

TÜRK BASIN TARİHİNİN TOPLUMSAL RIZANIN İMALATI MODELİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ ¹

ANALYSIS OF TURKISH PRESS HISTORY IN TERMS OF MANUFACTURING CONSENT MODEL

Dr. Öğretim Üyesi Birsen ÇETİN

Beykent Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Yeni Medya (İngilizce) Bölümü,
birsencetin@beykent.edu.tr

İstanbul / Türkiye

ORCID No: 0000-0002-5161-7559

ÖZET

Noam Chomsky ve Edward S. Herman, toplumsal rızanın imalatını açıklamak amacıyla propaganda modelini ortaya koymuşlardır. Propaganda modeli, ana akım medya kuruluşlarının hükümet ve iş dünyası ile derin bir bağlantı halinde olduğunu ve bu durumun da medya bağımsızlığının önündeki en önemli engelleri ortaya çıkardığını işaret etmektedir. Propaganda modelinin içeriğini ise şu filtreler oluşturmaktadır: Egemen medya şirketlerinin büyüklüğü, sahipliği, kâr amaçlı olmaları; başlıca gelir kaynaklarının reklam olması; haber kaynaklarının yapısı; medyayı disipline etme amaçlı tepki üretimi ve ulusal bir din ile bir denetleme mekanizması olan anti-komünizm. Bu çalışmada Türk basınının tarihsel süreç içerisindeki yapısı, demokrasi ve basın arasındaki ilişkiyi ekonomi politik bir temelle ortaya koymak amacıyla propaganda modeline dayanarak analiz edilmiştir. Söz konusu yaklaşım basının yapısı ve basın özgürlüğü konularının, onun iş dünyası ve siyasetle arasındaki ilişki ağı tartışılmadan açıklanamayacağını göstermektedir. Sonuç olarak, Türk ana akım basın kuruluşlarının tarihsel süreç içerisinde siyaset ve iş dünyası ile arasında, duruma bağlı olarak değişmekle birlikte yakın bağlara sahip olduğu görülmektedir. Propaganda modelinin bu çalışmada kullanılması da sıkça gündeme gelen basın özgürlüğü sorunsalını açıklamak adına yol gösterici bir önem taşımaktadır.

Anahtar Sözcükler: Ana Akım Medya, Hegemonya, Basın Tarihi, Propaganda Modeli, Tekelleşme.

¹ "Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından, 2015 yılında onaylanmış ve yazara ait olan 'Toplumsal Rıza Üretiminde Yazılı Basın Tarafından Psikolojik Savaşın Kullanım Biçimi: Arap Baharı'nda Libya Sorunu' adlı doktora tezi geliştirilerek hazırlanmıştır."

ABSTRACT

Noam Chomsky and Edward S. Herman revealed propaganda model to explain manufacturing consent. Propaganda model indicates that the mainstream press corporations have deep connections with the world of politics and business world; and this situation creates great obstacles against media independence. The content of propaganda model falls under the following headings: The size, concentrated of ownership, profit orientation; advertising as primary income; the structure of new sources; flak as a means of disciplining media; anticommunism as a national religion and control mechanism. In this study, the structure of Turkish press in the historical process is analyzed in the context of propaganda model. This approach shows that the topics of press' structure and freedom of the press can't be explained without evaluating press' relations with the world of politics and business world. Consequently, it is observed that in historical process mainstream Turkish press corporations have had close connections with the world of politics and business world circumstantially. It is important to evaluate propaganda model in this study, as this model carries great importance to explain the problematic of freedom of the press that has becoming a current issue frequently.

Key Words: Mainstream Media, Hegemony, Press History, Propaganda Model, Monopolization.

1. GİRİŞ

Noam Chomsky ve Edward S. Herman'ın ortaya koymuş oldukları rızanın imalatı kavramı medyayı ve medyanın toplumlar üzerindeki etkisini ekonomi politik bir yaklaşımla değerlendirmeyi sağlamak amacıyla, medyanın siyaset, iş dünyası ve üniversitelerle olan bağlarını ortaya koymaktadır. İçinde yaşadığımız çağ, dünyanın küreselleştiği ve dolayısıyla kitle iletişim araçları vasıtasıyla dünyanın farklı coğrafyalarından haber almanın oldukça kolaylaştığı bir çağdır ve kapsamı ne olursa olsun, demokrasi gereksinimini konu edinen söylemlerin sivil toplum, siyaset, iş dünyası ve üniversitelerce sıklıkla dile getirildiği bir dönemi de işaret etmektedir. Böylesi bir süreç içerisinde medyanın önemi de yadsınamayacak kadar büyüktür elbette. Ancak bu süreç medyanın demokrasinin gelişimine katkı sağlamayı amaçlayan temel rolünün zayıfladığı ve hatta neredeyse yok olmaya yaklaştığı bir dönemi de anlatmaktadır. Ana akım medyanın sessiz yığınların sesi olma misyonunu gerilerde bırakarak siyaset ve iş dünyasının çıkarları doğrultusunda kendisine yeni görevler edindiği gerçeği, medyanın sorgulanmasını gerekli ve hatta elzem kılmaktadır. Chomsky ve Herman'ın propaganda modeli, bu amaçla ana akım medyanın yapısını, ayrıca medya ve demokrasi ilişkisini ekonomi politik bakış açısıyla irdelemektedir. Medyanın sahiplik yapısı ve arka plandaki ilişkilerin durumunu Amerika Birleşik Devletleri özelinde araştıran ve ortaya koyan düşünürler, aslında medyanın hiç de bağımsız olmadığını, hatta mevcut sistemin devamına hizmet ettiğini detaylı bir biçimde özetlemiştir. Üstelik sistemin devamı da toplumun kendi desteğiyle

sağlanmaktadır. Çünkü medya kurumları, demokrasi söylemlerinin getirdiği özgürlük algısıyla birlikte topluları, siyaset ve iş dünyasının istediği yönde ikna edebilme gücüne sahiptir. Türk basın tarihi de propaganda modeli sınıflandırması bağlamında incelendiğinde oldukça dikkat çekici manzaraların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu bağlamda bir değerlendirme Türkiye’de basının tarihsel süreç içerisindeki yapısının ve basın özgürlüğünün önündeki engellerin rasyonel bir zeminde ele alınmasına da olanak sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, tarihsel süreç içerisinde Türk basını, Noam Chomsky ve Edward S. Herman’a ait olan propaganda modelinin sınıflandırmasına dayanarak değerlendirmektir. Böylece Türk basının yapısı medya, siyaset ve iş dünyası ile arasındaki bağlar aydınlatılarak analiz edilmekte ve izlenen bu yolla basın ve demokrasi arasındaki ilişki ile basın özgürlüğünün geçmişi, bugünü ve yarını rasyonel bir yaklaşımla ortaya konmaktadır. Türk basınının tarihsel süreç içinde Chomsky ve Herman’ın ortaya koydukları rızanın imalatı modeli bağlamında değerlendirilmesi, basın yapısının geçmiş, bugün ve gelecek açısından rasyonel bir zeminde incelenmesi hususunda yol gösterici bir olanak sağlamaktadır. Öyle ki söz konusu yaklaşım, gazetecilik ve demokrasi arasındaki ilişki ile basın özgürlüğü kavramının ekonomi politik temelli, gerçekçi bir zeminde değerlendirilmesini mümkün kılmaktadır. Çalışmada Cumhuriyet’in kurulmuş olduğu 1923 yılından bu yana gelen Türk basın tarihi bağlamında ana akım basının yapısı, Chomsky ve Herman’ın propaganda modelinin filtrelerine göre sınıflandırılarak analiz edilmiştir. Çalışmada literatür tarama yöntemi kullanılarak, nitel ve nicel verilerden faydalanılmıştır.

2. TOPLUMSAL RIZANIN İMALATI

Günümüz batı demokrasilerinde toplumların siyasal erkler tarafından kontrol edilmeleri ve yönlendirilmeleri, kolluk güçlerinden ziyade, kültürel ve ideolojik aygıtlar vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Hegemonya, kültürel ve ideolojik aygıtlar yoluyla inşa edilmekte ve dolayısıyla da toplumsal rızanın imalatı bu şekilde sağlanmaktadır. Bu çalışmada kullanılan toplumsal rıza imalatı kavramı, Noam Chomsky ve Edward S. Herman’ın aynı konulu çalışmalarına dayanmaktadır. Düşünürler kapitalist ülkelerde medya, siyaset ve iş dünyası arasındaki ilişkiyi medyanın ekonomi politik açılarından ortaya koymuş oldukları propaganda modeli bağlamında açıklamaktadırlar. Buna göre medya kuruluşlarının tecimsel yapısı, onları söz konusu kurumlarla sıkı bir ilişki içerisinde tutmaktadır ve aslında bu ilişkilerin arka planında kamuoyunun desteğini elde etme amacı yatmaktadır. Çünkü toplumlar medya vasıtasıyla, egemen erkin hedefi doğrultusunda ve toplumsal rızanın elde edilmesiyle başarılı bir biçimde yönlendirilebilmektedir. Bu durum kapitalist sistemlerde medya kuruluşlarının habercilik anlayışını da kurumsal yapılar ve işlevler açısından sorgulanır kılmaktadır. Öyle ki basın özgürlüğü ve bağımsız habercilik kavramları, söz konusu ilişki biçimi bağlamında oldukça çelişkili bir manzara içerisinde, son derece muğlak bir forma bürünmektedir. Chomsky ve diğerlerine göre servet ve iktidar eşitsizliği medyanın çıkarlarını ve tercihlerini çeşitli düzeylerde etkilemektedir (Chomsky vd., 2004, s. 36). Chomsky ve Herman’a göre rızanın imalatı, medya ve mesajlarının başarılı bir şekilde

manipülasyon yoluyla uyum ve konsensüse ulaşmasıdır. Medya ise burada aracı rolündedir: Topluma bir dizi sembol ve mesajlar ileterek onları eğlendirmekte ve bilgilendirmektedir. Bu amacın temelinde ise hegemonya istemi vardır. Güç küçük bir grubun elindedir ve bu grubun temel hedefi de gücü muhafaza etmektir (Lilleker, 2006, ss. 106-107).

Yukarıda da belirtildiği gibi propaganda modeli genel olarak, bir ülkedeki medya kuruluşlarının iş dünyası ve siyasetle olan ilişkilerini irdelemektedir. Bunu ise kitle medyasının büyüklüğü, mülkiyet ve kâr yönelimli olması; reklam gereksinimi ve reklama olan bağımlılık; haber kaynaklarına olan ihtiyaç ve haber kaynaklarının yapısı; medyayı pek çok açıdan zor duruma sokabilecek olan tepki üretimi ve zorlayıcılar ile günümüzde artık geçerliliğini yitirmiş olan antikomünizm konularına göre sınıflandırılmış olan filtreler bağlamında yapmaktadırlar. Bu çalışmada da söz konusu sınıflandırma ülkemiz basınının tarihsel açısından değerlendirilmesiyle yapılmaktadır.

3. TOPLUMSAL RIZANIN İMALATI MODELİ BAĞLAMINDA TÜRK BASINININ YAPISI

Bu çalışmada Chomsky ve Herman'ın kapitalist sistemlerde medya, siyaset ve iş dünyası arasındaki ilişkileri ortaya koyarak hazırladıkları propaganda modeli, Türk basını açısından incelenmiştir. Ancak önceki başlık altında sıralanan bu filtrelerden sonuncusu olan antikomünizm filtresi, Berlin Duvarı'nın yıkılmasıyla birlikte Soğuk Savaş'ın bitmesi ve SSCB'nin dağılmasının ardından, ABD ile batı bloku ülkelerinin tehdit olarak gördükleri komünist devlet ideolojinin son bulmasıyla geçerliliğini yitirmiş ve dolayısıyla bu çalışmada yer almamıştır. Sınıflandırma şu şekildedir:

1. Türkiye'de Egemen Basının Mülkiyet Yapısı,
2. Türkiye'de Egemen Basın ve Reklam İlişkileri,
3. Türkiye'de Egemen Basının Haber Kaynaklarının Yapısı,
4. Türkiye'de Egemen Basına Yönelik Tepki Üretimi ve Zorlayıcılar.

3.1. Türkiye'de Egemen Basının Mülkiyet Yapısı

Türkiye'de egemen basının mülkiyet yapısı Cumhuriyet'in ilk dönemi, yani Kemalist devrimin gerçekleştirildiği süreç açısından incelendiğinde; basının hangi kişi ya da kurumların mülkiyetinde olduğundan ziyade, dönemin iktidar partisi olan Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ile yazılı basın arasındaki ilişkinin ön planda olduğu görülmektedir. Güngör'e göre devlete ait olan Anadolu Ajansı'ndan (AA) başka, dünyadan haber sağlayan bir haber kaynağının olmadığı ortamda, gazetelere de iktidarın girişimlerini savunmaktan başka da bir şans kalmamaktaydı (Güngör, 2010, s. 17). Bu anlamda basının Cumhuriyet'in kuruluş sürecinde merkezi olarak düzenlenmiş bir kurumsal kimliğe sahip olduğu görülmektedir. Adaklı'ya (2006) göre, 25-28 Mayıs 1935 tarihli

Basın Kongresi ile 1-5 Mayıs 1939 tarihli Neşriyat Kongresi gibi organizasyonlar, sermaye, altyapı ve siyasal duruş açısından farklı özelliklere sahip olan basın yayın organlarını, merkezi bir düzlemde buluşturmak; sektördeki altyapı sorunlarını gidermek ve basılacak içeriklerin kontrolünü kolaylaştırmak açısından ikili bir işlev görmekteydi (s. 97-98). Zaten 1938 yılında Matbuat Kanunu'nda yapılan değişikliklere bakıldığında, gazete çıkarmanın çok daha baskıcı bir ortamda gerçekleştiği görülmektedir. Örneğin gazete ve dergi çıkarmak isteyenler için günün koşullarına göre oldukça yüklü miktarda maddi güvence göstermeleri şartı (5000 TL gibi) getirilerek basın sektörü ekonomik yönden güçlü olanlara bırakılmaya çalışılmıştır (Güngör, 2010, s. 111). Güngör (2010), ayrıca basın mesleğinde çalışanlara önemli kısıtlamalar getirilerek mesleki formasyon yönünden uygunluğu olmakla birlikte, dönemin siyasal çevrelerinde antipati uyandıran birçok gazetecinin meslekten uzaklaştırılmasının sağlandığını, böylece siyasal iktidarın basını güdümünde tutmasının biraz daha kolaylaştırıldığını belirtmektedir (ss. 111-112). Bu konuya bir örnek olarak 1939 tarihli CHP Nizamnamesi'nde partili gazetecilerin uyacakları kuralların belirlenmesi gösterilebilir (Demir, 2007, s. 136). Sözü edilen durumlar basın ve siyaset arasındaki yakın ilişkiyi ve güç dengesini göstermek açısından önemli birer örnek niteliği taşımaktadır.

1938 yılı ise ülkemiz açısından bir kırılma noktasına işaret etmektedir. Öyle ki Mustafa Kemal Atatürk vefat etmiş ve artık ülke siyasetinde ciddi değişimlerin yaşanacağı yeni bir dönem başlamıştır. Topuz'a göre (1996) 1939 ve 1945 yılları arasındaki sürecin bu açıdan özellikle incelenmesi gerekmektedir: Mustafa Kemal'in ardından İsmet İnönü Cumhurbaşkanı olmuş ve bir zamanlar Atatürk düşmanı olarak tanınan kişilere ülke yönetiminde yeni görevler vermeye başlamıştır. Bu değişikliklerin basında tepki yaratmasından çekinilirken Celal Bayar döneminde, 1938'de yapılan Basın Kanunu değişikliği, hükümete yine geniş yetkiler kazandırmış, basının idaresi artık İnönü ve hükümetin yönetimine geçmiştir (ss. 95-96). Bu dönemde 2. Dünya Savaşı'nın da ülke siyaseti açısından büyük önem taşıdığını belirtmek gerekmektedir. Öyle ki ülkede savaş sonrasında liberal politikalara yönelilmeye başlanmıştır. Koloğlu (2013), 1945 yılının Mayıs ayında İsmet İnönü'nün siyasal sistemin liberalleşeceğini açıkladığını belirterek, kısa süre sonra çok partili demokratik rejime geçildiğini, dergi ve gazetelerin ülkenin dört bir yanından fişkırdığını ve muhalefetle bütünleştiğini ifade etmektedir (s. 121). Bu dönem günümüz basını açısından da önem taşımaktadır. Öyle ki Bulunmaz'a (2011) göre günümüz medyası bir ölçüde 1940'lı yılların sonlarında temelleri atılmış olan Türk basınının devamıdır. Hakim olan Türk basınının öncüleri (Hürriyet ve Milliyet gazeteleri) 2. Dünya Savaşı sonrasında Türkiye kapitalizminin içine girdiği yeni evrede, Demokrat Parti (DP) iktidarı ile pekişen bir stratejik ittifak zemininde yeni bir dinamik kazanmıştır (s. 239).

1950 yılındaki 14 Mayıs seçimlerinin ardından DP'nin iktidara gelmesiyle birlikte Türkiye için yeni bir dönem başlamıştır. Daha önce de değinildiği gibi basının mülkiyet yapısı ve siyasilerle, ayrıca iş dünyasıyla arasında var olan zorunlu ilişkiler, onun bağımsızlığını oldukça güçlü bir biçimde etkilemektedir: Buna göre, Cumhuriyet'in ilk döneminde hükümetin güdümünde olan basın kuruluşları çok partili döneme geçildikten sonra, kısa bir süre için özgürce yazabilmiş, sonrasında da DP iktidarının baskılarına maruz kalmıştır. Bu süreçte gazetecilerin basının bağımsızlığı için çaba gösterdiklerini belirtmek gerekir. Koloğlu (2013), demokrasiye geçişin mesleki açıdan en önemli girişiminin, tek parti dönemi kurumu olan ve iktidarın kontrolünde olan, başkanlığını CHP

Milletvekili ve Ulus Gazetesi Başyazarı Falih Rıfki Atay'ın yaptığı Basın Birliği'ne karşılık Bağımsız Gazeteciler Cemiyeti'nin kurulması olduğunu belirtmektedir (s. 122). 10 Haziran 1946'da ise İstanbul Valiliği'ne verilen dilekçe ile Gazeteciler Cemiyeti resmen kurulmuştur (Özgen, 2006, s. 186). 1950 yılında çıkarılan Basın Kanunu da bu gelişmeler açısından değerlendirilmelidir. Bu basın kanunu liberal bir kanundur. 1931 yılı kanunu ve sonraki değişikliklerle kurulan güdümlü rejimin yıkılması ve hükümetin basın üzerindeki kontrollerinin kaldırılması açısından önem taşımaktadır (Topuz, 1996):

- Gazete ve dergi çıkarmak için artık hükümetin izin veya ruhsat vermesi gerekmez. Bir bildiri yeterlidir,
- “Kötü ünlü” kişilerin gazetecilik yapmalarını yasaklayan her türlü yoruma elverişli eski maddeler yeni kanuna girmemiştir,
- Basın suçlarının yargılanması özel mahkemelere verilmiştir. Böylece gazeteciler yıllarca süren davalardan, ağır kırtasiyecilik işlemlerinden kurtulmuş olacaktır,
- Cevap hakkı yeniden düzenlenmiş ve gazetecilere gönderilen her çeşit cevap ve düzeltme yazılarının basılmasını önlemek amacıyla mahkemelere bazı yetkiler tanınmıştır,
- Gazete sahipleri cezai sorumluluklarından kurtulmuşlardır. Yani suç sayılan bir yazıdan genellikle yazar ve yazı işleri müdürü sorumludurlar. Gazete sahibinin ancak hukuki ve mali sorumluluğu vardır (ss. 105-106).

Yukarıda geçen maddeler basın özgürlüğünün varlığına işaret etse de, bu sürecin çok uzun sürmediği açıktır. Çünkü DP döneminde ülkede yaşanan pek çok sıkıntı, basının gündemine taşınmaya ve bu durum ise iktidar partisinin çok da hoşuna gitmemeye başlamıştır. Topuz'a göre (1996) bu dönemde ülkede fiyatlar ucuzlamamış, gelirler artmamış, bir takım partililer de görevlerini kötüye kullanarak yolsuzluklar yapmışlardır. Yolsuzlukların açığa çıkartılması DP'yi rahatsız etmiştir. Parti kongrelerinde hükümet politikaları eleştirilmiş, toplantıları izleyen muhabirler olayları olduğu gibi yazmış, haberlere gazetelerde geniş yer verilmiştir. Oysa Adnan Menderes, gazete sahipleriyle olan iyi ilişkilerinden ötürü hükümete yönelik eleştirilerin gazetelerde olmaması gerektiğini düşünmektedir. Ancak patronların gücü de gazetecileri durdurmaya yetmemiş ve DP 1954 yılında Neşir Yoluyla veya Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanun Tasarısı'nı meclise getirmiştir (ss. 107-108). Büyük tartışmalar sonucunda yürürlüğe giren yasanın, gazete ve gazeteciler açısından ağır hükümler taşıdığı ve gazetecilerin mesleki bakımdan rahat çalışmalarını da engeller nitelikte olduğu görülmektedir (Özgen, 2006, s. 196).

Bu kısa tarihi süreç incelendiğinde gerek tek partili, gerekse çok partili siyasal süreçler içerisinde iktidarların basını kontrol altına alma çabalarının son derece yoğun olduğu görülmektedir. Bu durum basın ve reklam ile ilan konuları bağlamında ilerleyen bölümlerde ele alınacaktır. Ancak 1950'li yıllara yani çok partili sürece girerken ülkemiz açısından habercilik alanında büyük bir yere sahip olan Hürriyet Gazetesi'nin de yayın hayatına başlaması, özellikle vurgulanması gereken bir konudur. Gerek kurucusu Sedat Simavi'nin gazetecilik tarihindeki önemli yeriyle, gerekse ülkemiz tarihinin amiral gazetesi olarak bilinmesiyle Hürriyet Gazetesi Türk basını açısından büyük önem taşımaktadır. Koloğlu'na göre (2013) 1946 yılında bin kişiden 5,2'si gazete okurken, 1955'de

nüfusun artmasına rağmen bu oran binde 28'e çıkmış, bu sonuca varılmasında gazetelerin sadece yönetiminin mesaj ve tembihlerini halka ulaştıran araçlar olmaktan çıkıp halkın sorunlarını yönetime yansıtan araç rolünü üstlenmeleri büyük etken olmuştur (ss.125-126). Ayrıca Koloğlu (2013) 1948 yılında yayın hayatına giren Hürriyet Gazetesi'nin, haber gazeteciliği alanında öncülük yaptığını; onun hızlı başarısının ve hemen bir numaralı gazete oluşunun diğerlerini de etkilediğini belirtmektedir. Kendisini yenilemeyi başaramayanlar ve yeni çıkan gazetelerden bu eğilime uymayanlar yok olmuşlardır. Necmettin Sadak'ın Akşam Gazetesi, Hüseyin Cahit'in Tanin Gazetesi ve Us kardeşlerin Vakit Gazetesi bu duruma gösterilebilecek en iyi örneklerdir (ss. 125-126). Hürriyet bu dönemin önemle ele alınması gereken gazetesidir. 1960 yılı ülkemiz açısından yaşanan büyük bir kırılma noktasına işaret etmektedir. 27 Mayıs 1960'da gerçekleştirilen askeri müdahalenin ardından, Türkiye'nin bugüne kadarki en demokratik anayasası olan 1961 Anayasası hazırlanmış ve ülkede basın da dahil pek çok alanda özgürlükler yaşanmaya başlamıştır. Koloğlu (2013) 1960'dan sonra gazetelerin büyük iş ve sermaye çevreleriyle olan bağlantılarının büsbütün arttığını, Tercüman, Yeni Asır, Son Havadis'in bu çevrelerce satın ya da kontrol altına alındığını, Hürriyet-Günaydın'ın bu şartlarda mali bağımsızlık ve gücünü devam ettirmesini sağlayacak ticari yatırımları içeren holdingleşme ile uyum sağladığını ifade etmektedir (s. 135). 3 Mayıs 1950 yılında Ali Naci Karacan tarafından kurulan Milliyet Gazetesi ise, 1979 yılında Abdi İpekçi'nin öldürülmesinin ardından Aydın Doğan tarafından satın alınarak bir sermaye grubunun eline geçmiştir (Milliyet, 2011). Elbette ki bu gelişmeler günümüz basın yapısını anlamamız açısından önemli bir çıkış noktası niteliği taşımaktadır.

1980'li yıllar ise ülkemiz basını açısından büyük dönüşümlerin yaşandığı bir dönemi ifade etmektedir. Önce 24 Ocak 1980'de Süleyman Demirel Hükümeti tarafından 24 Ocak kararları alınmış, bu sayede liberal ekonomiye geçişte önemli adımlar atılmış, ardından 12 Eylül 1980 askeri darbesi gerçekleştirilmiş ve sonrasındaysa ülkede ekonomik, toplumsal ve siyasal anlamda pek çok değişim ve dönüşüm kendini göstermeye başlamıştır. Basın açısından meydana gelen değişimler oldukça önem taşımaktadır. Demir'e (2007) göre 1980'li yıllar yıllarda basın alanına aile şirketlerinin ön plana çıkmaya başladığı ve gazetelerin farklı alanlarda yatırıma yönelmeye başladıkları görülmektedir. Medya alanındaki en büyük değişim 1980'li ve 1990'lı yıllarda yaşanmış, değişen mülkiyet yapısıyla birlikte medyada tekelleşme ortaya çıkmıştır. Tamamen ticari amaçla kullanılan bir medyayla, asıl işlevlerinden hızla uzaklaşan ve demokrasi ile toplum için olumsuzluklar arz eden bir gazetecilik anlayışı doğmaya başlamıştır (ss. 188-193). 24 Ocak kararları ve liberal uygulamalardan basının etkilenmesi elbette ki kaçınılmazdı: Bu döneme kadar gazete kağıdı basına büyük sübvansiyonlarla verilirken, 25 Ocak'tan sonra bu destek kaldırılmış ve gazete kağıdına % 300'lere varan zamlar yapılmıştır. 1980'ler boyunca kağıda yapılan yüksek zamlar basının mali yapısının bozulmasındaki en önemli etkenlerden biridir (Kuyucu, 2012, s. 22). Kağıda gelen zamlar sonrasında güçlü mali yapıda olan basın kuruluşlarıyla reklam ve ilan gelirleri elde edebilenlerin yaşadığı, diğerlerinin yok olduğu veya sahiplerinin değiştiği süreç başlamış; ayrıca basın sektörüne yönelen yeni kuşak sermaye sahiplerinin sermayelerini farklı alanlardan sağlamış olmalarıyla da sanayi ve finans sektörüyle medya piyasaları arasındaki mevcut sınırlar yok olmuştur (Söylemez, 1998, s. 97). 24 Ocak'tan itibaren medya sermayesinin bankacılık alanına yöneldiği de görülmektedir (Adaklı, 2006, s. 212). Bu süreçte Özal iktidarının ilk dönemlerinde

ülkede zamlar artmış, gazete özellikle hayat pahalılığına muhalefet etmiş ancak reformlara genel anlamda karşı çıkmamıştır. Hürriyet'in ilk günlerin temkinli yaklaşımına rağmen liberal ekonomiye verdiği destek, ilerleyen dönemlerde daha da artmıştır (Özerkan, 2009, s. 67-68).

1980'lerin sonundan itibaren sektöre giren medya patronları medyanın mülkiyet yapısını belirgin ölçüde değiştirmiştir. Hatta bu değişimin etkisini bugünkü basın açısından da kolayca görebilmekteyiz: Basının holdingleşmesine doğru ilerleyen bu süreç içerisinde alan dışında işler yapan patronların ve onların kâr kaygılarının ön plana çıktığı görülmektedir. 1990'lara gelindiğinde ise medyada tekelleşme olgusu net bir biçimde artık gündemdedir. Bulunmaz (2011), genel bir kaniya göre Türkiye'de basında holdingleşmenin Aydın Doğan ile başladığını, ancak bu doğru olmadığını belirtmekte, Aydın Doğan'ın 1979 yılında Milliyet'i satın aldığını ancak önemli olan çıkışın 1988 yılında iş adamı Asil Nadir tarafından yapıldığını ifade etmektedir (s. 241). Nadir 1988'de Günaydın Gazetesi'ni, 1989'da Güneş Gazetesi'ni ve Gelişim Yayınları'nı satın alarak iki büyük gazete ve dergi grubunu ilk kez aynı elde toplamıştır (Söylemez, 1998, s. 97). Açıkça ki 1990'lı yıllara gelindiğinde basının devlete olan bağımlılığı azalmaya, sermaye ile olan ilişkileri de artmaya başlamıştır. Bu yeni durum günümüz basının temel yapısını da net bir biçimde ortaya koymaktadır.

1990'ların başında özel televizyonculuğa geçişle birlikte medyanın gelişme devri başlamış ve medya endüstrisi finans-sanayi ile bütünleşmiştir. Özellikle zayıf koalisyon hükümetlerini desteklemenin karşılığı olarak Ankara'dan rantlar alınmış, Doğan Petrol Ofisi, Dışbank, Hilton Oteli, devlet bankalarından ucuz krediler alabilmiş, Bilgin ise özelleştirmeden aldığı Etibank'ı hortumladığı gerekçesiyle hapse girmiştir (Sönmez, 2010). Bilgin, 1985'te İstanbul'a gelip Sabah'ı kurmuş, 1988 yılından itibaren basın alanındaki şirketlerini bir araya toplama çalışmalarına başlamış, böylece 1989'da Medya Holding'i kurmuş ve borsaya girmiştir. 1980'lerin sonunda basın alanında Nadir Grubu ve Medya Holding'in dışındaki diğer büyük gruplar olarak Erol Simavi'nin Hürriyet Grubu, Milliyet'in sahibi olan Aydın Doğan'ın Doğan Grubu, Türkiye Gazetesi'ni çıkaran İhlas Grubu ve Tercüman görülmektedir. Kısa süre sonra Tercüman ve Asil Nadir'in grupları da ortadan kalkacaktır (Kejanlıoğlu, 2004, ss. 279,280). Holdingleşme ve tekelleşme kavramları gündeme geldiğinde ön plana çıkan isim olan Aydın Doğan'ın ise 1979'da Milliyet'i ve 1994'de Hürriyet Gazetesi'ni de satın alması ülkemiz basın tarihi açısından büyük önem taşımaktadır. Çünkü söz konusu gazeteler uzun yıllar boyunca ülke gündeminin belirlenmesi gibi konularda büyük güç sahibi olan gazetelerdir.

2000'li yıllara uzanan süreçte basın açısından ilan ve reklam gelirlerinin öneminin arttığı görülmektedir. Kuyucu'ya (2012) göre 1990'lı yılların sonuna dek süren kağıt fiyatlarındaki artışlar nedeniyle, basın işletmeleri umutlarını ilan ve reklam gelirlerine bağlamışlardır. Basın İlan Kurumunun (BİK) verdiği ilan ve reklamlar da kaybedilen sübvansiyon desteğini sağlayamayınca tek umut reklamlara kalmıştır (s. 25). Bu dönemde gazete, televizyon ve bankalar aynı holding bünyesinde faaliyet gösteren ayrılmaz birer parça haline gelmiştir. 1990'lardan sonraki basın kuruluşları incelendiğinde holdingleşmeye bağlı olan yazılı basının büyüme eğiliminde olduğu görülmektedir (Demir, 2007, ss. 196-198). Dolayısıyla 2000'li yıllar Türkiye'de siyaset, iş dünyası ve basın alanında ciddi değişimlerin söz konusu olduğu yılları anlatmaktadır. İlk olarak, 2001

yılında Cumhuriyet tarihimizin en büyük ekonomik krizlerinden biri yaşanmış ve basın sektörü de bu krizden nasibini almıştır. 2002 genel seçimleri ardından Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) tek başına iktidara gelmiştir. Özdurdu'ya (2011) göre Bu döneme kadar Türk medyasında hakim gruplar Doğan, Çukurova, Uzan, Sabah, İhlas ve Doğuştur (s. 31). 2003 ve 2005 yılları arasında AKP iktidarıyla birlikte basının yayın politikalarında belirgin kaymalar olurken medya endüstrisinin sermaye yapısı da değişmiştir. 2002 seçimlerinde Cem Uzan ve kurucusu olduğu Genç Parti ile Uzan Grubu tasfiye edilmiş, Telekom özelleştirilmiş, pek çok köşe yazarı ve yöneticinin yeri değiştirilmiştir (Adaklı, 2006, ss. 346-347). 2011 yılına gelindiğindeyse güçlü medya gruplarının şunlar olduğu görülmektedir: Doğan, Çukurova, İhlas, Feza Gazetecilik, Ciner Grubu, Çalık Grubu ve Doğuştur Grubu (Özdurdu, 2011, ss. 36-59). Bu gruplar yatay ve çapraz medya sahipliğiyle hareket etmektedirler. 2013 yılında sahip oldukları gazeteler de şu şekildedir: Doğan Holding Hürriyet, Posta, Radikal, Hürriyet Daily News, Fanatik; İhlas Grubu Türkiye Gazetesi; Feza Gazetecilik Zaman, Today's Zaman; Ciner Grubu Gazete Habertürk; Çalık Grubu Sabah, fotoMaç, Takvim, Yeni Asır, Sabah Avrupa (Babacan, 2013). 15 Temmuz 2015 tarihinde gerçekleştirilen darbe girişiminden sonra Zaman grubu tasfiye edilmiş, 2018 yılında ise Doğan grubu medyadan çekilerek Doğan Holding'in medya sektöründe faaliyet gösteren bağlı ortaklıkları Demirören Grubu'na satılmıştır. Bu gelişme Türkiye'de medya alanındaki konumu uzun yıllar boyunca sarsılmaz görünen Doğan Grubu açısından oldukça dikkat çekici olmuştur. Yukarıda da değinildiği gibi medyadaki sermaye sahipleri medya dışında pek çok alanda faaliyet gösteren işler yapmaktadır. Hürriyet'in (2013) bu sermayedarların ilgi gösterdikleri alanlara örnek olarak Doğuştur Grubunun İstanbul Karaköy'de bulunan Galataport'u satın almasını göstermesi, Sözeri'nin (2014) ise Star Gazetesi ve TV 24'ün ortaklarından Fettah Tamince'ye ait şirketin Haliçport ihalesini kazanmasını (s. 77) vurgulaması, sermayenin limanlara duyduğu ilgi şeklinde gösterilebilir. Demirören Holding'in medyanın yanı sıra çalışma alanları ise enerji, sanayi, konut, turizm, AVM işletmeciliği, liman işletmeciliği, inşaat, e-ticaret ve eğitimidir (Demirören Holding, 2019). Bu açıdan günümüzde ana akım basın kuruluşlarının mülkiyet yapılarından dolayı, bağımsız olabilmelerinden ziyade, iş dünyası ve siyasetle sıkı ilişkiler içinde oldukları yok sayılamayacak bir gerçek olarak karşımızda durmaktadır.

3.2. Türkiye'de Egemen Basın ve Reklam İlişkileri

Cumhuriyet'in ilk döneminde ve harf inkılabından sonraki süreçte ülkemizde Latin harflerini okuyabilenlerin oldukça az sayıda bulunması nedeniyle, gazete satışlarının önemli oranda düşük olduğu görülmektedir. Koloğlu'na göre gazeteler de ancak devletin kağıda sağladığı sübvansiyon ve resmi ilanlar sayesinde yaşayabilecek bir durumdadır. Söz konusu dönemde yazılı basın dışında iletişim sağlayacak başka bir mekanizmanın bulunmaması nedeniyle denetim de kendini tüm gücüyle hissettirmektedir (Koloğlu, 2010, s. 17). Koloğlu'nun (2013) değindiği gibi, ekonomik kontrol kurma ve besleme basın yaratma açısından çok partili dönemde CHP ve DP iktidarlarının birbirinden farklı davranmadıkları da belirtilmelidir. Öyle ki çok partili döneme geçildiğinde basın CHP'ye bağımlıydı. AA ve radyo, devlet bütçesinden aldıkları parayla yaşıyordu ve gazeteler de

makine, kağıt tahsisi ve malzeme ithali açısından hükümetin kararlarına bağlıydı. İlan gelirleri de hükümetin kontrolündeydi. Çünkü resmi ilanda olduğu gibi kamu iktisadi teşekküllerinin reklamları da iktidarın emriyle dağıılmaktaydı. CHP döneminde, partinin sözcüsü olan Ulus Gazetesi ve CHP'nin desteklediği Tanin ve Memleket'e yüksek oranda ilan verilmiştir. DP iktidara geldiğinde bu durum tersine dönmüş ve Ulus'a ilan verilmemeye başlanmıştır. Demokratların olduğu bilinen Zafer, Türksesi, Son Havadis, Son Posta gibi yayınlar ise bol ilana kavuşmuştur. Kağıt, makine ve malzeme tahsislerinde de aynı davranış görülmektedir. DP'yi destekleyeceği vaadinde bulunduğu için Milliyet de çıkışında (1950) büyük mali destek görmüştür. Hele muhalefeti hain ilan etmek yolunda oluşturulmasına çalışılan Vatan Cephesi girişimine sarf edilen paralar DP iktidarına onur kazandırmamıştır (ss. 124-125). Öyle ki 1950 yılında iktidara gelen DP döneminde resmi ilanlar basına karşı destek ve baskı aracı olarak kullanılmıştır. 1951'de resmi ilan dağıtımının bakanlık takdirine bırakılması ve ilanların DP yanlısı basın lehine dağıtılması, eleştiri konusu olmuştur (Yıldız, 1996, s. 489). Topuz'a göre (1996), DP Hükümeti 1956'da basın özgürlüğünü kısıtlayan iki kanun daha çıkarmıştır. Bu kanunların birincisi ile Yayın Yoluyla ve Radyo ve Radyo ile İşlenen Suçlar Kanunu'na yeni maddeler eklenmiş ve ikincisi ile ise Basın Kanunu'nda bazı değişiklikler yapılmıştır. Hükümet 26 Kasım 1957'de yayınlanan kararname ile gazete ve dergi kağıtlarının tek elden ithali yoluna gitmiştir. 1958 yılının ilk günü yayınlanan bir kararname ile ilan ve reklamların tek elden dağıtımı kabul edilmiş ve Cumhuriyet gibi gazeteler de buna sert tepki göstermiştir (ss. 112,113). 27 Mayıs 1960'dan sonra basının yapısında ciddi değişimler meydana gelmeye başlamıştır. Koloğlu'na göre (2010), Bu döneme reklam şirketleri açısından bakıldığında 1950'den beri gazetelerle özel ilanlar üzerinde tekel kuran reklam şirketleri arasında bir yaşam savaşına dönüşmüş olan çekişmenin, 1960'dan sonra büsbütün keskinleştiği görülmektedir. İş insanları ve şirket sermaye grupları da basınla ilgilenmeye başlamıştır. 1960 öncesinde bunun en belirgin iki örneğini Akşam ve Yeni Sabah oluşturur. Tüccar Safa Kılıçoğlu ilkini, Malik Yolaç ikincisini satın almıştır (s. 134). Ülkemizde 1979 yılı sonlarında medyanın gücünün farkına varan sermaye artık reklam veren olarak medyada güç sahibi olmak yerine, medya alanına girmeyi seçmiştir. Sermayenin yöntemi ilan ve reklamlarla siyaseti etkilemek, gazete ve televizyon sahibi olarak faaliyette bulunmak olmuştur (Demir, 2007, s. 194). 1980'li yıllardaki kırılmanın medya alanındaki en önemli yansımalarından biri de reklam sektörünün yapısında görülmektedir. Propaganda modelinde ortaya konulduğu gibi reklamcılık ve medya sektörleri arasındaki ilişki günümüz ana akım medya kurumlarının varlıklarını sürdürebilmeleri açısından büyük önem taşımaktadır ve yine bu kurumların reklam/ilan pastasından en büyük payı aldıkları da önemli bir gerçektir. Bu gerçek 24 Ocak Kararları ardından hızlanan liberal ekonomi politikalarıyla medyada holdingleşme ve tekelleşme süreçleriyle kendini net bir biçimde göstermektedir.

12 Eylül 1980 darbesi ardından 13 Aralık 1983'de ANAP hükümetinde başbakan olarak iktidara gelen Turgut Özal'ın uygulamalarına basının reklam ve siyasetle olan ilişkisi açısından bakıldığında, oldukça dikkat çekici manzaralar görülmektedir. Kuyucu'ya göre (2012), Özal 1987 genel seçimlerinde kendisini desteklemeyen Tercüman, Günaydın ve Güneş gazetelerinin ilan gelirlerini kesmiştir. 9 Mayıs 1980 ile 31 Aralık 1997 tarihleri arasında geçen bir araştırmaya göre devletin hizmet sektörüne yönelik düzenlediği 629 teşvik belgesinden 48'ini Doğan Grubu kuruluşları ve 26'sını da Sabah Grubu almıştır (ss. 95,96). Turgut Özal, Süleyman Demirel ve

Tansu Çiller dönemlerinde medya kuruluşlarına toplam 2,6 trilyonluk teşvik kredisi dağıtılmıştır (Kuyucu, 2012, s. 91). 1997 ve 1999 ANASOL-D koalisyon hükümeti zamanında da Doğan ve Bilgin basına verilen teşviklerden en çok yararlanan medya sahipleri olmuşlardır. Hürriyet'in de bünyesinde yer aldığı Doğan Grubu'na devlet tarafından teşvik verilmesine DSP-MHP-ANAP koalisyonu zamanında da devam edilmiştir (Kuyucu, 2012, s. 95,96). 2000'li yıllarda ise daha önce de belirtildiği gibi ekonomik kriz belirleyici olmuş ve ilk etapta reklam gelirlerinde düşüş yaşanmıştır. Ancak 2000 yılında reklam pastasından en büyük geliri yine Aydın Doğan'ın aldığı görülmektedir (Adaklı, 2006, ss. 253-261). Yazılı basın mecrasının reklam harcamalarındaki % 30'larda dolaşan pazar payı 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz dışında 2005 yılına kadar yükselme göstermemiş, 2005'ten sonra düşüşe geçmiş, düşüş 2008 ve 2009'da da sürmüştür. Yazılı basın piyasasının 2009 yılına ait gelirlerinin medya gruplarına göre dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir: Doğan Grubu % 26.03, Turkuvaz % 9.97, Çukurova % 9.47, Zaman Grubu % 6.16, Star Medya % 5.21, Yeni Şafak % 4.73, İhlas Grubu % 3.74, Sözcü % 3.17 (Kuyucu, 2012, ss. 101-104). 2017 yılı medya yatırımlarında televizyon % 47,8; basın % 12, radyo % 3,2, dijital ise % 25,9 oranlarında pay almıştır (Deloitte, 2018, s. 8).

Basının mülkiyet yapısının incelendiği bölümde de belirtildiği üzere, ülkemizdeki ana akım medya kuruluşları medya sektörü dışında pek çok alanda faaliyet gösteren gruplara aittir. Bu durum reklam gelirleri gibi, kuruluşların hangi alanlarda yatırım faaliyet sürdürdükleriyle daha çok ilgilenmemizi sağlamaktadır. Medya sahiplerinin medya dışı yatırımlarında dikkat çeken unsur, hükümetlere yakın olan sermayedarların özellikle belediye ve şehircilik gibi alanlardan aldıkları ihalelerin gittikçe artmış olmasıdır. Medyada dikey ve çapraz tekelleşmenin artmış olması da artık normalleşmiş bir olgu halini almıştır.

3.3. Türkiye'de Egemen Basının Haber Kaynaklarının Yapısı

Cumhuriyet'in kurulduğu dönemde Mustafa Kemal Atatürk'ün basın üzerindeki etkisinin belirgin olduğu görülmektedir. Bu konuya bir örnek olarak Atatürk'ün ünlü sofralarında memleket meselelerinin görüşülmesi ve çeşitli gazetecilerle fikir alışverişlerinin yapıyor olması gösterilebilir. İnuğur (1998), Hamdullah Suphi, Yunus Nadi, Falih Rıfkı, Ruşen Eşref, Yakup Kadri, Necmettin Sadak, Hakkı Tarık ve Asım Us gibi isimlerin bu toplantılara katılan gazeteciler olduklarını belirtmektedir (s. 52). Yine bu dönemde İstiklal Mahkemeleri'nin de basın üzerinde etki sahibi olduğu bilinmektedir. Bu duruma örnek olarak bazı basın kuruluşlarının kullandıkları bir haber kaynağı gösterilebilir. Demir'e göre (2007), Hint Müslümanlarını temsil ettiğini iddia eden Ağa Han ve Emir Ali, dönemin başbakanı İsmet Paşa'ya bir mektup göndermişlerdir. Mektupta TBMM'den halifeliğin kaldırılmaması ricasında bulunmaktadır, ancak mektup Ankara'ya ulaşmadan 5 Aralık 1923'de İstanbul gazetelerinde (Tanin, İkdam, Tevhid-i Efkâr) yayınlanınca hükümet çevrelerinde büyük bir tepki meydana getirmiş ve yayınlayanlar yargılanmış, ancak sonrasında beraat etmişlerdir (ss. 116,117).

Çok partili yaşama geçildikten sonraki süreçte ise iktidarın kendisi ya da iktidarın sözcüsü olmayan basın kurumları çeşitli zorluklarla karşılaşmışlardır. Örneğin Yıldız'a (1996) göre 21 Temmuz 1946 tarihinde yapılan seçimlerden sonra Celal Bayar seçimlere fesat karıştırıldığına dair bir konuşma yapmış, bu konuşmayı yayınlayan Gerçek ve Yeni Sabah kapatılmış; ancak aynı demeci yayınlayan hükümet taraftarı Tanin'e dokunulmamıştır. "Hayır, Biz Bunları Seçmedik" başlığını kullanan İleri Demokrasi ve İzmir gazeteleri "Seçimi ihlal" ve "Halkı isyana teşvik" suçlamalarıyla mahkemeye verilmiştir (s. 484). Yukarıda da belirtildiği gibi DP iktidarının ilerleyen dönemlerinde hükümet, basın tarafından eleştirilmeye başlanmıştır ve 24 Temmuz 1950'de yürürlüğe giren 5680 Sayılı Basın Kanunu'nun getirdiği demokratik hava ortadan kaldırılmıştır. Demir'e göre (2007), 8 Mart 1954'de devletin siyasal prestijine ve mali gücüne zarar verdiği düşünülen, kişilerin özel hayatına tecavüz eden yazılar yazan gazetecilere ağır cezalar öngören basın kanunundaki değişiklik TBMM'de onaylanmıştır (s. 161). Bu durumun elbette ki basın üzerinde daha baskıcı bir ortamın hissedilmesine neden olmuştur. Demir'in (2007) belirttiği aşağıdaki diğer iki değişiklik de basın ve haber kaynakları açısından dikkat çekicidir: 1954'de "Neşir Yoluyla veya Radyoyla İşlenecek Cürümler" hakkındaki yasa onaylanmış, başbakana, bakana veya hükümete yönelik eleştirilerde yazılanları ispat hakkı işlemez duruma gelmiştir. 1956'da ise "Kötü niyet veya özel maksada matuf yayında bulunmak" ceza kapsamındadır (s. 161).

12 Eylül askeri darbesi sonrası 1980-1983 yılları arasındaki dönemde askeri yönetim iletişim alanındaki bütün devlet kurumlarına (BYEGM, PTT ve TRT) kendi elemanlarını yerleştirmiş, kurum çalışanlarından önemli bir bölümünü meslekten uzaklaştırmış ve bu kurumları içeriden gözetim ve denetim altına almıştır (Kejanlıoğlu, 2004, s. 443). Topuz'a (1996) göre bu süreçte darbenin faturası basına ödetilmekteydi, gazeteler sıkıyönetimin denetiminden geçmekte ama MGK Başkanı Kenan Evren ve konsey üyeleri, basını yakından denetlemekteydiler. İlk olarak Hergün, Demokrat, ve Aydınlık gazeteleri kapatılmış ve devamında birçok gazeteci yargılanmış, diğer pek çok gazete de yıllarca kapalı kalmıştır (ss. 139-141). 1983 yılında iktidara gelen ANAP hükümeti döneminde ise işler değişmiştir. İktidarın kişisel ilişkilerle medyayı yönlendirmesi Özal döneminde oldukça etkilidir. Kongar'a göre Özel davetler, gece yarısı edilen telefonlar, çok çeşitli ödüllendirmeler, gazetelerin mülkiyet ve satışlarına direkt müdahaleleri ve bir özel televizyon kanalının aile ilişkisine dayanarak anayasaya aykırı olarak, yayına başlaması bu süreçte görülmüştür (2014). Bu kanal 1989 yılında Cem Uzan ve Ahmet Özal ortaklığında kurulmuş olan Star TV'dir.

2000'li yıllardan günümüze ulaşan süreçte ise 2002 yılı genel seçimi sonrasında iktidara gelen AKP hükümeti ile birlikte, hükümetin iş çevreleri ve basınla olan ilişkileri bu başlık altındaki tartışma konusudur. AKP iktidarı süresince çeşitli muhalif basın kuruluşları, dönemin başbakanı Erdoğan tarafından eleştirilmeleri ve parti kongrelerine çağırılmamaları gibi çeşitli durumları gündemlerine taşımışlardır. Ayrıca günümüzde basının haber içeriği incelendiğinde görülmektedir ki iktidara yakın olduğunu vurgulayan basın kuruluşlarının verdikleri haberlerle, alternatif basın kuruluşlarının verdikleri haberlerin içerikleri ve dolayısıyla kaynakları ciddi farklılıklar arz etmektedir. Bu durum gazetelerin haber kaynaklarının, onların sahiplik yapılarıyla doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır.

3.4. Türkiye’de Egemen Basına Yönelik Tepki Üretimi ve Zorlayıcılar

Propaganda modelinde yer alan egemen basına yönelik tepki üretimi ve zorlayıcılar filtresi, çeşitli çevrelerden basına karşı yöneltilen pek çok tepkinin bir baskı aracı olarak kullanılmasını anlatmaktadır. Konuya ülkemiz açısından yaklaşıldığında, ülkemiz basınının Cumhuriyet’in ilk yıllarında ulus ve ulusçuluk fikirleri etrafında yayıncılık yaptığı görülmektedir. Demir’e (2012) göre, CHP’nin 1931’de çıkarılan yasayı basını kontrol etmekte yeterli bulmayarak, 1935’te Basın Yayın Genel Müdürlüğü’nü kurmuş ve 1938’de ise Basın Birliği Yasası’nı çıkartarak basını tek elde toplamıştır (s. 131). O günkü adıyla Matbuat Umum Müdürlüğü olan Basın Yayın Genel Müdürlüğü’nün 25 Mayıs 1935 günü topladığı Birinci Türk Basın Kongresi’nin hedeflerinden biri olan Basın Birliği’ni kurma amacının aslında gazetecilerin tek kaynaktan yönetilmesi yönünde kullanılacağı da kaçınılmaz bir gerçektir (Özgen, 2006, ss. 176,177).

2. Dünya Savaşı sırasında ise basınla ilgili her tür yetki tam anlamıyla hükümetin elindedir. 1942 yılında Şükrü Saraçoğlu’nun başbakanlığa gelmesiyle birlikte kontrol gittikçe artmıştır. Tüm haberlere hükümetin müdahalesi söz konusu olmaya başlamıştır (Demir, 2012, s. 131). Burada yine, tek parti iktidarının 1931 Matbuat Kanunu’nun 50. maddesine dayanarak gazete kapatma yetkisine sahip olduğunu hatırlatmak gerekmektedir. Yıldız’a göre (1996), 1946’ya kadar geçen süreçte de basının demokrasi ve çok partili yönetim isteklerinin karşısına yasaklarla çıkmıştır. Muhalif basına uygulanan baskılar yasalarla sınırlı kalmamıştır. 4 Aralık 1945’de yaşanan Tan olayı, iktidar yanlılarının saldırgan tavırlarının on bini aşkın gencin Serteller’e ait olan Tan gazetesini yağmalaması gibi bir tepki üretmiştir (Yıldız, 1996, s. 482).

Daha önce de belirtildiği gibi 27 Mayıs 1960 darbesi ardından gelen süreç, yazma ve söyleme özgürlüklerini güvence altına almak için her türlü önlemi içeren 1961 Anayasası’na zemin hazırlamıştır. 1950 basın yasasına DP’nin getirdiği değişiklikler kaldırılmakla yetinilmemiş, anayasaya da gerekli güvenceler eklenmiştir, ancak bu liberal dönem de pek uzun ömürlü olmamıştır. Türk toplumu için özgürlüklerin bir lüks ve çağdaş demokratik anayasal sistemin fazla geniş olduğu gerekçesiyle ve siyasilerin çağrısıyla, 1971 yılında yeniden askeri bir müdahale gerçekleştirilmiş ve ardından yapılan yasa değişiklikleriyle aşırı bulunan özgürlükçü yapı sınırlandırılmıştır. Topuz’a göre (1996), 12 Mart muhtırası sonrası Nihat Erim’in attığı ilk adımlardan biri 1961 Anayasası’nın basın özgürlüğü ile ilgili olan 22. ve 27. maddelerini değiştirmek olmuştur. Böylece gazete toplama yetkisi savcılara verilmiştir. Nedenleri ise devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünün bozulması, milli güvenlik, kamu düzeni ve genel ahlak gibi çok esnek konulardır. Bu süreçte pek çok gazeteci ve yazar da hapse girmiştir. Ancak 1973’te yapılan seçimlerle Türkiye’de siyasal ortam normale dönmüştür (ss. 133-135).

Sönmez’e göre Türkiye’de medyanın yükselme devri, sermaye birikimini dışa açmak isteyen burjuvazinin 12 Eylül’ü medya yoluyla destekleyip Özal’ı yücelttiği dönemdir (2010). Özal’ın basınla olan ilişkilerine bakıldığında gazete ve gazetecilere çok yüksek meblağlı tazminat davaları açtığı, ayrıca dönemin sol eğilimli gazetelerinden Cumhuriyet yazarları için “Sol amigolar”, Gazete’nin kendisi için de “Babıali’nin Pravdası” sözlerini kullandığı bilinmektedir (Adaklı, 2006,

ss. 150-151). Bunlar iktidarların basına gösterdikleri tepkilere önemli birer örnek niteliği taşımaktadır. Medyaya tepki üretimine bir örnek de Demir'in (2007), 28 Şubat süreciyle ilgili olan ifadelerinde görülmektedir. Buna göre söz konusu dönemde medya ile siyaset arasındaki kutuplaşma eşine rastlanamayacak düzeydedir. İktidar medyaya yönelik suçlamalarını kamusal alana taşıyarak kutuplaşmayı net biçimde göstermiştir. Sonunda Refahiyol Hükümeti iktidarı bırakmış ve gerilim sona ermiştir (s. 220). Hürriyet gazetesi 28 Şubat'ta aktif rol almıştır. Dönemin Erbakan-Çiller hükümeti üzerinde baskı oluşturmaya yönelik bir yayın politikası izleyen gazete, laiklik konusundaki hassasiyeti ve askeri söyleme yakınlığı nedeniyle "Ordunun Sesi" olarak nitelendirilmiştir. Ayrıca Türk Silahlı Kuvvetleri'nin hükümete yönelik mesajlarını da art arda yayınlamıştır (Demirel, 2009, s. 69).

2000'li yıllarda basına yönelik tepkilere bir örnek olarak, dönemin başbakanı olan Erdoğan'ın, Aydın Doğan'a ve Doğan Medya Grubu'na, CHP ile birlikte kampanya yürüttükleri gerekçesiyle yayınladıkları haberler için sert tepki göstermesi ve "Erdoğan'ı pazarlığa oturtmadığın için bu çılgınlıkları yapıyorsun. Şu ana kadar bütün kampanyalarının arkasında yatan gerçek budur" demesi gösterilebilir. Doğan da bunun karşılığında Başbakan'ı şantajcılıkla suçlayarak iktidara tepki göstermiştir (Çoban, 2013, s. 276). Benzeri tepkiler hükümet çevreleri ve çeşitli basın kuruluşları arasında zaman zaman devam etmektedir.

4. SONUÇ

Edward S. Herman ve Noam Chomsky toplumsal rızanın imalatını açıkladıkları propaganda modelinde ana akım medya kuruluşlarını, hükümetlerden ve iş dünyasından bağımsız, özgürce yayıncılık yapan kurumlar olarak değerlendiremezler. Aksine bu kurumlar özellikle mülkiyet yapıları dolayısıyla bağımsız habercilikten yapmaktan oldukça uzaktır. Ayrıca reklamcılık için içine girdiğinde tarafsızlık da ortadan kalkmaktadır. Çünkü reklama dayalı olarak ayakta kalmak durumunda olan medya, fiyat-pazarlama-kalite avantajı sağlayacak bir reklam teşviki aramakta ve diğer rakiplerinin haklarına tecavüz etme, hatta onları tamamen zayıflatma imkanını elde edebilmektedir. Düşünürler rızanın imalatını açıklarken, resmi haber kaynakları olan hükümet çevreleri ve iş dünyasının da basına haber sağlamak açısından büyük önem taşıdığını vurgulamaktadırlar. Çünkü günümüzde medya, sermaye ve siyaset ilişkileri iç içe geçmiş durumdadır ve ana akım basın kuruluşlarının bu kurumları yok sayarak habercilik yapabilmeleri mümkün görünmemektedir. Ayrıca medyaya yönelik tepki üretimi, gazetelerde yapılan bir açıklama ya da televizyon programına yönelik olumsuz tepkilerin tümünü kapsayarak, bağımsız habercilik ilkesinin muğlak bir hal almasına da neden olmaktadır. Bu durum medya açısından sıkıntılar doğurabilmekte veya yüksek bedelli olabilmektedir. Düşünürler bu değerlendirmeleri rızanın imalatının açıklandığı propaganda modeli filtreleri bağlamında sıralamakta ve açıklanmaktadır. Bu çalışmada da ülkemiz ana akım basın kuruluşları söz konusu bağlamda incelenmekte olup, ülkemizde tarihsel süreç açısından basının yapısı ve basın özgürlüğü kavramları rasyonel bir yaklaşımla ortaya konmaktadır.

Ülkemizdeki ana akım basın kuruluşları, mülkiyet yapıları açısından incelendiğinde, basının Cumhuriyet'in ilk yıllarında merkezi olarak düzenlenen bir kurumsal kimliğe sahip olduğu görülmektedir. Ancak çok partili hayata geçildiğinde bu durum değişmeye başlamıştır. Asıl dikkat çekici olan konu, 1980'lere aile şirketleriyle girilmiş olması ve 1990'larda ise artan tekelleşme ile günümüze gelinmiş olduğudur. Basın ve reklam ilişkileri incelendiğinde ise Cumhuriyet'in ilk döneminde devletin basın kuruluşlarına olan desteğinin ön planda olduğu görülmektedir. Ancak asıl tartışma konusu gerek Cumhuriyet'in ilk döneminde gerekse çok partili hayata geçildikten sonra resmi ilanların basına karşı bir baskı aracı olarak kullanılması konusudur. 1950 ve 1960'lı yıllarda özel ilanların çekişmelere yol açtığı, 1980'lerden sonra ise siyasi iktidarların ilanları basına karşı kullanabildikleri ve yine basın kuruluşlarının özel reklamlara daha çok ihtiyaç duyduğu görülmektedir. Basın, haber kaynakları açısından Cumhuriyet'in ilk döneminde iktidara bağımlıdır. Özellikle askeri darbeler ya da siyasi iktidarla ilişkileri bağlamında bir değerlendirme yapıldığında, haber kaynaklarına olan ihtiyacın diğer filtreler açıklanırken de görüldüğü gibi, bağımsız haberciliğin önünde engel oluşturabildiği açıktır. Bu çalışmada son olarak ele alınan propaganda filtresi Türkiye'de egemen basına yönelik tepki üretimini açıklamaktadır. Bu bağlamda özellikle 1945 yılında yaşanan Tan olayı ile iktidar yanlılarının bir gazeteyi yağmalamasından 1980'li yıllarda Özal iktidarının Cumhuriyet gazetesi için "Babıali'nin Pravdası", yazarları için de "Sol Amigolar" türündeki söylemleri, basına yönelik tepkilere örnek olarak gösterilebilir. Pek çok çevreden, çeşitli gerekçelerle basına yönelik üretilen söylemlerin günümüzde de devam ettiği yadsınamaz bir gerçektir.

Bu çalışmada ortaya konulan veriler göstermektedir ki ana akım basın kuruluşları propaganda modeli bağlamında değerlendirildiğinde, bağımsız habercilik anlayışını sürdürebilecek güce ve özgürlüğe yeterince sahip değildir. Cumhuriyet tarihi boyunca basının mülkiyet yapısı, reklama olan bağımlılığı, basına karşı üretilen tepkiler ve haber kaynakları açısından siyasi kaynaklara duyulan ihtiyaç, bu kuruluşları sınırlı bir alanda hareket etmek zorunda bırakmaktadır ki bu alan, siyaset ve iş dünyası ile yakınlaşmayı kaçınılmaz kılarken, gazeteciliğin temeli olan bağımsız habercilik anlayışını da zedelemektedir. Böylesi bir durum basın özgürlüğü arayışında ekonomi politik yaklaşımla yapılan analizlerin ne denli önemli ve yol gösterici olduğunu da ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2006). Türkiye'de Medya Endüstrisi, Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri, Ütopya Yayınları, Ankara.
- Babacan S. (2013, Aralık). "Türkiye Medya Sahipliği", İstanbul, MediaCat Dergisi eki.
- Bulunmaz, B. (2011). "Holdingleşme Ekseninde Türk Medyasında Tekelleşme Sorunu", Öneri Dergisi, 9 (36), 237-246.

- Chomsky N.; Herman E. S.; Peterson D. & Podor D. (2004). Medyanın Kamuoyu İmalatı, Medyanın Tekelleşmesi, Kitlelerin Yönlendirilişi ve Zorunlu İtaat (Çev.: Adnan Köymen, Ebru Kalak, Hale Alpman, Özge İnciler, Işıl Esendir), Chivi Yazıları Yayınları, İstanbul.
- Çoban, S. (2013). Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya, Parşönm Yayınları, İstanbul.
- Demir Ş., (2012). “İktidar Basın İlişkilerinin Türkiye’de Görünümü 1918-1960”, The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal of Social Science, 5(6), 119-137.
- Demir, V. (2007). Türkiye’de Medya Siyaset İlişkisi, Beta Basım Yayın, İstanbul.
- Demirören Holding’e Genel Bakış. (2019). Demirören Holding. Erişim tarihi: 26 Şubat 2019, <http://www.demiroren.com.tr/tr/demiroren-holding/demiroren-holdinge-genel-akis.html>
- Demirören-Karacan Ortaklığı Milliyet ve Vatan’ı Satın Alıyor (2011, 21 Nisan). Milliyet. Erişim tarihi: 22 Eylül 2019, <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/demiroren-karacan-ortakligi-milliyet-ve-vatan-i-satin-aliyor-17601154>
- Galataport İhalesi Doğuş’un. (2013, 16 Mayıs). Hürriyet. Erişim tarihi: 20 Mayıs 2014, <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/23299621.asp>
- Güngör N. (2010). “Basın Özgürlüğü Açısından Kurumsallaşma Çabaları”. (Haz. Nazife Güngör), Cumhuriyet Döneminde İletişim, Kurumlar, Politikalar, ss. 101-129, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- İnuğur M. N. (1998). Türk Basınında İz Bırakanlar, Der Yayınları, İstanbul.
- Kejanlıoğlu, D. B. (2004). Türkiye’de Medyanın Dönüşümü, İmge Kitabevi, Ankara.
- Koloğlu, O. (2010). “Cumhuriyet Dönemi Politikalarına Genel Bakış”. (Haz. Nazife Güngör), Cumhuriyet Döneminde İletişim, Kurumlar, Politikalar ss. 15-21, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Koloğlu, O. (2013). Osmanlı’dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi, Pozitif Yayınları, İstanbul.
- Kongar, E. İktidar Medyayı Yozlaştırırken. Emre Kongar resmi internet sitesi. Erişim tarihi: 2 Ocak 2014, http://www.kongar.org/medyanotu/520_Iktidar_Medyayi_Yozlastirirken.php
- Kuyucu, M. (2012). Türkiye’de Medya Ekonomisi, Esen Kitap, İstanbul.
- Lilleker, D. G. (2006). Key Concepts in Political Communication, Sage Publication, London.
- Gündoğmuş, O. C.; Emre. P. Ö.; Özerkan, Ş.; Ekin V.; Kabaş, B. & Baykal E. (2009). “Hürriyet Gazetesi”. (Ed. Şengül Özerkan), Haber Analizi ve Arşiv İncelemeleriyle, ss. 53-90, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Özdurdu, R. (2011). “Medyada Sahiplik ve Yoğunlaşma Oluşturduğu Sorunlar ve Şeffaflığın Sağlanması”, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, TC Televizyon Üst Kurulu, Ankara.
- Özgen M. (2006). Gazetecinin Etik Kimliği, Set-Systems Yayıncılık, İstanbul. Sönmez, M. (2010, 4 Ocak). “Medya Çatırıyor, Dip Dalga Gerçeği Arıyor”, Bianet. Erişim tarihi: 3 Ocak 2014, <http://www.bianet.org/bianet/ekonomi/119242-medya-catirdiyor-dip-dalga-gercegi-ariyor>

Söylemez, S. A. (1998). Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği, Haberal Eğitim Vakfı Yayınları, Ankara.

Sözeri, C. (2014). “Dönüşen medya, değişmeyen sorunlar”. (Haz. Savaş Çoban ve Esra Arsan), Medya, İktidar, Hegemonya, Statüko, Direniş, ss. 79-86, Evrensel Kültür Yayınları, İstanbul.

Topuz, H. (1996). Başlangıcından Bugüne Türk Basın Tarihi, Davalar, Meçhuller, Saldırıları, Faili Meçhul Cinayetler ve Holdingler, Gerçek Yayınları, İstanbul.

Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları, Reklamcılar Derneği Raporu, 2017. (2018). Deloitte. Erişim tarihi: 26 Şubat 2019, <https://bit.ly/2Lİigtw>

Yıldız, N. (1996). “Demokrat Parti İktidarı (1950-1960) ve Basın”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi 51, (1), 481-505.