi-40839268> (erişim tarihi: 10. 04. 2021).

- “Doğan Yayın’a rekor ceza”, *NTV*, 08. 09. 2009. <https://www.ntv.com.tr/ekonomi/dogan-yayina-rekor-ceza,r0A-Y0xgKU-4h9mY2gzUBg>. (erişim tarihi: 17. 05. 2021).
- “Doğuş Holding, geçen yıl yapılandığı borcun geri ödemeleri için kredi arayışında”, *Independent Türkçe*, 07. 10. 2020. <https://www.indyurk.com/node/254946/ekonomi%CC%87/do%C4%9Fu%C5%9F-holding-ge%C3%A7en-y%C4%B1-yap%C4%B1land%C4%B1rd%C4%B1%C4%9F%C4%B1-borcun-geri-%C3%B6demeleri-i%C3%A7in-kredi>. (erişim tarihi: 06. 12. 2021)
- “Ecevit’e Yazar Kasa Attılar”, *Hürriyet Gazetesi*, 05. 04. 2001. <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/ecevite-yazarkasa-attilar-39235859> (erişim tarihi: 11. 01. 2021).
- “Erdoğan: Bürokrasi gücünü acımasızca kullanıyor”, *Hürriyet Gazetesi*, 06. 04. 2006, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/erdogan-burokrasi-gucunu-acimasizca-kullaniyor-4211419> (erişim tarihi: 19. 01. 2021)
- “Erdoğan: Bürokratik oligarşi bizi parmağında oynatıyor”, *Hürriyet Gazetesi*, 08. 06. 2003, <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/erdogan-burokratik-oligarsi-bizi-parmaginda-oynatiyor-151834>. (erişim tarihi: 19.01.2021).
- “Erdoğan: Değerli TL kriz çıkarmaz”, *Hürriyet Gazetesi*, 11. 06. 2003, https://bigpara.hurriyet.com.tr/haberler/ekonomi-haberleri/erdogan-degerli-tl-kriz-cikarmaz_ID457752/ (erişim tarihi: 19. 01. 2021)
- “Erdoğan'dan kritik 28 Şubat açıklaması: Sivil kanadına hiç dokunulmadı”, *Akit Gazetesi*, 01. 03. 2018. <https://www.yeniakit.com.tr/haber/erdogandan-kritik-28-subat-aciklamasi-sivil-kanadina-hic-dokunulmadi-429671.html> (erişim tarihi: 10. 04. 2021).
- “Ertürk: Kamu malını yüksek fiyattan sattığım için cezalandırılıyorum” *Hürriyet*, 14. 11. 2008. <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/erturk-kamu-malini-yuksekiyata-sattigim-icin-cezalendiriliyorum-10354595> (erişim tarihi: 19. 08. 2021).
- “Ethem Sancak'ın Es Medya Grubu'nu kime sattığı belli oldu” *Sputnik News*, 17. 08. 2017. <https://tr.sputniknews.com/20170817/ethem-sancak-es-medya-kime-satti-1029737827.html>. (erişim tarihi: 29. 08. 2021).
- “Gizli Sözleşme Ortaya Çıktı”, *Hürriyet Gazetesi*, 01. 04. 2007 <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/gizli-sozlesme-ortaya-cikti-6249406> (erişim tarihi: 30. 07. 2021).

- “Habertürk gazetesi cuma kapanıyor (Yazılı basın, dijitale yeniliyor), *NTV*, 02. 07. 2018, <https://www.ntv.com.tr/ekonomi/haberturk-gazetesi-kapaniyor-cuma-son-un,NVcwzAGHQEmRWtvB4VXqqQ> (erişim tarihi: 22. 08. 2021).
- “Hepimizin Paşa’sı Vardı”, *Türkiye Gazetesi*, 08. 05. 2013 <https://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/40101.aspx> (erişim tarihi: 22. 10. 2021).
- “How To Escape Your Political Bubble For a Clear View”, *New York Times*. 03. 03. 2017. <https://www.nytimes.com/2017/03/03/arts/the-battle-over-your-political-bubble.html>.
- “Hürriyet ve Erdoğan’ın 400 vekil sözü” *Hürriyet Gazetesi*, 08. 09. 2015, <https://www.hurriyet.com.tr/hurriyet-ve-erdogan-in-400-vekil-sozu-30019972>. (erişim tarihi: 25. 05. 2021).
- “Hürriyet'te 20 gazetecinin işine tebligatla son verildi.” *Deutsche Welle*, 30. 10. 2019. <https://www.dw.com/tr/h%C3%BCrriyette-20-gazetecinin-i%C5%9Fine-tebligatla-son-verildi/a-51055866>. (erişim tarihi: 23. 12. 2021).
- “İhlaszedeler 15 yıldır bekliyor”, *Habererk*, 04. 01. 2021. <https://www.habererk.com/genel/ihlaszedeler-15-yildir-bekliyor-h140511.html> (erişim tarihi: 02. 08. 2021).
- “İMC TV de kapatıldı, *BBC*, 30. 09. 2016, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-37517516> (erişim tarihi: 13. 04. 2021)
- “İşte Hürriyet’e saldırının öyküsü, *Türkiye Gündemi*, 19. 05. 2021, <http://www.turkiyegundemi.com/haber/iste-hurriyete-saldirinin-oykusu/68466>. (erişim tarihi: 25. 05. 2021).
- “Kapatma Ekonomiyi sarsacak” İhlas Haber Ajansı. 21. 07. 2008. <https://www.iha.com.tr/haber-kapatma-ekonomiyi-sarsacak-29165/> (erişim tarihi: 22. 11. 2020).
- “Küçülme kararı almıştı; Demirören Medya Grubu 32 kişiyi işten çıkardı”, *T24*, 16. 10. 2018. <https://t24.com.tr/haber/kuculme-karari-almisti-demiroren-medya-grubu-32-kisiyi-isten-cikardi,724133> (erişim tarihi: 21. 12. 2021).
- “Milliyet ve Vatan Satıldı”, *Hürriyet Gazetesi*, 20. 04. 2011, <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/milliyet-ve-vatan-satildi-17597653> (erişim tarihi: 10. 04. 2021).
- “Murat Yetkin: Mesleğimi yapabilmek için işi bıraktım.” *Journo*, 18. 12. 2018. <https://journos.com.tr/murat-yetkin-meslegimi-yapabilmek-icin-isi-biraktim> (Erişim tarihi: 23. 12. 2021)

- “NTV Spor satıldı, çalışanlar ne olacak?” *Patronlar Dünyası*, 26. 01. 2018, <https://www.patronlardunyasi.com/haber/NTV-Spor-satildi-calisanlar-ne-olacak/201039>. (erişim tarihi: 26. 06. 2021).
- “Öğretim üyeleri türban için imza topluyor”, *CNN Türk*, 01. 02. 2008, <https://www.cnnturk.com/2008/turkiye/02/01/ogretim.uyeleri.turban.icin.imza.topluyor/424907.0/index.html> (erişim tarihi: 02. 02. 2021)
- “RTÜK’ten flaş karar: O kanalların lisansı iptal edildi” *Hürriyet Gazetesi*, 19. 07. 2016, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/rtukten-flas-karar-o-kanalların-lisansı-iptal-edildi-40154575> (erişim tarihi: 13. 04. 2021)
- “Sabah ve ATV satıldı”, *Yeni Şafak Gazetesi*, 30. 11. 2000, <https://www.yenisafak.com/arsiv/2000/kasim/30/g3.html>. (erişim tarihi: 28. 0. 2021).
- “Show TV’nin Ciner’e Satışı İptal”, *Patronlar Dünyası*, 28. 05. 2014. <https://www.patronlardunyasi.com/haber/Show-TV-nin-Ciner-e-satısı-iptal/157935> (erişim tarihi: 25. 08. 2021).
- “TGS: ‘İstifa eden, istifaya zorlanan ve zorunlu izne çıkarılan gazeteciler...’ sendika.org, 23. 07. 2021. <https://sendika.org/2013/07/tgs-istifa-eden-istifaya-zorlanan-ve-zorunlu-izne-cikarilan-gazeteciler-131403/> (erişim tarihi: 24. 12. 2021).
- “TMSF ATV ve Sabah’a El Koydu”, *Hürriyet Gazetesi*, 02. 04. 2007. <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/tmsf-atv-ve-sabaha-el-koydu-6248828>. (erişim tarihi: 21. 08. 2021).
- “TMSF eski Başkanı Ertürk: İhlas’taki durum hortumlamadır!”, *Patronlar Dünyası*, 30. 01. 2019. <https://www.patronlardunyasi.com/haber/TMSF-eski-Baskani-Erturk-Ihlas-taki-durum-hortumlamadır/215816>. (erişim tarihi: 11. 08. 2021).
- “TMSF İki Kanalı Satışa Çıkardı”, *Hürriyet Gazetesi*, 14. 09. 2017 <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/tmsf-iki-kanali-satisa-cikardi-40578651> (erişim tarihi: 24. 02. 2021).
- “TMSF Show TV’yi Ciner’e resmen iade etti”, *The Wall Street Journal*, 18. 07. 2014. <https://www.wsj.com/articles/BL-247B-2241> (erişim tarihi: 25. 08. 2021).
- “TMSF’yi harekete geçiren protokol”, *Dünya Bülteni*, 05.04.2007. <https://www.dunyabulteni.net/arsiv/tmsfyi-harekete-geciren-protokol-h11077.html> (erişim tarihi: 22. 08. 2021).
- “TRT’ye Genel müdür aranıyor”, *Radikal Gazetesi*, 29.06.2003, <http://www.radikal.com.tr/radikal2/trtye-genel-mudur-araniyor-870267/>. (erişim tarihi: 16.11.2020).

- “Türkiye Gazetesi bu "Veda"yı reddetti! İşte Balçıcek İlter'in yayınlanmayacak o yazısı!” Medyaradar, 12. 03. 2014. <https://www.medyaradar.com/turkiye-gazetesi-bu-vedayi-reddetti-iste-balcicek-ilterin-yayinlanmayacak-o-yazisi-medyaradarozel-haberi-114790> (erişim tarihi: 24. 12. 2021).
- “TÜSİAD: Parti kapatmak çağdaş demokrasilerde çare olamaz”, *Milliyet Gazetesi*, 16. 03. 2008. <https://www.milliyet.com.tr/siyaset/tusiad-parti-kapatmak-cagdas-demokrasilerde-care-olamaz-505938> (erişim tarihi: 18. 11. 2020)
- “Twitter'dan Süleyman Soylu'nun nefret söylemi içeren tweetlerine kısıtlama” *Birgün Gazetesi*, 02.02.2021. <https://www.birgun.net/haber/twitter-dan-suleyman-soylu-nun-nefret-soylemi-iceren-tweetlerine-kisitlama-332713> (erişim tarihi: 29. 08. 2021).
- “Twitter'ın Türkiye'de kapattığı hesaplarla ilgili raporda neler var?” *BBC*, 12. 06. 2020. <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-53029734>. (erişim tarihi: 29. 08. 2021).
- “Uluğbay'ın İntihar Girişimi”, *Hürriyet Gazetesi*, 07. 07. 1999. <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/ulugbayin-intihar-girisimi-39089847> (erişim tarihi: 11. 01. 2021).
- “Uzan Grubuna el konuldu”, *Hürriyet Gazetesi*, 14. 02. 2004, <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/uzan-grubuna-el-konuldu-202654>. (erişim tarihi: 08. 07. 2021).
- 6356 Sayılı Sendikalar Ve Toplu İş Sözleşmeleri Kanunu Gereğince; İş Kollarındaki İşçi Sayıları Ve Sendikaların Üye Sayılarına İlişkin 2021 Temmuz Ayı İstatistikleri Hakkında Tebliğ (31. 01. 2021). Resmi Gazete: Sayı: 31553. Erişim adresi: <https://www.csgb.gov.tr/media/67207/2021-ocak.pdf>. (Erişim Tarihi: 18. 10. 2021).

EK 1- KATILIMCI BİLGİ FORMU

Bu çalışma, “Türkiye’de Medya Politikaları: 2002-2020 yılları Arasında Değişen Mülkiyet ve Kontrol İlişkilerinin Ekonomi Politikası” başlıklı bir araştırma çalışması olup Türkiye’de 2002 sonrası süreçte medyanın değişen sahiplik yapısını; bu değişimden kaynaklanan mülkiyet ve kontrol ilişkilerini eleştirel ekonomi politik ekseninde detaylı bir şekilde ele alarak ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda Türkiye’de ana akım medya kuruluşlarının değişen sahiplik yapılarının ekonomik, siyasi, ideolojik ve sosyo-kültürel işlevi ve ilişkileri ne şekilde etkilediği; mülkiyet yapılarının gazetecilerin çalışma ilişkileri ve pratiklerine nasıl yansıdığı ve bunları ne derecede etkilediğini ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Çalışma, Gönül ZAIMOĞLU tarafından yürütülmektedir. Çalışmanın, Türkiye’de medyanın dönüşümünün ortaya çıkardığı sorunların ortaya konulabilmesi ve çözüm önerileri getirebilmesi bakımından hem medya çalışmalarına hem de akademik araştırmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

- Bu çalışmaya katılımınız gönüllülük esasına dayanmaktadır.
- Çalışmanın amacı doğrultusunda, sizden veriler toplanacaktır.
- İsmınızı yazmak ya da kimliğinizi açığa çıkaracak bir bilgi vermek zorunda değilsiniz. İzin vermediğiniz takdirde katılımcıların isimleri gizli tutulacaktır.
- Araştırma kapsamında toplanan veriler, sadece bilimsel amaçlar doğrultusunda kullanılacak, araştırmanın amacı dışında ya da bir başka araştırmada kullanılmayacak ve gerekmesi halinde, sizin (yazılı) izniniz olmadan başkalarıyla paylaşılmayacaktır.
- İstemeniz halinde sizden toplanan verileri inceleme hakkınız bulunmaktadır.
- Sizden toplanan veriler bilgisayar ortamında depolama yöntemi ile korunacak ve araştırma bitiminde arşivlenecek veya imha edilecektir.
- Veri toplama sürecinde/süreçlerinde size rahatsızlık verebilecek herhangi bir soru/talep olmayacaktır. Yine de katılımınız sırasında herhangi bir sebepten rahatsızlık hissederseniz çalışmadan istediğiniz zamanda ayrılabilirsiniz. Çalışmadan ayrılmanız durumunda sizden toplanan veriler çalışmadan çıkarılacak ve imha edilecektir.
- Görüşme formu yarı yapılandırılmış görüşme olması bakımından görüş alınan kişilere ve görüşmenin gidişatına göre bağlamın dışına çıkmadan yeni sorular ortaya çıkabilir. Görüşmelerin ortalama 30 dakika süreceği tahmin edilmektedir. Görüşmeler

araştırmada kullanılacağı için sesli kayıt altına alınacaktır. Kayıtlar kesinlikle gizli tutulacaktır.

- Bu katılım formunda yer alan sorular görüşme öncesinde katılımcıya gönderilecektir.
- Katılımcılarla yapılacak görüşmelerin yüz yüze yapılması planlanmaktadır fakat gerek Covid-19 pandemisinin getirdiği koşullar gerekse zaman ve mekan sınırlılıkları söz konusu olduğunda online platformlardan (Skype, Zoom vb.) yapılabilmesi planlanmaktadır.

Gönül ZAIMOĞLU

EK 2- YARI YAPILANDIRILMIŞ GÖRÜŞME FORMU**Görüşme No:****Tarih:****SORULAR****Kişisel Bilgiler****Adı:****Soyadı:****Meslek:****E-posta adresi:****Telefon:**

“İletişim bilgileri kişinin isteğine bağlıdır. Katılımcı istemediği takdirde iletişim bilgilerini saklı tutar.”

A. ARAŞTIRMAYA KATILANLAR HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Kaç yıldır medya sektöründe çalışıyorsunuz?

Kaç farklı medya kuruluşunda çalıştınız?

Hangi medya kuruluşlarında çalıştınız?

B. ARAŞTIRMA SORULARI

1. Gazetecilik mesleğini seçme nedeniniz nedir ve nasıl karar verdiniz? Gazetecilik sizin için nasıl bir anlam ifade ediyor.
2. Medya sektöründe mülkiyet sahiplerinin farklı sektörlerde yatırımlarının olması veya farklı sektörlerde yatırımları olan şirketlerin medya sektörüne girmelerini nasıl değerlendirirsiniz?

3. Yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkışı ile birlikte medya oldukça çeşitlendi. Buna rağmen anaakım medyaya bakıldığında hala büyük çaplı holdinglerin kontrolünde olmasının altında yatan nedenler sizce nelerdir? Medya sadece bir işletme olarak düşünüldüğünde sizce kârlı bir sektör müdür?
4. 2000'li yıllarda medya mülkiyetinde yaşanan dönüşümleri 90'lı yıllardaki dönüşümlerle karşılaştırdığınızda farkı var mıdır? Medya siyaset ilişkileri bağlamında değerlendirebilir misiniz?
5. AK Parti iktidara geldiği 2002 yılından sonra ana akımda mülkiyet dönüşümleri olmasına rağmen (Dinç bilgin, Uzan Grubu, Çukurova grubunun el değiştirmesi gibi) 2007 yılında kadar medyada mülkiyet değişimlerine direkt olarak müdahale etmemiştir. Fakat 2007 sonrasındaki yapılan satışlarda doğrudan veya dolaylı müdahaleler olduğu bilinmektedir. Bunun nedenleri sizce nelerdir?
6. 2007 sonrasında yaşanan mülkiyet değişimlerini Antonio Gramsci'nin hegemonya ve tarihsel blok kavramları çerçevesinde değerlendirebilir misiniz? (Özetle hegemonya kuramı: küçük bir azınlığın; eğitim, sendika, gazete vb. aygıtları kullanarak rıza ürettiğini ve böylece hâkimiyetini sürdürdüğünü iddia etmektedir. Tarihsel blok ise hegemonyanın tesisi ile birlikte sivil toplum ve politik toplumun birbirine eklemlenmesi olarak özetlenebilir). Bu bağlamda değerlendirdiğinizde siyasal iktidarın tarihsel blok olması yolunda medya ne gibi bir rol oynamaktadır?
7. Sizce medyada yaşanan mülkiyet değişimleri meslek pratiklerine nasıl yansımaktadır?
8. Yeni medya ve sosyal medyanın ortaya çıkışı medya sektörünü etkilediğini düşünüyor musunuz? Gazetecilik yapmak için bir medya kuruluşunun çatısı altında çalışma zorunluluğunun görece ortadan kalkması editöryal bağımsızlık konusunda ne derecede etkilidir?

9. Sosyal medyanın iktidarın hegemonya alanının dışında olduğu görüşüne katılıyor musunuz?
10. Yeni medya habercilik alanında çalışanlar için ne gibi olanaklar sunmaktadır.
11. Çalıştığınız süre boyunca iktidar veya farklı bir gücün baskısını hissettiniz mi? Böyle bir baskı hissettiyseniz bu daha çok ne şekilde yapılıyor?
12. Özgür bir şekilde haber yapabiliyor musunuz? Ya da herhangi bir engelleme ile karşılaştığınızda nasıl tavır alıyorsunuz?
13. Haber toplarken, yazarken veya yayınına izin verirken herhangi bir kaygı duyuyor musunuz? Duyuyorsanız bu kaygıların nedeni nedir?
14. Habercilerin iş güvencesi konusundaki varsa kaygılarının çalışma pratiklerine yansımaları nasıl oluyor?
15. Gazetecilik alanında gerek basın özgürlüğü gerekse çalışma ilişkileri konusunda mevcut yasal düzenlemeler sizce yeterli mi? Neler yapılabilir?
16. Son olarak medyada özellikle mülkiyet kaynaklı sorunların giderilmesi adına neler yapılabilir? Bu konudaki önerileriniz nelerdir?

Teşekkürler

EK 3- KATILIMCILAR HAKKINDA EK BİLGİLER

Çalışmaya katılan katılımcılara görüşmeye başlamadan önce çalışmada isimlerinin yer alıp almaması tamamen kendi inisiyatiflerinde olduğu, izin vermedikleri takdirde isimlerine yer verilmeyeceği hatırlatılmıştır. Görüşme sonunda katılımcılara isimlerinin çalışmada yer almasına izin verip vermedikleri tekrar sorulmuştur. Katılımcıların bazıları isimlerinin verilmesine izin verirken bazıları izin vermemiştir. Katılımcılar bu nedenle çalışmada “K” harfi ile kodlanmıştır. İsimlerinin verilmesine izin veren katılımcılar:

	Meslek (unvan)	Öğrenim durumu	Meslekteki kıdemi (Yıl)	Hangi medya kuruluşlarında çalıştığı	Çalıştığı pozisyonlar
K1 Uğur Saray	Gazeteci (Aktif çalışan)	İşletme (Lisans)	15 yıl	Yerel medya	Muhabir, Editör, Yazı işleri
K2 Mehmet Çatakçı	Gazeteci (Aktif çalışan)	Edebiyat (Lisans)	40 yıl	Tercüman Gazetesi, Olay Medya, İnternet Haber, Manşet Gazetesi	Muhabir, Editör, Program Yapımcısı, Köşe Yazarı
K5 Çetiner Çetin	Gazeteci (Aktif çalışan)	Siyaset Bilimi (Lisans)	22 Yıl	NTV, TRT, Yeni Şafak, Habertürk	Muhabir, Köşe Yazarlığı, Yayın koordinatörlüğü
K11 Murat Ataş	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik (Lisans)	26 Yıl	Cumhuriyet, Habertürk	Muhabir, Yazı işleri, haber merkezi editörlükleri, yazı işleri müdürlüğü
K12 Necmi İnce	Gazeteci (Aktif çalışan)	Medya ve İletişim (Yüksek L.)	22 Yıl	Olay Tv, As TV, Manşet Gazetesi, TRT, CNN Türk,	Radyo ve TV Programcısı, Yapımcı, Muhabir, Köşe Yazarı, Yazı İşleri Müdürü
K18 Emre Eser	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik (Lisans)	8 Yıl	Vatan, Dünya gazetesi, AA, Hürriyet, Deutsche Welle	Muhabir, Editör
K19 Bülent Mumay	Gazeteci (Aktif çalışan)	Gazetecilik (Yüksek lisans)	26 Yıl	Doğan Medya, Doğuş Medya, Cumhuriyet, Halk TV, Deutsche Welle	Düzeltilen, Redaktör, Editör, Muhabir, Koordinatör, Haber müdürü, Dijital medya sorumlusu
K20 Felat Bozaslan	Gazeteci (Aktif çalışan)	Lise	26 Yıl	Sabah, İHA, DHA, Deutsche Welle	Muhabir, Bölge temsilcisi, Birim Şefliği

ÖZGEÇMİŞ

Mezun Olduğu Lise	MEB Açık Öğretim Lisesi
Lisans Diploması	Ahmet Yesevi Üniversitesi Gazetecilik Bölümü (2005-20)
Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi Gazetecilik Anabilim Dalı (2014-2016)
Tez/Dönem Projesi Konusu	Hegemonya Ve İdeoloji Bağlamında Basının Rolü: Zaman Gazetesi'nde 17-25 Aralık Öncesi ve Sonrasında Yayımlanan İktidarla İlgili Haberlerdeki Söylem Değişimi Üzerine Bir İnceleme
Doktora Diploması	
Tez/Dönem Projesi Konusu	
Yabancı Diller	İngilizce/İyi, Rusça/Orta, Kazakça/İyi

BİLİMSEL FAALİYETLER

Uluslararası hakemli dergilerde yayımlanan makaleler:

Zaimoğlu, G., (2022). İNTERNET ÇAĞINDA MEDYA EĞİTİMİNİ YENİDEN DÜŞÜNMEK: MEDYA OKURYAZARLIĞI DERSİNİN ÖNEMİ. İletişim ve Sanat, no.5, 46-70.

Zaimoğlu, G., (2022). Moral Panik (Törel Türkü) Kavramı ve Medya: “İsimsizler, Söz ve Savaşçı” Dizi Örnekleri. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi , vol.11, no.1, 357-379.

Zaimoğlu, G., (2017). Küreselleşme ve Neoliberal Politikalar Bağlamında Haber Üretim Süreci. Ulakbilge Sosyal Bilimler Dergisi , vol.5, no.18, 2051-2066

Zaimoğlu, G., (2013). Kamuoyu Oluşum Sürecinde Gazete Haberlerinde Kullanılan Fotoğrafların Rolü. Evrazia Üniveritesi Eğitim Dergisi , no.16, 20-33.

Uluslararası/uluslararası kitaplardaki bölümler:

Şeker, N. T. , & Zaimoğlu, G., (2018). Tüp Mide (Sleeve Gastrektomi) Ameliyatı Haberlerinin Sunumu ve Etik Sorunlar. Akademik Bakış Sağlık Haberciliği (pp.256-278), Konya: Literatürk Yayıncılık.

<p>Uluslararası bilimsel toplantılarda sunulan ve bildiri kitaplarında (proceedings) basılan bildiriler:</p> <p>ZAİMOĞLU, G., "Fotoğrafın Gelişimi Ve Basında Kullanımı," Kazak Memleketlik Kızdar Pedagoji Üniversitesi, Mesleki Eğitimde Sanatın Kültürel Ve Entelektüel Olanakları, Uluslararası Konferans , Kazakistan, pp.56, 0.</p> <p>GÜDEKLİ, İ. A. , ZAİMOĞLU, G., DEMİR, I., & De Faveri, A., (2017). <i>Kültürel Emperyalizm Bağlamında Yeni bir Tüketim Formu: Baby Shower Örneği</i> . Inglobe Innovation and Global Issues In Social Sciences II (pp.344-361). Antalya, Turkey</p>	
<p>İŞ DENEYİMİ</p>	
<p>Projeler</p>	
<p>Çalıştığı Kurumlar</p>	<p>Öğretim Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, Serik Gülsün Süleyman Süral Meslek Yüksek Okulu, Pazarlama Ve Reklamcılık, 2014 - 2017</p> <p>Öğretim Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Myo, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, 2017 - Devam Ediyor</p>