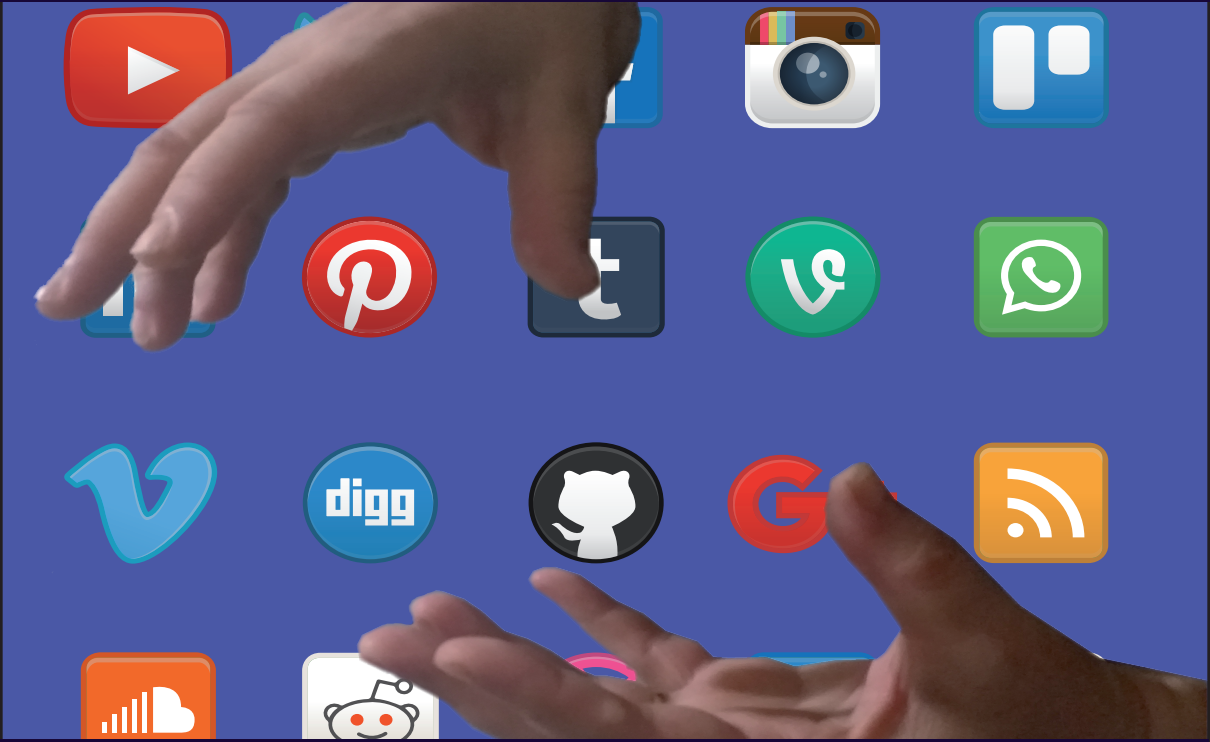


DİJİTAL ÇAĞDA DEĞİŞEN GAZETE VE GAZETECİLİK

Editörler:

Prof. Dr. Suat GEZGİN

Dr. Öğr. Üyesi Hasan ÇİFTÇİ



YAZARLAR:

Dr. Öğr. Üyesi Birol BÜYÜKDOĞAN

Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU

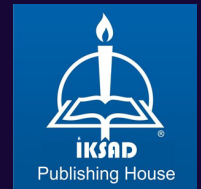
Dr. Oktay DEMİRTAŞ

Dr. Tahsin Emre FIRAT

Öğr. Gör. Hakan BAKAR

Öğr. Gör. İsmail PİŞER

Öğr. Gör. Recep ALTAY



DİJİTAL ÇAĞDA DEĞİŞEN GAZETE VE GAZETECİLİK

Editörler:

Prof. Dr. Suat GEZGİN

Dr. Öğr. Üyesi Hasan ÇİFTÇİ

Yazarlar:

Dr. Öğr. Üyesi Birol BÜYÜKDOĞAN

Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU

Dr. Oktay DEMİRTAŞ

Dr. Tahsin Emre FIRAT

Öğr. Gör. Hakan BAKAR

Öğr. Gör. İsmail PİŞER

Öğr. Gör. Recep ALTAY



Copyright © 2020 by iksad publishing house
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced,
distributed or transmitted in any form or by
any means, including photocopying, recording or other electronic or
mechanical methods, without the prior written permission of the
publisher, except in the case of
brief quotations embodied in critical reviews and certain other
noncommercial uses permitted by copyright law. Institution of
Economic Development and Social
Researches Publications®
(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)
TURKEY TR: +90 342 606 06 75
USA: +1 631 685 0 853
E mail: iksadyayinevi@gmail.com
www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics
rules.

Iksad Publications – 2020©

ISBN: 978-625-7914-19-2
Cover Design: İbrahim KAYA
March / 2020
Ankara / Turkey
Size = 16 x 24 cm

İÇİNDEKİLER

EDİTÖRDEN

ÖNSÖZ

Prof. Dr. Suat GEZGİN

(1-2)

BÖLÜM 1

MUHAFAZAKÂR GAZETELERDE KADININ TEMSİLİ

Dr. Öğr. Üyesi Birol BÜYÜKDOĞAN

(3-38)

BÖLÜM 2

İLETİŞİMDE YENİ MEDYANIN GETİRDİĞİ DEĞİŞİMLER, GAZETECİLİK VE HABER İLETİŞİMİNDE DÖNÜŞÜM

Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU

(39-67)

BÖLÜM 3

KARA MİZAH PERSPEKTİFİ İLE 28 ŞUBAT SÜRECİNİ TURHAN SELÇUK KARİKATÜRLERİ ÜZERİNDEN OKUMAK

Dr. Tahsin Emre FIRAT

(69-114)

BÖLÜM 4

ANAAKIMA KARŞI ELEŞTİREL OLABİLMEK Türkiye’de Geçmişten Günümüze Yaşananlar

Dr. Oktay DEMİRTAŞ

(115-159)

BÖLÜM 5

MEDYADA ÖZDENETİM: HÜRRİYET VE SABAH GAZETESİ OKUR TEMSİLCİLERİNİN KÖŞE YAZILARINA YÖNELİK İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

Öğr. Gör. Hakan BAKAR

Öğr. Gör. Recep ALTAY

(161-197)

BÖLÜM 6

YOUTUBE'DA GAZETECİLİK YAPMANIN EKONOMİ POLİTİĞİ

Öğr. Gör. İsmail PİŞER

(199-225)

ÖNSÖZ

Gazetecilik araştıran, irdeleyen, sorgulayan insanların mesleğidir. Gazetecilik, bugün yalnız Türkiye’de değil dünyanın her yerinde en zor icra edilen ancak meslek ilkelerine bağlı kalınarak yapıldığında da en onurlu meslektir. Öte yandan gazetecilik, diğer pek çok özelliğinin yanı sıra tarihle ilişkisi açısından da diğer mesleklerden ayrılır. Gazeteci, haberleriyle gelecekte yazılacak tarihin günlük notlarını kayda düşer; geçmişin sesi olur, geleceğınse ayak izi... Nitekim tarih, önümüze bakmak için en önemli araçlardan biridir. Onun için geçmişte yaşadığımız deneyimler bizim için yol göstericidir. Bilinmeyenleri ortaya çıkarmak, tozlu sayfalara yansıyanlardan “değerler” yaratmak, mesleki direnci ve gücü arttıracaktır: “*Ana Akıma Karşı Eleştirel Olabilmek: Türkiye’de Geçmişten Günümüze Yaşananlar*” ile “*Kara Mizah Perspektifi ile 28 Şubat Sürecini Turhan Selçuk Karikatürleri Üzerinden Okumak*” isimli çalışmalar, bu nedendir ki gazeteciliğın kendi tarih yolculuğunu anlamlandırmasını sağlayacaktır.

Öte yandan gazetecilikte özdenetim olgusu son derece önemlidir ve gazeteciliğın hiçbir gücün gölgesinde kalmadan gerçekleştirilmesinde büyük rol oynamaktadır. “*Medyada Özdenetim: Hürriyet ve Sabah Gazetesi Okur Temsilcilerinin Köşe Yazılarına Yönelik İçerik Çözümlemesi*” de günümüzde gazeteciliğe karşı tutumun belirlenmesindeki etkiler üzerine yoğunlaşır, düşünmemize neden olacaktır.

Gazetecilik, yaşanan toplumsal olayların ve değişimlerin aynasıdır. Gündelik hayat, tüm boyutlarıyla medyaya yansıyor, yaşamın her anı

BÖLÜM 1

MUHAFAZAKÂR GAZETELERDE KADININ

TEMSİLİ¹

Dr. Öğr. Üyesi Birol BÜYÜKDOĞAN²

¹ Bu çalışma Birol Büyükdogan'a ait "İslami Basında Kadın" isimli doktora tezinden derlenmiştir.

² KTO Karatay Üniversitesi, SBBF, İletişim Tasarımı ve Yönetimi, Konya; Türkiye.
birol.buyukdogan@karatay.edu.tr

GİRİŞ

1970’li yıllardan itibaren tüm dünyada etkisini gösteren İslami hareketteki gelişmeler Türkiye’de de etkisini göstermiş, İslam dini daha fazla insanı etkilemiş ve kitle iletişim araçlarında kendine daha fazla yer bulmuştur. Bu değişim, basın sektöründe daha önce de var olmasına rağmen yeteri kadar dikkate alınmayan muhafazakâr basının daha da güçlenmesine neden olmuştur.

İlk çağlardan beri kadına karşı farklı toplumlarda farklı tutumlar sergilenmiş, kadın içinde bulunduğu kültürün etkisiyle ya ayaklar altına alınmış ya da baş tacı edilmiştir. Oğuzlar’da “hanın hanı” olarak itibar gören kadın, aynı dönem Arap toplumlarında ise, cinsiyetinden dolayı doğumda toprağa gömülme tehlikesiyle karşı karşıya kalabilmiştir.

Kadın kitle iletişim araçlarında farklı şekillerde temsil edilmekte, basının bir kısmını oluşturan muhafazakâr basında da belirli politikalar çerçevesinde kendine yer bulmaktadır. Kimi basın kadını cinsel bir meta olarak görürken, kimileri ise kadının haber değeri varsa sayfalarına taşıyabilmektedir. Bu çalışma kadının muhafazakâr basında nasıl yer aldığını değerlendirmektedir.

1. GAZETE KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ

Gazete günümüzde her entelektüelin bakmadan geçemediği, internet ya da televizyondan takip etse dahi, haberi teyit etme anlamında göz atmaktan vazgeçemediği bir kitle iletişim aracıdır. İnternetle birlikte giderek sanal ortama aktarılan gazeteler, baskı sayılarını azaltmakla

birlikte sanal ortam yoluyla her noktaya ulaşabildiklerinden okuyucu sayılarını da artırmışlardır.

İtalyanca “gazete” sözcüğünden gelen gazete kelimesi; politika, ekonomi ve daha başka konularda haber ve bilgi vermek için yorumlu ya da yorumsuz her gün ya da belirli zaman aralıklarıyla çıkarılan yayın anlamına gelmektedir (Toruk, 2008, s. 157). İlk gazetenin nerede yayınlandığı konusunda farklı kaynaklar farklı bilgiler vermektedir. Bazı kaynaklara göre ilk gazete 1609’da Bremen yakınlarındaki Augsburg’da yayımlanmıştır. Adı “Aviz Relation Oder Zeitung”dur. Aynı yıl, Strasburg’da “Relation” adlı bir başka gazetenin yayınlandığı bilinmektedir. Başka bir kaynak ise, Hollanda’da 1605’de ticari bültenden doğduğu düşünülen “Niuewe Tijdingen” adlı yayının ilk gazete olduğu üzerinde durmaktadır (Tokgöz, 2003, s. 58-59). Osmanlı İmparatorluğu’nda ilk gazete Fransız İhtilali haberlerini, Türkiye’de yaşayanlara duyurmak amacıyla 1794 yılında Fransızca olarak yayınlanan “Françoise de Constantinople”dir. Ayrıca, 1824 yılında İzmir’de “Smyreen” adlı bir gazete yayınlanmıştır. İmparatorluk sınırları içerisinde ilk Türkçe gazete (yarısı Arapça olan) 1828 yılında Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa tarafından yayınlanan “Vakayi-i Mısıryya”dır. İlk Türk gazetesi ise 1831’de yayın hayatına başlayan “Takvim-i Vekayi”dir (Bülbül, 2000, s. 12; Topuz, 2003, s. 13).

Gazetelerin doğuşunda, hiç kuşkusuz insanoğlunun haber alma ihtiyacı ve isteğinin büyük etkisi ve katkısı bulunmaktadır. Gazetecilik, haber malzemesi sayılan enformasyonun toplanmasını, yazılmasını,

düzeltilmesini ve dağıtılmasını içeren bir işlemdir. Gazeteciliğin temel işlevi haber vermektir (Tokgöz, 2003, s. 102).

Gazetelerin özelliklerine bakıldığında ilk söylenmesi gereken şey, öncelikle göze hitap eden kitle iletişim aracı olmalarıdır. Okuma yazma bilmeyenler gazetelerin yazdıklarını okuyamazlar, ancak dinleme yoluyla yararlanabilirler. Gazeteler, aynı zamanda saklanabilir bir belge niteliği de taşımaktadır. Bu yönden belge olması nedeniyle, istendiği zaman tekrar okunma ve gözden geçirme imkânı bulunmaktadır. Gazeteler haberleri daha ayrıntılı ve derinliğine inerek sunarlar. Haberlerin değişimi radyo ve televizyona oranla (internete de y.notu) daha yavaştır. Zamanı, radyo ve televizyona oranla daha elverişli olarak kullanmaları, daha kapsamlı haber vermelerine yol açmaktadır. Bu nedenle gazeteler ekonomik olanakları yeterliyse, haber malzemesi fazlalığı halinde sayfalarını artırma olanağını her zaman zorlayabilirler. Radyo ve televizyon ise, gazetelerin bu özelliğinden yararlanamamaktadır (Tokgöz, 2003, s. 104). Yukarıda sıralanan bu özellikler avantaj olmakla birlikte dezavantaj durumuna da gelebilmektedir. Gazetenin yazılı olması, okuma-yazma gerektirmesi, bir bedel ödenerek alınması, gidilip alınması ve getirilmesi, haberi diğer kitle iletişim araçlarına göre en geç vermesi birer dezavantaj olarak sayılabilir. Ancak gazete, haberi en ayrıntılı ve doyurucu olarak veren bir araçtır. Öte yandan diğer kitle iletişim araçlarından farklı olarak enerji ihtiyacı gerektirmemesi, kablo-anten ve alıcıya ihtiyaç duymaması, istenilen yer ve zamanda okunabilmesi ise avantajları olarak sayılabilir (Kaya, 2005, s. 70-71). İnternetin yaygınlaşmasıyla

birlikte basılı gazetelere olan talep azalırken, dijital gazetelere olan talep ise artmaktadır. Dijital gazete okumak için internete ihtiyaç duyulması bir dezavantaj olmasına rağmen, istenilen yer ve zamanda okuma imkânı vermesi, aylık internet maliyetlerinin bir aylık basılı gazete fiyatına yakın seviyelerde olması, dijital gazeteleri avantaj haline getirmektedir.

2. TÜRKİYE’DE KADIN

Türkiye’de kadını tanımlamadan önce içinde yaşadığı toplumu tanımlamakta yarar görülmektedir. Türk toplumunu tek bir grupta tanımlamak mümkün değildir. Türk toplumunu kültürel olarak üç grupta toplamak mümkündür. İlk grup, geleneksel ya da feodal değerlerin etkili olduğu kırsal kültürdür. İkinci grup ise önemli oranda sanayileşmiş ve çağdaş batılı değerleri benimsemiş kentsel gruptur. Üçüncü grup ise bu iki grubun kesiştiği yerde duran “yeni kentli” gruptur (Tekeli, 1998). Tarım arazilerinin azalması ve tarımdan elde edilen gelirlerin düşmesi, toprak paylaşımındaki adaletsizlikler, makineleşmenin artması, iş olanaklarının ve yaşam kalitesi açısından şehirlerin daha fazla olanaklar sunması, insanları köyden kente göçe yöneltmiş, yerinden memnun olmayanların sayısı gün geçtikçe artmıştır. Köyden kente gelen insanlar, kente uyum sağlamak yerine kentin kendisine uyum sağlamasını beklemiş, kendine yeni bir dünya yaratmıştır. Bu yeni dünyada giyim, kuşam ve araçlar kentli gibi, yaşam tarzı ve fikirler ise geleneksel bir yapıda oluşmuştur. Bu yeni dünya yıllar boyu politikacılar için oy deposu, örgütler için sempatizan kazanma yeri ve tarikatlar için ise mürit kazanma alanı olarak

görülmüştür. Mardin bu karmaşık yapıya şöyle bir yorum getirmektedir (Mardin, 2000, s. 51):

Modern Türkiye'nin tarihi, ne Cumhuriyetçilik ile Saltanat arasında bir çatışmanın, ne de İslam ile Sekülerizm arasında bir kavga'nın tarihidir. Modern Türkiye'nin tarihi, birbiri içine nüfuz eden ve yakınlıkları içinde dönüştürülen "geleneksel" güçler ve modernlik arasında, karmaşık çok katmanlı bir karşılaşmadır. Modern Türkiye'nin tarihi, aynı zamanda bu güçlerin buluştuğu ve değiştiği yeni alanların yaratılışının öyküsüdür.

Kadının böyle bir toplum içindeki yeri diğer toplumlardan pek farklı görünmemektedir. Geçmişten gelen ataerkil yapının karşısında yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin getirdiği kadınlara yönelik pozitif ayrımcılık, kadınlar açısından bazı konularda olumlu değişimler yaratmış olmasına rağmen beklenen düzeyde bir eşitlik veya hak edilen yerde bulunma gibi bir durum söz konusu olmamıştır.

Böyle bir toplumsal yapıda kadının statüsüne Amal Rassam (1996) üç farklı boyuttan bakmaktadır. Bunlar, iktidarın toplumsal örgütlenmesi, kadın bedenini denetleyen ideolojik ve kurumsal araçların niteliği ve toplumdaki cinsel iş bölümü ve rollerdir (Berktaş, 2000, s. 15-16). Toplumsal yaşamda ideal kadın, ideal erkek, iyi memur, iyi müdür ya da iyi yurttaş gibi roller gerek aile ve eğitim kurumları gerekse kitle iletişim araçları kanalıyla bireylere öğretilir. Öğrenilen roller, toplumun geneli tarafından onaylandığından birey bunları özümser ve kendine mal eder (Bıçakçı, 2004, s. 75). Toplumsal yapıda kadına biçilen rol çoğunlukla eş ve anne olarak karşımıza çıkar (Beauvoir, 1993, s. 11-

14). Sümer (2001) tarafından Türk ve Norveçli kadınlar üzerinde yapılan bir araştırmada toplumsal yapının ne denli önemli olduğu ortaya çıkmaktadır. Araştırmaya göre, Türk kadınları cinsiyetlerini önemsemezken Norveç kadınları cinsiyeti önemli bir belirleyen olarak görmektedirler. Türk kadınları güçlü bir ben duygusuna sahipken, Norveç kadınları ise güçlü bir biz duygusuna sahipler. Türk kadınları en önemli toplumsal kurumu aile olarak ifade ederken, Norveç kadınları ise, refah devletini en önemli kurum olarak görüyor (Sümer, 2001, s. 111-112). Bu sonuçlar, eğitimle kazandırılan özgüven, toplumsal örgütlenmeyle birlikte gelen güç ve devletin millet için var olması gibi kavramların henüz Türk kadınına kazandırılmadığını da göstermektedir.

Kadına anne veya eş rollerinin yanında, toplumun ya da kitle iletişim araçlarının verdiği diğer bir rol ise bakımlı kadın rolüdür. Süslenmek ve modayı takip etmek bu rolün bir gereği haline gelmiş gibidir (Beauvoir, 1993, s. 168; Aktaş, 1991, s. 76). Kitle iletişim araçlarından gazete ve dergilerin özellikle hafta sonu ekleri kadın bakımı ve moda üzerine reklam ve tavsiyeleri içeren onlarca sayfa ile karşımıza çıkmaktadır.

Amerikalı uzman psikolog Cordelia Fine yeni kitabında toplumun kadına verdiği rolü irdeleyerek, erkeklerin doğuştan analitik ve rekabetçi, kadınların ise doğuştan merhametli ve anaç bir zekaya sahip oldukları inancının doğru olmadığını, cinsiyetlerin beyin tarafından değil, toplum ve kültür tarafından şekillendirildiğini söylüyor (milliyet, 2010, s. 6).

Türkiye’de kadın bir çok alanda bulamadığı eşitliği, bu alanda mücadele etmenin en uygun ortamı olan TBMM’de de bulamamıştır. Türkiye nüfusunun %49,8’ini kadınlar oluşturmaktadır. 1935 yılında kadınlara seçme ve seçilme hakkının verilmesini takiben yapılan ilk seçimlerde meclisin %4,5’i olan kadın milletvekili oranı 1973 yılında %1,3, 2002 yılında %4,4 olmuş ve 2018 yılında ise %17,32’ye ulaşmıştır.

2018 yılı rakamlarına göre; okuma yazma bilmeyen kadın oranı %4,8 iken erkek oranı ise %1,5’dir. İstihdam edilme oranı erkeklerde %65,6 iken kadınlarda ise %28,9’dur. Sektörler açısından, kadınlar %56,1 ile en çok hizmet sektöründe çalışmaktadır. Yüksek öğretimdeki kadın profesör oranı %31,2, doçent %38,8 ve öğretim görevlisi ise %50,2’dir. 2018 yılı itibariyle yönetici pozisyonundaki kadın oranı %17,3 olmuştur. Tüm bu olumsuz tablolara karşın doğuştan beklenen yaşam süresi erkeklerde 75,3 yıl kadınlarda ise 80,8 yıldır (TUİK, 2019). Yukarıdaki sonuçlar uzun yaşamak dışında kadınlar için eşit bir Türkiye olmadığını göstermektedir. Hatta daha uzun yaşamaya daha uzun süre çile çekme eleştirisi bile getirilebilir. 1923 yılında Türk kadını için hedeflenen konulara, aradan geçen 100 yıla yakın bir sürede erişilememesi ise her kesimden kurumun sorumlusu olduğu bir başka acınası durumdur.

3. METODOLOJİ

3.1. Amaç ve Kapsam

Bu çalışmanın amacı muhafazakâr gazetelerde kadının ne şekilde temsil edildiğinin değerlendirilmesidir. Araştırma hem nicel hem de nitel bir araştırmadır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak görüşme ve içerik analizi teknikleri kullanılmıştır.

Burada dikkate alınan muhafazakarlık tanımını ise şu şekilde yapmak mümkündür. Muhafazakârlık; “1789 Fransız devriminin ardında yatan Aydınlanmaya, onun akıl ile tüm dünyayı anlayıp yine akıl yoluyla tüm dünyayı değiştirmeyi ilke edinmiş akıl anlayışına ve bu akıl anlayışından türemiş siyasi projelere ve bu siyasi projeler doğrultusunda toplumun dönüştürülmesine ilişkin öneri ve uygulamalara muhalif olarak ortaya çıkan, siyaseti sınırlamayı ve toplumu bu tür devrimci ve tepeden inmece yapma dönüşümlerden korumayı amaçlayan bir siyasi felsefeyi, bir düşünce geleneğini ve zaman içinde oluşan bir siyasal ideolojiyi” (Özipek, 2004, s. 6) ifade eder. Bu hali ile muhafazakârlık, değişim karşısında geleneği vurgulayan, onu ön plana çıkaran, yerleşmiş adet ve kurumları sürdürmeyi isteyen ve bu çerçevede geleneğe kutsal bir özellik atfeden ve geleneğin tarihi bilgelik ve tecrübeyi temsil ettiğini kabul eden bir ideolojidir (Yılmaz, 2003, s. 94).

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Türkiye’de günlük basılarak para karşılığı satılan ulusal muhafazakâr gazetelerdir. Araştırmanın yapıldığı Şubat-Nisan

2009 tarihi itibariyle Zaman, Türkiye, Yeni Şafak, Vakit, Yeni Asya, Tercüman, Millî Gazete, Yeni Mesaj muhafazakar gazeteler olarak tanımlanabilecek gazetelerdir (Karaaliöğlu, 2013). Araştırmada gazetelerin tirajları dikkate alınarak ilk dört sırada olan Zaman, Türkiye, Yeni Şafak ve Vakit gazeteleri (Medyatava, 2009) örneklem olarak seçilmiştir. Araştırmada iki ayrı veri toplama tekniği kullanılmıştır. Bunlardan bir tanesi görüşme tekniği diğerisi ise içerik çözümlemesi tekniğidir. Görüşme tekniğinde, içerik çözümlemesinde örneklem olarak alınan gazetelerin genel yayın yönetmenleri ile görüşme yapılmıştır. İçerik çözümlemesinde ise, araştırma söz konusu gazetelerin 15 Şubat-30 Nisan 2009 tarihleri arasındaki basılı nüshaları üzerinden yapılmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönemde araştırma kapsamındaki dört gazetenin reklam ve köşe yazıları dışında kalan ve haber olarak adlandırılan bölümlerinde kadınla ilgili bütün haber ve fotoğraflar dikkate alınmıştır. Çalışmada söz konusu döneme ait 4766 haber ve habere ait fotoğraf değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

3.3. Veri Toplama Tekniği ve Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak görüşme formu ve içerik çözümlemesi formu kullanılmıştır. Görüşme formunda öncelikle, mevcut kavramsal çerçeveden yararlanarak yarı yapılandırılmış sorular hazırlanmıştır. Sorular alandaki uzman akademisyenlerce incelendikten sonra forma son şekli verilmiştir. İlgili gazetelerin genel yayın yönetmenlerinden randevu talep edilmiş, ancak gazeteler soruların e-posta olarak gönderilmesini talep etmişlerdir. Form; Türkiye, Yeni Şafak, Zaman ve Vakit gazetelerinin genel yayın yönetmenlerine

gönderilmiş, ancak Zaman, Türkiye ve Vakit gazetelerinden cevap gelmiş, Yeni Şafak gazetesinden cevap alınamamıştır. Görüşme formundaki sorular aşağıya çıkartılmıştır:

- a. Medyanın bir kısmında dile getirilen “İslami Basın” veya bir başka kısım medyada söylenen “İslami Hassasiyetlere Saygılı Basın” kavramları için gazeteniz neler düşünmektedir.
- b. Gazetenizin kadınlarla ilgili olarak; kadın eğitimi ve kültür, kadının toplum içindeki yeri, kadın ve din, moda ve magazin gibi konularda genel yayın politikası nedir?
- c. Gazetenizde kadınlar için ayrılmış bir sayfa var mı? Varsa kadınlar için ayrı bir sayfa hazırlamanın gerekçesi nedir?
- d. Gazeteniz hafta sonu eki veriyorsa hedef kitlesi kimleri kapsamaktadır. Bu eklerin hazırlanmasında çoğunlukla kimler görev almaktadır?
- e. Gazetenizin muhabir ve yazar kadrosunda cinsiyete dönük olarak bir oranlama söz konusu mudur?

İçerik çözümlemesi için öncelikle içerik çözümlemesi kategori formu oluşturulmuştur. Bu formda haberin yayımlandığı ay, tarih, haftanın günü, gazetenin adı, gazetenin bölümü, haberin konumu, kapladığı alan, haberde fotoğraf kullanma durumu, fotoğrafın başörtülü olup olmama durumu, haberin niteliği, konusu, haberde yer alan kadının adı, haberde kadının nasıl nitelendiği, haberin yayınlanma nedeni ve muhabirin cinsiyeti bölümleri yer almıştır. Yukarıda sıralanan 15 kategoriye göre oluşturulan içerik çözümlemesi kategori formu ile 4766 haber 15 sütun halinde SPSS programına girilmiştir.

3.4. Araştırmada Kullanılan İstatistiki Teknikler

Araştırma için gönderilen ve e-posta ile alınan görüşme formları öncelikle bilgisayara girilmiş, katılımcıların her bir soruya verdiği cevaplar bir araya getirilmiştir. Her bir sorunun ana ve alt kodları belirlenmiş ve sorulara verilen ortak cevaplar sıralanmıştır.

Diğer veri toplama tekniği olan içerik çözümlemesi kodlama formuna öncelikle tüm veriler kaydedilmiştir. Kaydedilen veriler daha sonra SPSS-15 veri analiz programına aktarılmıştır. Verilerden öncelikle tanımlayıcı istatistiki değerler olarak sayı ve yüzde değerlerini ifade eden frekans tabloları ile kategoriler arasında karşılaştırma yapabilmek için değişkenlere ait sayı ve yüzdeleri veren çapraz tablolar elde edilmiştir. Daha sonra elde edilen veriler kuramsal bölümde yer alan bilgilerle ilişkilendirilerek değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

3.5. Görüşmeye Ait Bulgular

Çalışma kapsamında muhafazakâr gazeteler olarak adlandırılan Türkiye, Zaman, Yeni Şafak ve Vakit gazetelerinden derinlemesine görüşme için randevu talep edilmiş, yalnızca üç gazete Zaman, Vakit ve Türkiye gazeteleri soruların e-posta ile gönderilmesini talep edip cevaplamışlardır. Araştırmaya yönelik gönderilen sorular ve alınan cevaplar şu şekildedir:

Soru 1: Medyanın bir kısmında dile getirilen “İslami Basın” veya bir başka kısım medyada söylenen “İslami Hassasiyetlere Saygılı Basın” kavramları için gazeteniz neler düşünmektedir?

Cevap 1: Araştırma kapsamındaki gazeteler “İslami Basın” kavramını yanlış bulduklarını, bunun yerine İslami hassasiyetlere saygılı basın tanımlamasının daha uygun olacağını belirtmişlerdir. Bu tanımlamayla istismarın önüne geçilebileceği gibi bunun dışında kalan basına nasıl bir tanımlama yapılacağı belirsiz olduğu da ifade edilmiştir. Bu konuda örnek bir görüşme aşağıdadır.

X₁: Halkımızın büyük çoğunluğu gibi milli ve manevi değerlere saygılı bir gazeteyiz. Ama kesinlikle radikal değiliz. Bizimle aynı düşünceleri paylaşmayanlara karşı bir yıpratma politikamız yoktur. Her türlü fikre saygılıyız ama biz Türk milletinin büyük çoğunluğu gibi düşünüyoruz. Elbette İslami değerlere de saygılıyız.

Soru 2: Gazetenizin kadınlarla ilgili genel yayın politikası nedir?

Cevap 2: Gazeteler, kadını bir pazarlama aracı, satış stratejisi olarak görmediklerini, gazetelerin ön ve arka sayfalarına sırf güzelliği/çekiciliği için konulmuş kadın fotoğrafına rastlanamayacağını, üçüncü sayfanın felaket sayfası olmadığını, üçüncü sayfa haberlerinde kadına yönelik şiddetin ya da suiistimalin özendirici bir şekilde anlatılmadan verildiğini belirtmektedirler. Gazeteler kadın cinselliğinin gazeteler ya da eklerinde sömürülmediğini ayrıca belirtiyorlar. Yine bu gazetelere göre kadın eğitimi erkek eğitiminden daha önemli. Kadın eğitimi, toplumun çekirdeği ailenin temel taşı olan anne için önemlidir deniyor. Ancak bir başka gazete bu eğitim sırasında ve kadının toplumdaki yeri denildiğinde, İslami hassasiyetlere saygılı olunması gerektiğini belirtiyor. Aşağıda bu konuda bir görüşme örneği yer almaktadır.

Y₁: Kadın haberleri yer alacaksa bu kadının bedeninden ya da cinselliğinden dolayı olmamalı. Yaptığı işi, karakteri ve sosyal statüsü ön plana çıkmalı. Bu nedenle kadına yönelik şiddet haberleri en ince detayına kadar anlatılmak yerine makul ölçülerde yer almalı. Bizim için kadının eş, anne, ahlaklı bir kadın olarak örnek olması, cinsel obje olmasından daha kayda değerdir.

Soru 3: Gazetenizin kadınlara dönük ayrı bir sayfası var mı? Bu sayfanın gerekçesi nedir ve kimler tarafından hazırlanmaktadır?

Cevap 3: Daha çok kadınların okuyabileceği bir Aile Sağlık sayfası mevcut olduğu belirtilip bu sayfada kadın haberleri, başarılı kadınlarla röportajlar, çocuk eğitimi, sağlık konuları, örgün eğitim ve psikoloji konularında haberler verildiği belirtilmektedir. Bu sayfalar çoğunlukla kadın muhabirler tarafından hazırlanmaktadır. Genel Yayın Yönetmenlerinden kadınlara ilgili sayfaların yetersiz olduğunu düşünüp aşağıdaki gibi özeleştiriyenler de çıkmaktadır.

X₂: Gazetemizin genel dokusuna bakıldığında “ulusal” bir gazete olmanın gereği izlediğimiz mecburi gündemin durumu ve fikir gazetesi olmanın getirdiği ağırlık gibi sebeplerle bayan okuyucuların çok merak etmeyeceği bir yapıda olduğumuzu düşünüyoruz ve bu günlerde, bu eksikimizi telafi gayreti içindeyiz.

Soru 4: Gazetenizin hafta sonu eklerinin hedef kitlesi kimlerdir? Bu eklerin hazırlanmasında çoğunlukla kimler görev almaktadır?

Cevap 4: Gazeteler hafta sonu eklerinde daha rahat okunabilir haberlerin yer aldığını belirtiyorlar. Açıklamalarda hedef kitlenin ise ailenin tüm bireyleri olduğunun altı çiziliyor. Eklerin hazırlanmasında

ise %90 oranında kadınlar çalışıyor. Bu konudaki örnek bir görüşme aşağıdadır.

X₃: Diğer gazetelerin hafta sonu eki çıkarma gerekçeleri bizim içinde geçerli. Daha soft haberleri bulmak mümkün. Hafta sonu rahatça okunabilecek, görselliğinin daha ince düşünüldüğü Cuma, Cumartesi ve Pazar eklerimiz var.

Soru 5: Gazetenizin muhabir /yazar kadrosunda kadın oranı ne kadardır?

Cevap 5: Gazeteler; yeni kuşak muhabir kadrosunda kadın erkek oranının birbirine yakın olduğunu ancak yaş ilerledikçe erkek ağırlıklı bir yapının ortaya çıktığını belirtiyorlar. Gelen e-postalarda kadın yazar sayısının verilmesine yanaşılmazken, bu sayının günden güne arttığı belirtilmektedir. Rutin haber alma yerine haberlerin ajanslardan temin edildiğini belirten bir gazete buna rağmen bir kadın muhabir, üç kadın editör ve dört kadın yazarı” olduğunu belirtiyor. Bu konuda örnek görüşme formu aşağıdaki gibidir.

X₄: Artık gazetelerde muhabir kavramının şekli değişti. Yani klasik anlamda, rutin gelişmeler daha ziyade ajanslardan temin edilmekte, “özel muhabir” diye niteleyebileceğimiz az sayıdaki kadrolarla özel haber üretimi veya genel haberler üzerinde yapılacak editöryal çalışmalarla özel hale getirebilmek hedeflenmektedir. Örneğin 10 yıl önceki 70 olan muhabir kadromuz bugün 5’e inmiştir.

3.6. İçerik Çözümlemesi Bulguları

Haberlerin öncelikle frekans dağılımına dönük çıktıları tablo 1’dir.

Tablo 1: Haberlerin Ay, Gün ve Gazetelere Göre Dağılımı

Haberin Yayım Ayı	Frekans	Yüzde
Mart	2084	43,7
Nisan	1815	38,1
Şubat	867	18,2
Toplam	4766	100,0
Yayım Günü	Frekans	Yüzde
Pazar	750	15,7
Cumartesi	730	15,3
Perşembe	688	14,4
Çarşamba	677	14,2
Cuma	670	14,1
Salı	657	13,8
Pazartesi	594	12,5
Toplam	4766	100,0
Gazete Adı	Frekans	Yüzde
Zaman	1450	30,4
Türkiye	1209	25,4
Yeni Şafak	1208	25,3
Vakit	899	18,9
Toplam	4766	100,0

Tablo 1’e göre; kadınlarla ilgili haberlerin %18,2’si Şubat, %43,7’si Mart ve %38,1’i ise Nisan ayında yayınlanmıştır. Mart ayının yerel seçim ayı olması nedeniyle siyasi haberlerle bağlantılı yoğunluk diğer iki aya göre daha fazla olmuştur. Haberler haftanın günlerine dönük olarak en düşük % 12,5 ile pazartesi günü ve en yüksek % 15,7 ile pazar günü yayınlanmıştır. Pazar günündeki yoğunluğun özellikle kadına dönük hafta sonu eklerinden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Analizi yapılan Zaman ve Yeni Şafak gazeteleri hafta sonu eki verirken,

Türkiye ve Vakit gazeteleri ise hafta sonu eki vermemişlerdir. Haberlerin gazetelere göre dağılımına bakıldığında haberlerin %30,4'ü Zaman'da, %25,4'ü Türkiye gazetesinde, %25,3'ü Yeni Şafak ve %18,9'u ise Vakit gazetesinde yayınlanmıştır. Haberlerin gazetelerin bölümlerine göre dağılımı ise tablo2'dedir.

Tablo 2: Haberlerin Gazetelerin Bölümlerine Göre Dağılımı

Gazetenin Bölümü	Frekans	Yüzde
Gündem	1195	25,1
Kadın aile sağlık	1142	24,0
Televizyon	1019	21,4
Spor	303	6,4
İlk sayfa	294	6,2
Kültür sanat	217	4,6
Ekonomi	169	3,5
Dış haberler	135	2,8
Arka sayfa	115	2,4
Bölge haberleri	75	1,6
Magazin	60	1,3
Din tefekkür	41	,9
Bilim ve teknoloji	1	,0
Toplam	4766	100,0

Tablo 2'deki, haberlerin gazetelerin bölümlerine göre dağılımına bakıldığında, haberlerde ilk sırada %25,1 ile gündem, %24 ile kadın, aile ve sağlık, %21,4 ile televizyon sayfaları yer almaktadır. Haberlerin bölümlere göre dağılımında, son üç sırayı ise %1,3 ile magazin, %0,9 ile din/tefekkür ve %0,01 ile bilim ve teknoloji bölümleri almıştır. Kadın en fazla gündem sayfalarında yer alırken en az bilim ve teknoloji sayfalarında yer almıştır.

Haberlerin fotoğrafla desteklenme durumuna bakıldığında, haberlerin %77,3'ü fotoğrafla desteklenirken %18,7'si ise fotoğrafsız olarak yayınlanmıştır. Fotoğrafsız olarak verilen haberlerin çoğunluğu polis ve adliye haberleri ile kadın spor takımlarının faaliyetlerinin anlatıldığı küçük hacimli haberlerdir. Haberlerde kullanılan fotoğraflarda; %46'sı kadınların başörtüsüz olduğu fotoğraflar, %15,8'i haberin kadınla ilgili olduğu ancak kadının olmadığı fotoğraflar, %11,0'i kadın başörtülü olduğu fotoğraflar ve %4,8'i başörtülü ve örtüsüz karışık olarak yer aldığı fotoğraflar şeklinde yer almışlardır.

Başörtülü kadın fotoğraflarının %42'sine çoğunlukla eş, anne, gibi nitelermeler yapılırken, başörtüsüz kadın fotoğraflarının %58'ine ise makam ve mesleğine göre nitelirmede bulunulmuştur. Bu sonuçlar, söz konusu dört gazetenin haberde fotoğraf kullanırken başörtüsüne dönük bir tercihte bulunmadığını göstermektedir. Sonuçlarda yönetici ve meslek sahibi kadın fotoğraflarının çoğunlukla başörtüsüz olarak çıkması, araştırılması gereken bir başka konu olarak dikkate alınabilir.

Haberlerin niteliğine bakıldığında %92,4'ü bilgilendirme, %4,8'i tavsiye, %2,5'i eleştiri ve %0,3'ü ise iddia türü haberlerden oluşmaktadır. Tavsiye türü haberler özellikle kadın, aile ve sağlık sayfalarında yer alan yemek, sağlık, güzellik ve mutlu yaşam gibi konularda yer alan yazılardan oluşmaktadır. Eleştiri türü haberler ise siyasi partilerde yer alan kadınlara dönük eleştirilerden oluşmaktadır. Haberlerin niteliği bakımından, muhafazakâr gazetelerin kadınla ilgili haberlerinin çoğunlukla tarafsızlık sınırları içerisinde kaldığını söylemek mümkündür.

Bölüm haberlerinin gazetelere dağılımına bakıldığında, ilk sayfa haberlerinin ve gündem haberlerinin çoğunluğu Vakit gazetesinde yer almıştır. Ekonomi, dış haberler, bölge haberleri, kültür sanat haberleri, arka sayfa haberlerinin ise çoğunluğu Türkiye gazetesinde yer almıştır. Kadın aile haberleri, kadın sporcu haberleri, bilim ve teknoloji haberleri çoğunlukla Yeni Şafak gazetesinde yer alırken, televizyon haberlerinin çoğunluğu ise Zaman gazetesinde yer almıştır.

Gazetelerin kendi içindeki kadın haberleri yoğunlukları ise şu şekildedir. Zaman gazetesinin kadın haberlerinin %61,0'ı televizyon programları ve diziler konusunda, %19,9'u kadın ve aile konusunda, %8,4'ü ise gündeme dair haberlerden oluşmaktadır. Türkiye gazetesinde kadın haberlerinin %30,6'sı gündem haberleri, %20,8'i kadın ve aile, %12,4'ü ise kültür ve sanat haberlerinden oluşmaktadır. Yeni Şafak gazetesinin kadınlara ilgili haberlerinin %46,98'u kadın ve aile, %20,7'si spor, %12,7'si ise gündeme dair konulardan oluşmaktadır. Vakit gazetesinde yayınlanan kadın haberlerinin %61,2'si gündeme dair haberler, %18,7'si ilk sayfa haberleri, %7,7'si ise ekonomi haberleri ve %5,7'si ise kadın ve aile haberlerinden oluşmaktadır.

Kadın spor takımları ve kadın sporcularla ilgili haberlere bakıldığında, toplam 153 haberin %46,4'ü Türkiye gazetesinde, %28,1'i Zaman gazetesinde, %24,2'si Yeni Şafak gazetesinde ve %1,32'ü ise Vakit gazetesinde yer almıştır. Vakit gazetesinin voleybol ve basketbol kadın takımlarına dönük mayolu sporcu fotoğraflarını sayfalarına koymama

yönündeki tutumu, gazetenin bu derece düşük bir sporcu haberi oranına sahip olmasına neden olmuştur.

Araştırmada 4766 haberden adı beş ve daha fazla tekrarlanan 653 kadın adı tespit edilmiştir. 653 kadın adının ilk sırasında 53 haber ve %8,1 ile Emine Erdoğan, aynı oranla Hillary Clinton, 42 haber ve %6,4 ile ise Hayrunnisa Gül yer almıştır. Emine Erdoğan ve Hayrunnisa Gül yerel seçim dönemi olduğu için eşlerinin yurt gezilerinde eşlik ederken ve sosyal sorumluluk projelerinde yer alırken haber olmuşlardır. Hillary Clinton ise, dönemin ABD Dış İşleri Bakanı olarak her uluslararası konuda gündeme gelmiştir.

Haberlerde meslek ve statüye göre en çok haber yapılan kadınlara bakıldığında; politikacı olarak Nimet Çubukçu, Tansu Çiller ve Rahşan Ecevit, Hillary Clinton, Angela Merkel ve İngiltere Kraliçesi Elizabeth Alexandra yer almışlardır. Gazetelerin kadın politikacılara ayırdıkları oranlara bakıldığında, kadın politikacı haberlerinin %33,3'ü Yeni Şafak, %26,2'si Zaman, %20,6'sı Türkiye ve %19,9'u ise Vakit gazetelerinde yayınlanmıştır.

Sporcu kadınlar olarak ilk sıralarda halterci Nurcan Taylan, atlet Süreyya Ayhan gündeme gelmişlerdir. Kadın spor haberlerinin %32'si Türkiye, %31,9'u Zaman, %28,3'ü Yeni Şafak ve %0,02'si yani 307 haberden yalnızca 1 tanesi Vakit gazetesinde yer almıştır. Diğer üç gazete birbirlerine yakın oranlarda kadın spor haberlerini verirken, Vakit kadın sporu konusunu görmemezlikten gelmektedir.

Tablo 3: Haberlerde Kadınların Nitelemelerine Göre Dağılımı

Niteleme	Frekans	Yüzde
Haberde niteleme yok	1351	28,3
Dizide canlandırılan role göre	783	16,4
Ailedeki durumuna göre	749	15,7
Mesleğine göre	654	13,7
Görevine göre	418	8,8
Cinsiyete göre	300	6,3
Millilik vurgusuna göre	90	1,9
Kılık ve kıyafete göre	63	1,3
Yaşa göre	55	1,2
Spor takımıyla ilişkilendirilen	51	1,1
Siyasal kimliğe göre	50	1,0
Başarı ve güzellik vurgusuna göre	47	1,0
Öğrenim durumuna göre	38	,8
Adli durumuna göre	31	,7
Sosyal sınıfa göre	22	,5
Sağlık durumuna göre	18	,4
Bireysel spor başarısına göre	16	,3
Çirkin, olumsuz niteleme	14	,3
Sosyal ve toplumsal faaliyete göre	8	,2
İnancına göre	7	,1
Geleneksel nitelemeler	1	,0
Toplam	4766	100,0

Tablo 3'e göre, haberlerin %28,3'ünde niteleme olmazken, %16,4'ü dizide canlandırılan role göre nitelenmiştir. Haberlerin %15,7'si ailedeki görevine (eşi, annesi, kız, first lady, nine, kız kardeş, karısı) göre nitelenirken, %13,7'si mesleğine göre, %8,8'i ise işine (ABD Dış İşleri Bakanı, Bakan, TUSİAD Başkanı gibi) göre nitelenmişlerdir. Tablodaki %28,3'lük haberler kadın ve aile sayfalarında genel ifadelerle ortaya konduğundan kadınla ilgili bir niteleme söz konusu olmamıştır.

Araştırmadaki 4766 haberden 60 tanesinde, kadınla ilgili tüm haberlerin %0,012’de kılık kıyafetle ilgili nitelendirilmiştir. Bu haberlerde; kadın, çarşafli kadın, başörtülü kadın, başörtülü öğrenci, çarşafli hanımefendi, başörtüsü mağduru, başörtülü hanım, başörtülü sandık görevlisi gibi nitelendirmelerde bulunulmuştur. Söz konusu nitelendirmelerin, başörtülü kadınların kamu kurumları, öğretim kurumları gibi yerlere girişlerinde kıyafetlerinden dolayı oluşan sorunlardan dolayı gündeme getirildikleri değerlendirilmektedir.

Kadın güzelliği ve moda ile ilgili haberler 48 haber ve %0,01 ile çok düşük bir seviyede kalmıştır. Bu haberler, moda ve makyaj tavsiyeleri üzerine haberlerden oluşmaktadır. Bu konuda yayınlanan 48 haberin %46,8’i Yeni Şafak, %27,7’si Türkiye, %25,5’i Zaman’da yer alırken Vakit gazetesinde bu konuda hiçbir haber yer almamıştır.

Araştırmada, kadındaki başarıyı ve güzelliği övmeye dönük nitelendirme içeren ise 47 habere rastlanmıştır. Bu haberlerin %95,7’si başörtüsüz kadın fotoğraflarının yer aldığı haberlere yapılmıştır. Bu tür nitelendirmelerin %4,3’ ise başörtülü kadınların olduğu haberlerdir. Kadının başarısının ve güzelliğinin övüldüğü başörtülü kadın fotoğraflarının olduğu haberler; Kurtuluş Savaşında kahramanlık gösteren Kozanlı Kara Fatma ve Nene Hatun haberleridir. Bunun dışında başörtülü kadın fotoğrafı bulunan haberlerde kadının başarısı ya da güzelliğine dönük bir nitelendirmede bulunulmamıştır. Muhafazakâr basın istediğinde kadına övgüde bulunabilmektedir. Muhafazakâr basının başörtüsüz kadınlara dönük övgü dolu nitelendirmeleri ise şu şekildedir. Ünlü opera sanatçısı, ünlü şarkıcı, ilk kadın pilot, ilk kadın

vatman, güzel yıldız, süperstar, pop müziğin güçlü sesi, en güzel kadın politikacı, sanat müziğinin dev ismi, çiçek, aydın gibi nitelermeler bunlardan birkaç tanesidir.

Magazinle ilgili haberlere bakıldığında 92 haber ve %0,02 ile çok düşük bir seviyede oldukları görülmektedir. Bu haberlerin tamamına yakını ünlülerin hayatlarından kesitler şeklinde verilmiştir.

Kadınla ilgili haberlerin %58'inde muhabirin cinsiyeti belirtilmemişken, haberlerin %35,0'ında erkek ve %6,1'inde ise kadın muhabirler görev almışlardır. Kadın muhabirler tarafından hazırlanan bu haberlerin %58,8'i Zaman, %22,8'i Yeni Şafak, %16,3'ü Türkiye ve %2,1'i ise Vakit gazetesinde yer almıştır. Zaman kadın muhabirler tarafından hazırlanan haberlerin yarısından fazlasına sahipken, Vakit ise çok az sayıda haberde kadın muhabir kullanmıştır. Haberlerin çoğunluğu ajanslardan alındığından muhabirin cinsiyeti konusundaki belirsizlik normal karşılanmaktadır. Ancak kadın muhabir sayısının erkek muhabir sayısının beşte biri seviyesinde olması ise, kadın muhabirlere dönük bir negatif ayrımcılığı da göstermektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

1970'li yıllarda dünya üzerinde görülen kadın hareketlerindeki artış Türkiye'de de etkisini göstermiş gerek feminist ve gerekse diğer kadın örgütlenmelerinde büyüme meydana gelmiştir. Bu büyüme özellikle dergiler yoluyla kendisini göstermiş ve özellikle kadın dergilerinin ortaya çıkışı 1970'li yıllardan itibaren yoğunlaşmıştır. Bu dönem aynı zamanda dini hassasiyetleri yüksek muhafazakâr gazete ve dergilerin

de yoğunlaşmaya başladığı dönemdir. Bu yoğunlaşma kadın erkek eşitliği, kadına yönelik şiddet, kadına yönelik negatif ayrımcılığa neden olan kimi yasalara karşı eylemleri de beraberinde getirirken, kamusal alanda-özellikle üniversitelerde öğrencilerin derse girmeleri konusunda (başörtüsü takılmasına yönelik yasal engellere karşı)- yoğun eylemlerin yapılmasına neden olmuştur.

Kadın oylarının bilincine varan partilerin de etkisiyle kadın siyasal alanda da ön plana çıkmış, parti başkanları seçim meydanlarına eşleriyle birlikte çıkmaya başlamışlardır. Kadının erkeğin arkasında değil yanında olduğu bu görüntü, seçim meydanlarında daha fazla kadın dinleyici ve sandıkta daha fazla oy olarak kendisini göstermiştir. Bu etkiyle birlikte, TBMM'deki kadın milletvekili oranı 2007 genel seçimlerinde %9, 2018 seçimlerinde ise %17,3'lere ulaşmıştır.

1970-1980'lerde kadına çoğunlukla ev içi roller biçen ve bu bakış açısıyla yayın yapan muhafazakâr basın, ekonomide liberalleşmenin artması, iç göçlerden kaynaklanan hızlı şehirleşme sonucunda kadının da istihdama katılması, özel sektörün medyadaki ağırlığını artırmasıyla birlikte kadına bakışını da değiştirmiştir. Bu değişim, hedefi toplumun tamamına hitap etmek olan gazeteler için, öncelikle kadına yönelik "kadın ve aile" gibi sayfaların kaldırılmasını beraberinde getirmiş, gazetelerdeki çalışan kadın sayısının artmasına neden olmuştur.

Ancak, kadına yönelik pozitif anlamdaki bu durum, kadına yönelik bakışın tamamen değişmesine neden olmamış, toplumsal değerler kimi zaman gazete politikalarının önüne geçebilmiştir. Dini hassasiyetlerini daha gür bir sesle dile getiren bazı erkek politikacıların söylemleri,

zaman zaman kadına tekrar evin yolu mu görünüyor endişesini de beraberinde getirmiştir.

Bu çalışma, muhafazakâr basında kadının ne şekilde yer aldığını incelemeyi amaçlayan bir çalışmadır. Çalışmada elde edilen veriler, muhafazakâr basının homojen bir yapı göstermediğini, kadına yönelik gazete politikalarının birbirinden farklı olduğunu göstermektedir. “Tüm toplumsal kurumların doğumdan başlayarak kadını geleneksel rollerine hazırlamakta olduğu, yaşam boyu kadına bu rolleri hatırlattığı, kitle iletişim araçları başta olmak üzere bu rollerin sürekli yeniden üretildiği (Günindi, 1998: 263)” eleştirisi muhafazakâr basının bir kısmı için tamamen, bir kısmı içinse kısmen geçerlidir.

Ancak, gazetelerin genel yayın yönetmenleriyle yapılan görüşmelerde şu sonuçlar da ortaya çıkmıştır.

- Muhafazakâr gazeteler zaman zaman kendilerine dönük İslami Basın eleştirisine katılmadıklarını ancak dini hassasiyetlerinin daha fazla olduklarını belirtmişlerdir.
- Gazeteler kadını ikinci sınıf bir varlık olarak görmediklerini, zaman zaman hafta sonu gazete ekleriyle bunu desteklediklerini ortaya koyarken kadının eş ve anne figürlerinin de yadsınamayacağını belirtmektedirler. Yine kadının eğitim ve kültürü için gerekli gayreti gösterdiklerini belirtirlerken az da olsa moda konusuna yer verdiklerini ilave etmişlerdir.
- Muhafazakâr basın, kadını cinsel bir obje olarak gösteren fotoğraflar koymamaya çalışmakta, şiddet haberlerini şiddeti teşvik edici mahiyette vermemeğe özen göstermektedir.

- Söz konusu gazetelerde kadın cinsel bir meta olarak görülmemekte, ön veya arka sayfada gereksiz bir kadın fotoğrafı kullanılmamaktadır. Kendi ifadeleri ile kadına “saygı ve hürmet “ile yaklaşmaktadır.

Yeni Şafak, Türkiye ve Zaman gazetelerinde kadınla ilgili haberlerde din, tesettür ve başörtüsü konusundaki haberler tüm kadın haberlerinin %1’leri civarında iken, Vakit gazetesinde ise, toplam 899 kadın haberinin 143’ünde, yani %15,9’unda din, tesettür ve başörtüsüne değinilmiştir. Vakit, dini konularda daha radikal bir çizgi takip etmekte, tesettür ve başörtüsü yasakları konusunda zaman zaman eleştiri sınırlarını aşan üslupla haberler yapabilmektedir.

Dinsel konular içerisinde yer alan, kadın giyimine yönelik sınırlamalar ve İslam dinine karşı ülke içinde ve dışında yasaklamalar konularında ise; yayınlanan 109 haberin %70,6’sı Vakit’te, %13,8’i Yeni Şafak’ta, %11,9’u Zaman’da, %3,7’si ise Türkiye gazetesinde yer almıştır. Özellikle haftalık olarak yapılan başörtüsü eylemleri, baş örtüsünden dolayı toplantı veya eğitim amaçlı olarak çeşitli kurumlara alınmayan kadınlar, baş örtüsünden dolayı yemin törenlerine alınmayan asker anneleri hep Vakit’te kendine yer bulabilmişken, diğer üç gazete bu konulara biraz daha mesafeli yaklaşmıştır. Vakit, konu başörtüsü sorunu olduğunda kadını haber yaparken, spor ya da televizyon gibi konularda diğer gazetelerdeki yoğunluğa göre ya az haber yapmakta ya da hiç haber yapmamaktadır.

Çalışmanın yapıldığı 2009 yerel seçim dönemindeki haber yoğunluğuna bakıldığında, yerel veya genel seçim dönemlerinde

kadınların daha çok öne çıkartıldığı, seçim döneminden sonra kadın gündeminin azaldığı, böylece basının gündeme paralel bir habercilik anlayışı içinde olduğu ve siyasal iktidarların belirlediği gündeme uyduğu değerlendirilmektedir.

Kadınlara yönelik haberler hafta içinde dengeli bir seyir sürdürürken, hafta sonlarında hafta içine nazaran daha fazla haber yer almakta, bu da Zaman ve Yeni Şafak gazetelerinin hafta sonlarındaki eklerinden kaynaklanmaktadır. Vakit ve Türkiye gazetelerinin hafta sonu eki vermemeleri, bu oranların daha da yukarı çıkmasını engellemiştir. Hafta sonu eklerinin çoğunlukla kadın muhabirler tarafından hazırlanması, eklerdeki kadına yönelik haber oranının daha fazla olmasına neden olmaktadır.

Muhafazakâr basında yayınlanan kadın haberleri en çok Zaman'da yer alırken, onu sırasıyla Türkiye, Yeni Şafak ve Vakit gazeteleri takip etmektedir. Kadına yönelik haberlerde, Zaman ve Yeni Şafak televizyon sayfaları ve kadın-aile sayfaları ile öne çıkarken, Türkiye ve Vakit üçüncü sayfa haberleriyle öne çıkmaktadır. Kadına yönelik haberlerin toplam gazete alanına oranı Zaman'da %11, Vakit ve Yeni Şafak'ta %8 ve Türkiye'de %6 oranındadır.

Kadın aile sayfalarında yemek tarifleri, dantel örnekleri, ibret verici hikayeler, okuyucu şiirleri, okuyucu çocuk fotoğrafları, makyaj tavsiyeleri, sağlıklı yaşam tavsiyeleri, çocuk yetiştirme tavsiyeleri, bebek bakımı, hastalıklar, mobilya bakımı, yeni çıkan ürünler, ev pratik bilgileri, bilgilendirme ya da tavsiye niteliğinde haberler yer almaktadır. Bu durum, egemen söyleme uygun olarak evine bakan ve

çocuklarını yetiştiren, iyi bir anne, iyi bir eş figürlerini pekiştirmekte, toplumsal beklentiye uygun bir duruş sergilemektedir.

Kadına yönelik haberlerde %80'lere varan oranda fotoğraf kullanılırken, geri kalanında yalnızca metin ve karikatür kullanılmıştır. Haberde kullanılan fotoğrafların %46'ında kadın başörtüsüz, %11'inde ise kadın başörtülü olarak fotoğraflanmıştır. Oranlara bakıldığında muhafazakâr basının genel olarak fotoğraf seçiminde başörtülü kadın fotoğrafları yönünde bir tercihte bulunmadığı görülmektedir. Kadının başörtülü olarak resmedildiği haberlerin tamamına yakını, kadının başarısıyla ilgili değil sıradan, ailevi yakınlık gibi haberler nedeniyle gündeme gelen kadınlara aittir. Sanatçılar, oyuncular, tıp mensupları, manken ve sporcu olarak adı geçen kadınlarda başörtülü hiçbir habere rastlanılmamıştır. Buna karşılık, haberlerde adı geçen 70 işkadını ve yöneticinin %85,7'si başörtüsüz, %11,4'ü başörtülü, geri kalanı ise başörtülü ve örtüsüz karışık olarak fotoğraflanmıştır. Yukarıdaki sonuçlar, 2009 yılı itibariyle toplumda ön planda olan, başarılar gösteren ve bu başarılarla medyanın gündemine gelen kadınların çoğunluğunun başörtüsüz olduğunu göstermektedir. Başarı hikayelerinde başörtülü kadınlar %11,4'ün üstüne çıkmamaktadırlar. Bu durum, kadının iş hayatına atılmasında başörtüsünün hala bir sorun olarak görüldüğünün bir göstergesidir.

2009 yılında kadın voleybol ve basketbol takımlarımızın Avrupa kupalarındaki başarıları ile atletizmde ve halterdeki başarılar kadın sporcuları sık sık gazete gündemlerine taşımıştır. Ancak kadın spor takımlarına ait haberlerin %63,3'ünün ve kadın sporcu haberlerinin

%46,7'sinin yalnızca metin olarak verilmesi, kadınları mayolu spor kıyafetleri içinde göstermeme endişesinden mi kaynaklanıyor sorusunu da beraberinde getirmektedir.

Kadınlar içinde 53'er haberle ABD Dış İşleri Bakanı Hillary Clinton ve Emine Erdoğan ilk sırada gelirken, onları 42 haberle Hayrünnisa Gül takip etmektedir. Aynı şekilde ABD Başkanı Obama'nın eşi Michelle Obama ve Fransa Devlet Başbakanı Sarkozy'nin eşi Carla Bruni'de ismi sık sık gündeme getirilen kişilerdir. Cumhurbaşkanının tarafsızlığından dolayı Hayrünnisa Gül daha çok sosyal faaliyetlerde gündeme gelirken, Emine Erdoğan daha çok siyasal faaliyetlerde gündeme gelmektedir. Her iki kadına yönelik nitelermelerin %80-85'i "Başbakan eşi" veya "Cumhurbaşkanı eşi" gibi hitaplarla eşlerinden kaynaklanmakta, doğrudan kendi adlarının geçtiği haberler ise düşük seviyede kalmaktadır.

Türk kadın politikacılar 4766 haber içinde 57 haberle gündeme gelmişlerdir. Kadın politikacılar olarak Nimet Çubukçu %25 ile ilk sırada yer alırken, onu sırasıyla Tansu Çiller, Rahşan Ecevit, Nur Serter, Emine Ayna, Canan Arıtman, Aysel Tuğluk, Meral Akşener, Edibe Sözen, Merve Kavakçı ve Necla Arat takip etmektedir. Gazetelerin kadın politikacılara bakış açılarında herhangi bir sınırlama getirmediği görülmektedir. Ancak yerli kadın politikacıların yabancı kadın politikacılar yanında daha az haber konusu olmaları, yabancı politikacılara kadın gözüyle değil politikacı gözüyle bakıldığı, uluslararası arenada politika üretirken çok sık biraya gelmek zorunda olduğumuz kişiler olduğu, ancak yerli kadın politikacılara ise öncelikle

kadın gözüyle bakıldığı değerlendirilmektedir. ABD Dışişleri Bakanı Clinton'un 53 haberle gündeme geldiği düşünüldüğünde, tüm Türk siyasetçi kadınların ancak bir Clinton kadar gündeme gelebildiği görülmektedir. ABD ve Almanya dışında başka ülkelerde de kadın politikacılar olmasına rağmen, uluslararası arenada güçlü olan ülkenin kadını da güçlü olmakta ve daha çok haber olabilmektedir.

İş dünyasında Güler Sabancı ve Arzuhan Doğan Yalçındağ ilk sıralarda gelirken, spor dünyasında ise halterci Nurcan Taylan, atlet Alemitu Bekele ve Süreyya Ayhan ilk sıralarda gelmektedir. Kadın spor haberleri üç gazetede gündeme gelirken, Vakit halterci Nurcan Taylan hariç hiçbir kadın sporcuya yer vermemiştir. İş dünyası farklı ticari gerekçelerle sık sık gündeme gelirken, sporcularda kadının gündeme gelmesi yalnızca başarı olduğunda mümkün olabilmektedir. Basın başarı gündeme geldiğinde bu sporculara “milli atlet, milli halterci, temsilcimiz” gibi gurur verici payeleri de eklemekten geri kalmamaktadır. Ancak, basının yarışmalar dışında bu sporcuları takip etmemesi, onların hem motive olmasını hem de spora gönül verecek onlarca kadının harekete geçmesini de engellemektedir.

Haberde kadının nasıl nitelendiği incelendiğinde, özellikle televizyon dizilerinde canlandırılan rolle haberde adı geçirilen kadın adeta rolle özdeşleştirilmektedir. Bazen televizyon dizi kahramanları televizyon sayfalarından başka sayfalarda da haber olabilmektedirler. Dizilerin toplumda izlenme oranının fazla olması, gazeteleri televizyona daha fazla sayfa ayırmaya itmektir. Dizilerden sonra kadınlara genellikle “eş, anne” gibi aile bağlarına göre, “doktor, rektör” gibi buldukları

mesleklere-görevlere göre ve “kadın, hanım” gibi cinsiyetlerine göre nitelirmede bulunulmuştur. Özellikle kadın ve aile sayfalarında yer alan yazıların çoğunda kadının adı ve nitelmesi yer almamakta, genel hitaplarda bulunulmaktadır. Ama gazete yönetimi o yazının kadın sayfasında yer almasını uygun görmektedir.

Kadın giyimine yönelik nitelermelerde, açıklık ifade eden hiçbir nitelme ortaya çıkmazken, kapalılık ifade eden tüm nitelermelerde başörtüsü, örtü, çarşaf nitelermeleri ön plana çıkmaktadır. Haberlerde türban kelimesi kadın giyimine yönelik 60 haberin yalnızca bir tanesinde yer almış, muhafazakâr basın türban yerine özellikle başörtüsü kavramını kullanmıştır. Söz konusu haberlerde kıyafete göre nitelme çoğunlukla; başörtüsüyle kamusal alana giremeyen kadınlar ve seçim çalışmalarında saldırıya uğrayan kadınlar için yapılmıştır. Bu tip nitelermeler, başörtüsü sorununu sürekli gündemde tutmuş ve söz konusu olaylardaki kadınlar mağdur olarak gösterilmiştir. Kıyafet ile ilişkilendirilen konulara bakıldığında; başörtülü kadınlar daha çok aile ile ilişkilendirilirken, başörtüsüz kadınlar daha çok görev ve mesleklerine göre nitelenmiştir.

Kadına yönelik haberlerde, başarı ve güzellik vurgusu yapılan 47 haberin %46,8’i Yeni Şafak’ta, %27,7’si Türkiye’de, %25,5’i Zaman’da yer alırken Vakit’te kadınlı ilgili başarı ve güzellik vurgusu yapılmamıştır. Kadınlara yönelik övgü ve güzelliğe yönelik nitelermelere bakıldığında, çoğunluğu başörtüsüzlere yapılırken, çok az bir kısmı başörtülü kadınlara yapılmıştır. Bu kadınlar da “kahraman” nitelmesiyle İstiklal harbindeki Kozanlı Kara Fatma ile Nene

Hatun'dur. Bunun dışında; başarılı iş kadını, ünlü opera sanatçısı, ünlü şarkıcı, ilk kadın pilot, ilk kadın vatman, güzel yıldız, süperstar, pop müziğin güçlü sesi, en güzel kadın politikacı, sanat müziğinin dev ismi, çiçek, aydın gibi nitelemeler muhafazakâr basın tarafından hep başörtüsüz kadınlara yapılmıştır. Muhafazakâr basın başörtülü kadınlara övgü konusunda cimri, başörtüsüz kadınlara ise eli açık davranmaktadır. Bu anlayış, başörtülü kadınların söz konusu alanlarda yer almayışından da kaynaklanmaktadır.

Haberlerde yer verilen kadın muhabir sayısı erkek muhabirlerin beşte biri seviyesindedir. Bu durum, gazetelerdeki kadına yönelik negatif ayrımcılığı da göstermektedir. Kadın muhabirlerin yarıdan fazlası Zaman'da yer alırken, yüzde 2'ler civarında ise Vakit'te yer almıştır. Vakit, 899 haberinin yalnızca 6 tanesinde kadın muhabir belirtmiştir. Başörtüsüz fotoğraf oranı incelendiğinde, kadın muhabirlerin daha çok başörtüsüz fotoğraf konusunda tercihte bulunduğu anlaşılırken, erkek muhabirler de bu konuda bir yoğunlaşma görülmemiştir.

Muhafazakâr basında az sayıda da olsa kadın güzelliğine ve modaya yönelik haberler de yer almakta, kadın muhabir sayısı arttıkça makyaj tavsiyeleri de artmaktadır. Moda ve takılara ait haberler çoğunlukla hafta sonu eklerinde ve kadın aile sayfalarında yer almaktadır. Muhafazakâr basında yer alan magazin haberlerinin, tüm kadın haberleri içinde yüzde birler civarında bir oran ile ulusal çapta yayın yapan diğer gazetelere göre çok düşük bir oranda yer alması, alkışlanacak bir durum olarak karşımıza çıkmakta ve kadını "magazin

malzemesi ve arka sayfa güzeli” gibi cinsel obje olma durumundan da çıkarmaktadır.

Adli yargıya yönelik üçüncü sayfa haberlerinde kadın, sırasıyla trafik kazası, yangın, sobadan zehirlenme gibi kazalara ait haberlerde ilk sırada gelirken, onu cinayet vb. sebeplerle ölüm, eşi- çocuğu ölen veya yaralanan kadınlarla ilgili haberler takip etmektedir. Kadının terörist, cinayet zanlısı, hırsız veya zanlı olduğu haberler ise toplam haberler içinde yüzde yarımın gibi çok çok düşük seviyelerde kalmakta ve kadının sorunları erkeklere göre daha akılcı çözmeye çalıştığı sonucunu ortaya koymaktadır.

Muhafazakâr basında kadın konusunda içerik çözümlemesi ve derinliğine görüşme sonuçlarını ortaya koyan bu araştırma, alanında ilklerden biri olması nedeniyle, bundan sonraki çalışmalara ışık tutması amacıyla bir dizi öneriyi sıralamakta yarar görmektedir.

1. Çalışma dört gazete ile sınırlı tutulmuştur. Sonraki çalışmalarda yalnızca gazeteler değil bu alandaki dergilerin de içerik çözümlemesinin yapılmasında yarar görülmektedir.
2. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda yalnızca köşe yazarlarını kapsayan bir çalışmanın yapılması, konuyu bütünlemesi açısından yararlı olacaktır.
3. Muhafazakar basınla ilgili çalışmaların yalnızca içerik çözümlemesi değil, söylem analizi şeklinde de yapılması yararlı olacaktır.

KAYNAKÇA

Aktaş, C. (1991). *Sistem İçinde Kadın*. İstanbul: Beyan Yayınları.

Beauvoir, S. D. (1993). *Kadın İkinci Cins. Evlilik Çağı*. İstanbul: Payel Yayınevi.

Berktaş, F. (2000). *Tek Tanrılı Dinler Karşısında Kadın*. İstanbul: Metis Yayınları.

Bıçakçı, İ. (2004). *İletişim ve Halkla İlişkiler. Eleştirel Bir Yaklaşım*. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Bülbül, R. (2000). *Genel Gazetecilik Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayınları.

Karaalioglu, M. (2013, Şubat 18). *Günlük*. Medya Günlüğü Web Sitesi: <http://medyagunlugu.com/haber/muhafazakar-medya-yuzde-55i-gecti-39176> adresinden alındı

Kaya, A. Y. (2005). *Okur. Kimdir, Ne, Neden, Nerede, Nasıl, Ne Zaman Okur, Okumaz*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Mardin, Ş. (2000). *Türkiye'de Din ve Siyaset. Makaleler*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Medyatava. (2009, Ocak 11). *Tiraj*. Ocak 20, 2009 tarihinde Medya Tava Web Sitesi: <http://www.medyatava.com/tiraj/2009-01-05> adresinden alındı

milliyet. (2010, Eylül 12). *Yaşam*. Milliyet Gazetesi Web Sitesi: <http://www.milliyet.com.tr/haberler/arsiv?year=2010&month=09> adresinden alındı

Sümer, S. (2001). Modern Kadınlar. Çatışan Talepler. Farklı Çözümler. A. İlyasoğlu, & N. Akgökçe içinde, *Yerli Bir Feminizme Doğru* (s. 107-125). İstanbul: Sel Yayıncılık.

- Tekeli, Ş. (1998). Birinci ve İkinci D Bir Denemealga Feminist Hareketlerin Karşılaştırmalı Bir İncelemesi Üzerine. A. Berktaş Hacımırzaoğlu içinde, *75.Yılda Kadınlar ve Erkekler* (s. 337-346). İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.
- Tokgöz, O. (2003). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Yayınevi.
- Topuz, H. (2003). *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*. İstanbul: Remzi Yayınevi.
- Toruk, İ. (2008). *Gutenberg'ten Dijital Çağa Gazetecilik.Türkiye'de Haber Siteleri*. İstanbul: Literatürk Yayınları.
- TUİK. (2019, Ağustos 5). *İstatiksel Tablolar*. Ağustos 5, 2019 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu web Sitesi: <http://tuik.gov.tr/PreTabloArama.do> adresinden alındı

BÖLÜM 2

**İLETİŞİMDE YENİ MEDYANIN GETİRDİĞİ
DEĞİŞİMLER, GAZETECİLİK VE HABER
İLETİŞİMİNDE DÖNÜŞÜM**

Dr. Öğr. Üyesi İpek SUCU¹

¹ İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Reklam Tasarımı ve İletişim Bölümü, İstanbul, Türkiye. isucu@gelisim.edu.tr

GİRİŞ

İnsan ilişkileri yönünde ve toplum içinde önemli bir yer alan haberin, tarih boyunca gösterdiği gelişimi tarihçiler ve sosyologların her daim ilgisini çekmiştir. Haberin kitle iletişim araçlarında gösterdiği etkilerde bireylerin temel dürtülerini tatmin etmeye yönelik bir araç olduğunu söylemek mümkündür. Haber, bireylerin kendilerinin göremediği olaylardan, kitle iletişim araçları vasıtasıyla haberdar olmasını ve olan-bitenlerin farkına varabilmesini sağlamaktadır. Bu yönde kendisine yaşamını kontrol edebilmesini kendini güvende hissetmesini sağlamaya yardımcı olmaktadır. Bu durumda bireyler olan-bitenlerin farkında olma açıklığına sahip olmaya başlamışlardır. Bireyler yaşantılarını sürdürmek adına haber iletimi konusu irdelemeye başlamışlardır.

1990'lı yıllarla birlikte internetin ve yeni medyanın kişilerin hayatına girmesi iletişim, gazetecilik ve haber alanında değişimlere ve yeni dönüşümlere yol açmıştır. İletişimin yeni medya üzerinden de gerçekleşebilir hale gelmesi, kişiler arası iletişimde değişimler yaptığı gibi gazetecilik ve habercilik yönünde de değişimlere yol açmıştır. Yeni medya, gazeteciliğin basılı yayıncılıktan ziyade dijital platformda oluşmasına yönünde yani bir anlayışa geçilmesini sağlamıştır. Bu yönde haber içeriklerinin oluşturulması, paylaşılması ve bu haberlerin gündem oluşturması yeni medya ve sosyal medya platformlarında yapılmaya başlanmıştır. Bu yönde haber kitle iletişim araçları dönemindeki yayılma hızının yavaşlığından sıyrılarak, çok daha hızlı, dinamik, kolaylıkla paylaşılabilen ve bireylerin kendisinin de haber içeriği üreticisi olabileceği bir konuma gelmiştir. Haberin yeni medya

üzerinden çok daha hızlı bir şekilde yayılması, kişilerin de bu mecralardan haber akışını takip edebilmelerini ve kendilerinin de haber karşısında yorum üretebilmelerine olanak tanımıştır.

Yeni medyanın iletişim ve haber alanında getirdiği değişimler yönünde, bu yeni iletişim ortamlarındaki haberleşme yönünde eleştirel olarak dikkate alınması gereken hususların da bilincinde olmak yararlı olacaktır. Haberciliğin kişiler tarafından hızlı yayılması ve bireysel haber oluşturabilme durumu doğru olmayan haberlerin de oluşumuna neden olabildiği ve asılsız kaynaklı haberlerin gündemi meşgul edebildiği de göz ardı edilmemelidir. Bu yönde yeni iletişim ortamlarının gazetecilik ve habercilik yönünde sağladığı avantajları bilinçli bir yönde kullanabilmek adına haber kaynaklarının araştırılarak haberi doğru bilgi olarak kullanmanın yararlı olacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve İletişime Bir Bakış

İletişim, nesnelere, olaylar ve olgularla ilgili değişimleri haberdar eden, bu değişimlerle ilgili bilgileri karşıdaki kişiye aktaran, aynı olgular, nesnelere ve sorunlar karşısında benzer yaşam tecrübelerinden oluşan, benzer duygular taşıyıp bunları karşılıklı olarak ifade eden insanların oluşturduğu toplulukların karşılıklı aktarımıdır. Topluluklar tüm tutumlarını, yargılarını, düşüncelerini ve duygularını birbirlerine ileterek iletişim kurma gereksinimi içerisindedirler (Oskay, 2005: 9). “İletişim bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin, vb.nin simgeler kullanılarak iletilmesidir” (Bernard, 1985: 98). İletişimde değişimin nasıl şekillendiğini görebilmek adına öncelikle iletişimin ne olduğunu açıklamakla başlamak gerekmektedir.

İletişimle ilgili pek çok tanım yer almaktadır. İletişim genel tanımıyla belirli araçları kullanarak bireylerin bilgi, duygu, düşünce ve fikirlerini aktararak karşı tarafa iletilmesine iletişim adı verilmektedir. İletişim konusunda yıllar boyunca kişiler arasında karşılıklı olarak mesaj alışverişine dayandığı bilinmektedir. Fakat karşılıklı olarak çift yönlü iletişim, bir konu hakkında çözülmesi gerekli olan bilginin değiş tokuşla dinamik ve etkin bir süreç olması sağlanabilir. İletişim konusu karşılıklı olarak eylemleşmeyle birlikte aynı zamanda dinamik olan bir etkileşimdir. Bu yönde iletişim; bilgi, düşünce ve duyguların değiş tokuş edilmesine dayanmaktadır. İletişim sistemi aynı zamanda sistemli bir halde olan düzenlerdir. İletişim mekanizması genel olarak bireyler arasındaki düşünce ve duygu alışverişini sağlayan bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır.

İletişim sürecinin iletim yönünü öne çıkaran ve iletişimin varlığı ve varlığını nasıl gerçekleştirdiği sorusu üzerinde yoğunlaşan mekanik çizgisel yaklaşımda dört temel unsurundan söz edilmektedir. Bu unsurlar: iletiyi gönderen ‘kaynak’, iletiyi alan ‘hedef’, bu iki unsur arasında iletilen ‘mesaj’ ve iletinin aktarıldığı ‘kanal’dır (Giddens, 2008: 1062). İletişim, günlük yaşamımızda kişilere insanları tanımlar, işbölümü içinde bulunan farklı türde toplumsal rollere sahip bireylere bu rolleri yerine getirirken bir yandan da, bu rol dağılımı ile meydana gelen toplumun kendi tarihindeki yaşam tarzını öğretir ve bu yönde bu üretimin yeniden üretiminin sağlanması açısından gereken değerlendirme şekillerini aşılır. Toplumsal olarak bir sistemin ilerlemesini, kendini yeniden üretmesine yön verir.

2. Yazılı İletişimin Tarihsel Gelişimi

İletişim olgusuna bakıldığında bu olgu son derece geniş kapsamlıdır. İletişim sadece özgü kendi içerisinde bir sistem olduğunu düşünemeyiz. İletişim yaşayan canlı bir varlıktır. Bu evrensel kavramın yaşayabilmesi yaşayan tüm canlılar için gereken bir olgu durumundadır. Bireyler iletişim kurarak akıllarını ve yeteneklerini kullanmakta ve böylece tarihsel gelişime katkıda bulunmuşlardır. İletişim kavramı insanların doğasında bulunmaktadır. Bireyler iletişim özelliklerini akıl, zekâ ve güçlerini kullanarak iletişimi sağlamaktadırlar. İletişim bireyler arasındaki etkileşimle birlikte başlamıştır. Bu nedenle de iletişim insanlığın tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. Aslına bakıldığında, kişilerin olduğu her yer ve ortamda iletişimin kendisi de mevcut bir konumda olmuştur. Tarih boyunca bakıldığında iletişim sözlü ve sözsüz

olarak gerekleŒmiŒ ve gerekleŒmeye devan etmiŒtir. İlk insanlara ait M.Ö İki yŒz binli yıllarda haberleŒmelerini maĒaradaki duvar çizimleri, kızılderililer zamanında ise kullanılan dumanla ateŒle haberleŒme yŒntemi ve bununla birlikte posta gŒvercinleri, ulak ile haberleŒme yŒntemi, mektuplar ile haberleŒme araçlarını kullandıklarını gŒrmekteyiz.

İletiŒimin temel amaçları içerisinde insanlar arasında ortaklık yaratmanın olduĒu gŒzŒmŒze çarpmaktadır. Bu yŒndeki ortaklık kiŒilerin bilgi, duygu, dŒŒnce ve davranıŒlarını farklı bir yerlere aktarmasıyla yoluyla gerekleŒmektedir. İletiŒim alanındaki en Œnemli geliŒmelere bakıldıĒında, geliŒmelerin yirminci yŒzyılda gerekleŒtiĒi gŒze çarpmaktadır. Ses ve gŒrŒntŒ yŒnŒndeki iletiŒimindeki yenilikler 20.yŒzyılda kitle iletiŒiminin altın aĒı yaŒamasının beraberinde getirdiĒi gazete, radyo, televizyon ve internet dŒnyasının bir kitlesel aĒa dŒnŒŒmesiyle gerekleŒtiĒi fark edilmektedir.

İletiŒimin tarihsel geliŒim sŒrecinin iletiŒim aralarındaki geliŒmeyle birlikte teknik, ekonomik ve sosyal geliŒmeler ıŒıĒında olduĒu sŒylenebilir. Teknik geliŒmelerde kâĒıdın basımı ve icadıyla baŒlayarak ve daha sonrasında geliŒimiyle birlikte belirginlik gŒstermiŒtir. Bu yŒnde de ilerleyen dŒnemlerde deĒiŒimler ve dŒnŒŒmler yaŒanmıŒtır. Ekonomik geliŒmelerde, iletiŒimin ekonomik faaliyetlerle iliŒkili olduĒundan dolayı kullanılan her tŒrlŒ kaĒıt, mŒrekkep, baskı makinesi, kaset, faks, kamera, bilgisayar gibi alet ve ekipmanlarının Œretimi ve daĒıtımı ekonomik sŒreer yŒnŒnde etkindir. Sosyal geliŒmelere bakıldıĒında, genel oy hakkının tanınması tarzında olan

gelişmeler sosyal gelişimler olarak nitelendirilebilir. Demokrasi yönündeki yaygınlaşma toplumsal yaşam tarzlarında önemli değişikliklere sebep olmuştur. Bu durumda, kişilerin haber ve bilgiye daha fazla ihtiyaç duymaları iletişim araçlarının önemini artmasını sağlamıştır.

3. Basılı Gazetecilik ve Haberleşme

Bilim insanlarının ve antropologların yeryüzünde varlığını sürdürme yönünde en ilkel kültürlere yönelik yaptıkları araştırmalara göre, Afrika'nın uygarlıktan bir hayli uzak olan ve kendini saklayan kabilelerinden başlayarak, Büyük Okyanus'da en uzak yerlerindeki küçük olan adalarında yaşayan topluluklara kadar bakıldığında, toplulukların yaşam sürdüğü her yerde paylaşılan ortak konuların olduğu göze çarpmıştır. Bu konular pek çok toplumda “Haber” olarak paylaşılmakta ve üzerine konuşulmaktaydı. Tarihçiler de yaptıkları pek çok araştırmalarda haber değerinin zaman içerisinde yaşadığı yolculukta her daim var olduğu ve gelişme gösterdiğini ortaya koymuşlardır (Kovach ve Rosenstiel, 2007: 5-15).

Gazetenin köklerine baktığımızda on dördüncü yüzyıldaki, aristokrasi hakkında haberin taşındığı haber kağıtları ve burjuvazi sınıfının ticari sorunlarını çözme yönünde kullandığı haber mektuplarına kadar dayandığı göze çarpmaktadır. Tarihte ilk süreli gazetenin bazı kaynaklarda 1609 yılında Ausburg'da çıkarılan Avis Relation Oder Zeitung bazı başka kaynaklara göre ise 1605 yılında Hollanda'da

ticari bir bültenden doğduğu varsayılan Nieuwe Tijdingen olduğu görülmektedir (Tokgöz, 2003: 58-59).

Bireyler yaşantılarını sürdürebilmek adına kendilerini koruyabilme amacıyla birbirleriyle bağlar kurabilme amacında olmuşlardır. Bu yönde de kendi dostları ve düşmanları ayırt edebilme gücüne sahip olabilmek için yıllar boyu her daim habere ihtiyaç duymaktadır. Bu yönde “*Gazetecilik, toplumların gereksinim duyduğu bu haberleri üretmek için yarattığı bir sistemdir*” denilebilir. Bu yönde gazeteciliğin temel amacı, “*insanlara kendilerini bağımsız ve egemen hissedebilmelerini sağlayacak bilgiye, habere ulaşmaları için onlara doğruları anlatmak*” olarak gösterilebilir (Kovach ve Rosenstiel, 2007: 5-15).

“*Gazetenin doğuşunda hiç kuşkusuz insanoğlunun haber alma gereksinimi ve isteğinin büyük etkisi ve katkısı bulunmaktadır*” (Tokgöz, 2006: 21). İnsanoğlunun habere olan ihtiyaçlarını karşılama yönünde kitle iletişim araçlarının önemi büyük olmuştur. Bireyler haberi özellikle gazete, radyo ve televizyondan alarak, dünyada olan gelişmeler hakkında haberdar olabilmıştır. Özellikle savaş dönemlerinde, tüm dünyada olan önemli olaylar hakkında hem haber alabilme hem de yeri geldiğinde propaganda amacıyla bilgi edinerek yaşanan tüm olaylara tanıklık edebilmiştir.

Gazeteler yönünde bakıldığında zaman içinde geçirilen değişimin bugüne olan yansımaları yadsınamaz. İnternetin gelişimiyle birlikte e-gazetecilik ve sosyal medya üzerinden sağlanan haberlerde içerik oluşturma ve içeriğin paylaşımı dağıtımı yönünde önemli gelişmeler

kaydedilmiştir. Bu yönde bakıldığında tartışmalı bir yaklaşımla, gazetelerin ve hatta gazeteciliğin sonunun geldiği değerlendirmeler de mevcut olmuştur. Ancak günümüzde haberciliğin düşünülenin aksine daha fazla yaygınlaştığı ancak aktarım biçiminin ve paylaşılan platformların farklılık gösterdiği görülmektedir. Tarih boyunca yaşanan gelişmeler yönünde teknolojinin insanlar ve toplum üzerindeki etkileri yönünde içinde buldukları dönemlerin sosyal ve ekonomik şartları yönünde gelişim göstererek kendine özgü koşullar yarattığı görülmektedir. Bu yönde, bireylerin habere ulaşmak için, geçmişten günümüze kadar neler yaşadığını görebilmeleri için haberin aktarıldığı araçlar ve aktaranların geçirdiği önemli değişimlerini de anlamalarını sağlamak gereklidir. Haberin iletildiği araçların ve haberciliğin niteliğinin geçirdiği değişim, toplumdaki yaşamda fikirlerin ve kültürün değişimini de tetikleyerek hayatımızı şekillendirmektedir.

Bireyler ilk çağlardan başlayarak çevrelerine, dünyaya vermek istedikleri mesajları anlatmak istemişlerdir. Kişiler yaşadıkları çağın kendileri için sunduğu şartları kendi oluşturduğu yönde bilgi olarak paylaşma gereksinimi duymuşlardır. Beceri ve teknik olanaklar çerçevesinde ellerindeki bilgileri sınırları içerisinde iletme gayreti içerisinde olmuşlardır. İlk mağara resimleri, hiyeroglif yazı türünde olan günümüze değin gelmiş olan tabletler, yazının gelişmesinin beraberinde getirdiği papirüs ve parşömen üzerine yazılı olan metinler haberin taşınmasının ve iletişim aracı olmasının ilk örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk ve Orta Çağ zamanlarında tellalların kendilerine verilen mesajları geniş bir kitleye duyurabilmek için sözlü

olarak aktarmaya çalışmışlardır. Roma İmparatorluğu zamanında Senatoda alınan kararlarının halka sözlü ve yazılı biçimde aktarıldığı ‘Akta Pulica’ ve daha sonraları ‘Acta Diurna’ gibi örnekler gözümüze çarpmaktadır.

Gazetelerin öncüleri olarak karşımıza çıkan haber mektupları, 13. Yüzyıldan itibaren görülmeye başlanmıştır. Bu mektuplar önceleri elle yazılarak çoğaltılmışlar, daha sonra matbaanın icadıyla birlikte yaygınlaşmışlardır. Tacirlere, bankerlere ve gemicilere haber sağlamada önemli bir araç vazifesi gören ve onların haber gereksinimlerini karşılamaları yönünde ortaya çıkan haber mektupları, gazeteciliğin gelişiminde oldukça önemli bir rol oynamıştır (Mediahistory, 2008).

Gazetelerin gelişme göstererek geniş bir coğrafya çerçevesinde çok daha fazla sayıda kişiye ulaşması gazetelerin içerik ve haber değeri açısından gelişmelerini sağlamıştır. Bu yönde bir meslek olarak gazeteciliğin gelişimi oluşmuştur. Bireyler uzak olan coğrafyalara, hızlı bir şekilde ulaşmaya başlamış, posta ve dağıtım sistemleri gelişim göstermiş, okur-yazarlık ve gelir düzeyi artış göstermiştir. Tüm bu değişim süreciyle birlikte yeni sosyal sınıflar ortaya çıkmış ve bunların kendilerine siyasi ve toplumsal alanda yer edinmeleri için bir mücadele dönemi başlamıştır (Starr, 2004: 55).

19. Yüzyıldaki telgraf, telefon, daktilo makinesi ve fotoğrafın icadı ve tüm yeni teknolojilerin gelişiminin gazetecilikte ve habercilikte kullanılmaya başlanması, haberi bu teknolojileri yaygın olarak kullanan bir araç haline getirmiştir. Bu yönde gazeteler ve haber içerikleri daha

seri bir biçimde hazırlanmaya başlamıştır. Haber içerisinde fotoğraf gibi görsel nesnelere de aynı şekilde daha yaygın kullanılmaya başlanmıştır. Bu gelişmelerin ışığında okuyucu kitlenin ilgisi artmış ve gazeteler ilgi çekici hale gelmiştir.

Çağdaş gazete modelinin gelişmesiyle birlikte, Endüstri Devrimi ve onun getirdiği kentleşme durumu, kapitalist düzende çalışma süreleri, ücretli emek ve iş verimliliğinin artması, çalışma şartlarındaki düzelmelerin sağlanması, okur-yazarlık oranının artması ve eğitim seviyesinin yükselmesi ve ekonomik durumlarda önemli bir değişimleri beraberinde getirmiştir. Bireylerin daha fazla boş zamanı ve tüketme eğilimleri daha fazla artan bir konuma gelmiştir. Haber ve iletişimin giderek yaygınlaşması haberleşme imkanlarını ve haber alma olanağını arttırırken bir yanda da reklam verenlerinde artış göstermesini ve bu yönde tüketiminde daha fazlalaştırılmasına katkıda bulunmuştur. Gazeteler ve haber verenler de bu değişime yönelik olarak farklı içerikler geliştirmeye başlamışlardır. Haber içerikleri daha geniş bir okuyucu kesimine yönelik olarak; eğlence, spor, karikatür vb. öğelere de önemli bir yer vermeye başlamışlardır. Bu durum da, yeni okuyucuların ilgisini çekmesini ve yeni formatlara ilgi duymalarına sebep olmuştur. Tüm bu gelişmeler neticesinde, haber akışı ve haber içerikleri değişme başlamıştır.

4. Değişimin Temel Dinamiği Yönünde Teknoloji ve Yeni Medya

Yeni medya, enformasyonun, farklı bakışlarının, düşüncelerin ve deneyimlerin web sitelerince paylaşımına olanak sağlamakta ve internet dünyasını hızla hayatın içine yerleştiren bir uygulama mecrası

olmuştur. Yeni medya uygulamaları bireyler arasında doğal ve gerçek diyalog ortamları oluşturmaktadır. Düşünceleri daha etkili hale getirmek için içerikler de karşılıklı paylaşılabilir (Evans, 2008: 5). Yeni medya geleneksel medyadan daha ileri ve geleneksel medyanın dijitalleşmiş biçimidir (Çiftçi, 2018: 422). Günümüzde geleneksel medyadaki “aynı anda”lık gerekliliğini ortadan kaldırabilen yeni medya, iletişimde “eşzamansızlığı” da beraberinde getirmiştir. Geleneksel medya olarak nitelendirilen yazılı basın gazete ve görsel işitsel basında televizyon v.b. platformlarda iletişim tek yönlü bir akış halindedir. Kaynak – Mesaj – Kanal – Hedef şeklindeki iletişim geleneksel medyada (canlı yayına bağlantı haricinde) geri bildirim gerçekleştirilememekte ve alınan mesaja karşı bildirim yapılamamaktadır. Buna karşın yeni medyada hedef kitleyle karşılıklı etkileşim olabilmektedir. Örneğin, yeni medya platformlarından biri olan elektronik posta aracılığıyla bilgisayar ağlarında kullanıcılar birbirleriyle yazılı olarak eşzamanlı ya da eşzamansız olarak haberleşebilmektedirler. Bu yönde oluşturulan bilgisayar ağları; kişilerin, bir yerden diğerine elektronik bir ortamda mektup gönderme ve haberleşme isteklerini hızlı ve güvenli bir şekilde karşılayabilmektedirler. Kitle yerine bireyi ve bireyin tercihlerini ön plana çıkararak yeni medyada kaynak ile hedef arasındaki tek yönlü iletişimin yerine kaynak ve hedefin bireyde toplanabildiği, “anında”lığın ön plana çıktığı çift yönlü bir iletişim süreci söz konusu olmaktadır.

Yeni medyada, yeni olarak belirtilen kavram aslında mesaj değil, ortamdır. Tarih boyunca insanlar ve toplumlararası bir mesajlaşma olmuştur. Gelişen yeni iletişim teknolojileri sayesinde insanlar pasif seyirci olmakla kalmayıp kendileri de mesaj gönderen kişiler haline gelmişlerdir. Kendilerini araç tarafından yönetilmeye bırakmak yerine, onlar aracı yönetmeye başlamışlardır (Toffler, 1981: 228). Yeni medya, bu yönde internet teknolojisiyle beraber gelen bilgiye erişimde sağladığı hız ve kolaylık, farklı iletişim araçlarının ve sosyal paylaşım ağlarının hayatımızda edindiği yer bakımından oldukça önem taşımaktadır.

1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren bilişim, teknoloji ve medya alanları birbirine yaklaşmıştır. İletişimde teknolojik gelişimin basamaklarında, basılı-dağıtılabılır yayınlar, işitsel ve görsel-iletilebilir yayınlar sırasıyla birbirini takip etmiştir. Son gelişim basamağında ise yeni medya, kendinden önceki tüm medya unsurlarını içermeye başlamıştır. Bilgisayar ve telekomünikasyon ağları, dünyayı çevreleyen yeni ve sanal bir iletişim ortamı oluşturmuştur. Radyo ve uydu bağlantılarından ve kablo şebekelerinden oluşan bu sanal ortam dünyayı sarmalayan bir doku gibi, bir yerden başka bir yere sürekli sesli, görüntülü ve yazılı bilgiyi kolay ve hızlı bir biçimde iletmektedir. İnternet, tüm yaşam alanlarında bilginin göndermesi ve erişirmesi yönünde bir iletişim devrimi gerçekleştirmiştir (Neumann ve Hogan, 2005: 472). Bu devrim, beraberinde veri değişimi ve veri analizini kolaylaştırarak küresel iş döngüsünün hız kazanmasını sağlamıştır (Mohamed, 2007: 103). Günümüzde sosyal medyadaki iletişim

imkânları internetin her alanına hâkimdir. Bu duruma örnek olarak, birçok internet sitesinde sayfanın alt kısımda yer alan yorum alanları mevcut olması gösterilebilir. Bu şekilde tüm internet kullanıcıları her konuda görüşlerini ifade edebilmekte ve diğer yorumcularla iletişim kurabilmektedirler.

Kablolu televizyon ve uydu yayınlarıyla birlikte, bilgisayar temelli iletişim hizmetleri, elektronik bankacılık ve alışveriş, video ve etkileşimli hizmetler, bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla kitlesel medyanın ötesinde, kişiselleşmiş medya ve bireysel seçim çağını başlatmıştır. Küresel iletişim düzeni çerçevesinde iletişim özgürlüğü, fikirlerin ve enformasyonun serbest dolaşım çağını başlatmıştır (Timisi, 2003: 114-115). Günümüzde dünyanın herhangi bir yerindeki bir kişiyle kolaylıkla iletişim kurulabilmekte, dünyanın herhangi bir yerindeki alışveriş merkezinden alışveriş edilebilmekte, tüm dünyadaki haberler ve gelişmeler aynı anda takip edilebilmektedir. Tüm bunlar küresel internet ortamının sağladığı yenilikler olarak görülmektedir. İnternet, bilginin hem bağımsız hem de etkileşimli biçimde aktarılmasına olanak sağlamaktadır. İnternetteki gerçek zamanlı ve etkileşimli iletişim biçimi yeni mesaj ve fikirlerin çok çabuk oluşmasına ve yayılmasına sebep olmaktadır. Böylesi bir süreçle, yeni konu ve bakış açılarının toplumun geneline hızlıca ulaşması sağlanmaktadır. Bu nedenle televizyon programları, gazeteler ve radyo yayınları, vermek istedikleri mesajın erişim alanını genişletmek amacıyla ek bir format olarak internet üzerinde de yayın yapmaktadırlar. İnternetin bilgiyi daha derin ve geniş bir şekilde

aktarabilme potansiyeli, onu karmaşık sürdürülebilirlik konularının iletişimi için çok uygun bir zemin haline getirmektedir. Bu durum, etkileşimli yapısı dikkate alındığında, web 2.0 için daha geçerli olmaktadır.

Özellikle 1990'lı yılların başından itibaren kamusal kullanımı yaygınlaşan internet, yalnızca iletişim teknolojisi alanında bir yenilik olmakla kalmamış, aynı zamanda bilimsel ve teknolojik gelişmelerin önemli bir etmeni ve taşıyıcısı olan, bilgi teknolojilerini değiştiren, toplumun ve yaşamın tüm boyutlarını değişime zorlayan bir teknolojiler kümesi oluşturmuştur. İnternet zaman ve mekân farklarını azaltan bir çalışma ortamı, her insanın kendi zevkine göre oluşturduğu yayın ortamı, tüm dünyaya hitap eden bir tanıtım ve pazarlama ortamı, iş bağlantılarının kurulabileceği ve alım-satım yapılabileceği bir ortam ve vatandaşların yönetime katılabileceği bir ortam olma vazifesi görmektedir.

5. Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçişte Dönüşüm Yönüyle Gazetecilik ve Habercilik

Yeni medya etkileşimci özelliği sayesinde ulaşım kolaylığı sağlayan bir iletişim aracıdır. Yeni medya, mesafenin ve uzaklığın sorun olarak görülmeden bir kişinin bir diğeriyle yazılı, işitsel ve görsel olarak iletişim kurabilmesine olanak tanımaktadır (Sitembölükbaşı, 2003: 4-5). Kamuoyu oluşturma bazında mesafelerin kısalması toplulukların ifade özgürlüklerini dile getirmeleri bakımından yeni medyayı önemli bir mecra kılmaktadır.

Enformatik iletişim ortamlarında içerik özellikleri, geleneksel iletişim ortamlarındaki “hitabe” tipi enformasyon iletim modelinden farklı özellikleri beraberinde getirmektedir. Geleneksel içerik, kıt kaynaklarla yaratıcı becerilerin ve seçici eğitilmiş zihinlerin ürünü olarak işlemiştir. Yeni içeriklerde ise, söz konusu olabilecek her şeyin içerik olabileceği ve içeriğin mutlaka uzmanlar tarafından üretilmek zorunda olmadığı göze çarpmaktadır (Küng, 2002: 9). Enformasyon miktarı gelecekte daha da artacak ve yenilikler bağlamında da bireysel iletişime olanak sağlayan yapısı, etkileşim ve evrensel erişim olanağı sağlayacaktır (Barnett, 1997: 193). Günümüzde yeni medyanın sağlamış olduğu çift yönlü akış ve enformasyonun sınırsızlığı iletişimin evrensel boyutlara yükselerek günümüz toplumlarını enformasyon toplumu haline getirmiştir. Toplumların yeni silahı daha fazla enformasyona bağlı olarak üretilen yeni güç kaynakları olarak görülmektedir.

İletişim teknolojilerinin günümüzdeki kadar gelişmiş olmadığı dönemlerde dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın diğer ülkelerde duyulması genellikle haftalar hatta aylar sürerken, günümüzde ise yeni iletişim teknolojileri bir haberden diğer ülkelerle aynı anda haberdar olabilme olanağını sağlamaktadır (Maalouf, 2009: 59). Yeni medya, çevrimiçi gazetecikte de enformasyon yönünde kullanımı sayısal bazda ve veri kullanımı yönünde yenileştirmiştir. Hipermetinler ya da bağlantılar (linkler) aracılığıyla görünür ve okunur alanın arkasındaki sınırsız üçüncü bir boyut kullanıcıların hizmetine sunulmaktadır. Herhangi bir metin ya da grafik unsuruna bağlantı-gönderme yapılarak, verilen haberi tamamlayıcı nitelikteki fotoğraf,

arşiv bilgisi, grafik gibi hipermetinler de ana metine dâhil edilebilme özelliğine sahip konumdadır (Halıcı, 2003: 158).

Yeni medya, sistem dünyasıyla yaşam dünyasını karşılaştırmaktadır. Zihinsel direnmesi zayıflatılan bireyler sunulan enformasyon bombardımında sunulan içeriğin manipülasyonuna açık hale gelmektedir. Bireyler kendisine dayatılan enformasyonu sorgulama gereği duymadan içselleştirmektedir (Habermas, 2004: 213). Enformasyonun bu derece sınırsız ve hızlı olabilmesi enformasyonun etkili olarak algılanmasını azaltmaya başlamıştır. Sınırsız enformasyon görüntüsü ve içeriği altında olan bireyler, iletilen bir enformasyon her ne kadar acı, işkence dolu, önemsenmesi gereken ciddi bir boyutta olursa olsun artık enformasyonu yeterince önemsememeye başlamışlardır. Tüm geleneksel medya ve yeni medya üzerinden sürekli olarak yayınlanan haberlere erişimin çok kolay olması ve yayınlanan haberlerin tekrarlarının çok sık olması haberin ilgi çekici olmasını azaltarak istenilen etkinin yaratılmasını engellemeye başlamıştır.

6. Basılı Gazetecilik Sonrası Sosyal Medyada Haberlerin Yer Edinmesi ve Haber İçeriğinde Değişim

Sosyal medyada haber paylaşımı önemli bir mecra haline gelmiştir. Haberin çok sayıda kitleye ulaşması, haber hakkında yapılan yorumların paylaşılma olanağını da arttırmaktadır. Özellikle twitter, facebook, instagram gibi sosyal medya platformları ve haberin paylaşıldığı haber siteleri ve forumlar haberin çok hızlı bir sürede paylaşılmasına olanak tanımaktadır. Web 2.0 ın hayatımıza girmesiyle

birlikte internetin gücü ve etkisi artış göstermiştir. Etkileşim başta görülmekle birlikte birçok farklı özelliği içinde barındıran internet, eğlence, ticaret ve eğitim gibi pek çok sektörde kullanılır biçime gelmiştir. Bu sektörlerden içerisinde yer edinen mecralardan biri de yayıncılık ve sonrasında gelişen internet haberciliğidir. Geleneksel basın bir yönden de internet haberciliği yaparak kendi mecrasını genişletmeyle birlikte ticari gelir de elde etmeye yönelmiştir. İnternet gazetelerinin ortaya çıkması ve büyük gazetelerin bu alana girmelerinin başlangıcı 1990'lı yılların ortalarına denk gelmektedir. Medya grupları, gelecekte internetin geleneksel yayıncılık sektörü üzerinde önemli bir konuma geleceğini fark ederek, reklam paylarını azaltacağı kaygısını güderek internet ortamında da güçlü olmaları gerektiğini fark etmişlerdir.

Günümüzde reklam payı açısından da incelendiğinde önemli oranda ticari büyüklüğün söz konusu olduğu görülmektedir. Haber içerik üreticileri olan medya sahipleri sadece web sitelerinde değil, aynı zamanda sosyal medya uygulamalarıyla da görünür olmaya başlamışlardır (Çevikel, 2004:1065-1066). Bilginin sosyal ağlardaki dağılım payının artış göstermesi geleneksel medya şirketlerinin de gelişim ve değişim göstererek teknolojik gelişmelere adapte olmalarına ve etkin olarak onları kullanmaya yöneltmiştir (Ludtke, 2009: 25-50). Radyo, televizyon ve gazete şirketleri bu gelişmelerle birlikte internet üzerinden de yayınlar yapmaya yönelmişlerdir. 1994 Ocak ayında dünyada ilk çevrimiçi gazete Palo Alto Weekly Kaliforniya,

Amerika’da yayın yapmıştır. Türkiye’de ise ilk olarak 1995 yılında Zaman Gazetesi çevrimiçi yayın yapıştır (Carlson, 2003: 62).

Sosyal medya kullanıcıları gördükleri, beğendikleri ya da beğenmedikleri haberleri kendi duvarlarında ve bloglarında paylaşarak takipçilerini de haberdar etme yönelimindedirler. Haber üretimi sosyal paylaşım ağlarının en bilinenlerinden biri de Twitter’dır. Medya grupları, basılı yayınları, televizyon-radyo yayınları ve web siteleri de tweet atarak kendi paylaştıkları haberlerin okunurluğunu ve popülerliğini artırma gayreti içindedirler.

İletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte Web 2.0 tabanlı ve kullanıcıların içerik oluşturabildikleri, paylaşabildikleri ve karşılıklı etkileşimlerde bulunabildikleri bir mecra olan sosyal medya platformlarıyla kullanıcılar istedikleri içeriğe istedikleri zaman ulaşmaktadırlar. Bununla birlikte geleneksel medya dışında da edindikleri bilgileri paylaşabilme yetisine sahip olmuşlardır. Bireyler istedikleri haberleri anında veya istedikleri zaman diğer kullanıcılarla direkt olarak paylaşabilmekte veya o habere yorum ekleyerek paylaşabilmektedir. Bu durumda haberlerin daha fazla yayılımı ve habere daha kolay ulaşma imkânı sağlanabilmiştir (Weeks ve Holbert, 2013).

Geleneksel yayıncılık ile dijital yayıncılık arasındaki farkların araştırılmasına yönelik literatürde çalışmalar da bulunmaktadır. Bunlardan biri Maxwell Mc Combs’un çalışmasıdır. Çalışmada, Cornfield’in 2005 tarihli bir araştırmasında bloglardan anaakım medyaya haber akışında +0.65 düzeyinde bir korelasyonun bulunduğunu belirtmiştir.

Medyadan bloglara yönelik haber akışında ise korelasyonun +0.78 olduğunu göstermiştir. Bu bağlamda, blogların artık gazetecilikte önemli bir parça olduğuna değinmiştir. McCombs, hangi platformun gündemi belirlediği sorusu yönünde daha araştırmaya ihtiyaç duyulan bir konu olduğundan bahsetmiştir (McCombs, 2005:549). Fortunati, Deuze ve de Luca araştırmalarında, okuyucular açısından gazetelerin haber okumanın önemli bir parçasını olduğunu ve bununla birlikte, okuyucuların haberleri birden fazla platformda takip etmeye yönelimli olduklarını göstermiştir (Fortunati, Deuze ve de Luca, 2013: 15). Benzer bir çalışmada, Sayre ve diğerleri, sosyal medya üzerinde içerik paylaşan kişilerin, ana akım medyadaki haberlerde fark ettikleri dengesizlikleri düzeltme amacıyla karşılık olarak mı paylaşım paylaşmadıklarını ve paylaşımların medya haberlerini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Ulaştıkları sonuçlara göre, YouTube gibi sosyal medya ağları, önemli olaylarda kişilere kamusal söylemleri yönlendirme ve öncülük etme olanağı sunar (Sayre ve diğerleri, 2010: 7-26). Gençler arasında mobil cihazlar üzerinden haber aboneliği konusu üzerine yapılan bir araştırmada, Chan-Olmsted, Rim ve Zerba, mobil cihazların habere ulaşma kolaylığı sağlaması ve düşük maliyetli olduğunu göstermiştir. Gençlerin mobil cihazlardan haber okumalarını tercih etmeleri, geleneksel medya yerine mobil haberi koymaya neden olmadığını göstermiştir. Bu kitle, habere ulaşmada mobil cihazın yapabildikleriyle sınırlı bir tamamlayıcı olduğunu anlatmışlardır (Chan-Olmsted, Rim ve Zerba, 2013: 140).

Dijital bir ortam olması yönünde ve modülerlik ve otomasyona uygun olması nedeniyle sosyal medya gazeteler için haber yayılımı tarafında uygun bir ortam sağlamaktadır. Sosyal medya içerisinde veri miktarı oldukça fazladır. Bu verilerin bir kısmı gazete haberleri ile ilgili olmaktadır. Bu verileri toplama işlevi ve analiz etme sürecinde anlamlı bir enformasyona dönüştürme işlemi oldukça zor bir görevdir. Bu yönde kullanılan çeşitli yazılımların yanı sıra Twitter gibi sosyal medya platformlarında arama fonksiyonu daha basit araçlarla veri toplama mümkün hale gelmiştir. Bu tür platformlarda arama fonksiyonlarının kullanılması çok daha kolaydır. Böylece bireylerin de kolaylıkla haber aratarak haberlere kolaylıkla ulaşabilmesi mümkün konumdadır. Aynı zamanda bireyler sadece olan haberlere ulaşma değil aynı zamanda kendileri de yeni içerikler üreterek bu içeriklerin paylaşılmasını ve yeni bir gündem oluşturulabilmesine de olanak sağlayabilmektedirler. Tüm bu olanaklar enformasyonun hızla gelişmesine ve ilerlemesine katkıda bulunmaktadır. Böylelikle bireyler dünyanın her hangi bir yerinde meydana gelen bir gelişmeden çok hızlı bir şekilde haberdar olabilmektedirler. Kitle iletişim araçları dönemimde basılı gazetecilikte olan bir haberden en yakın olarak ertesi gün haber alınabiliyordu. Radyo ve televizyonlarda ise farklı bir ülkede oluşan bir haberden haber kaynakları toplanabildikten ve habercilere ulaşabildikten sonra yayınlanması mümkün olabiliyordu. Günümüzde ise yeni medya ile birlikte haberler anlık olarak çok hızlı bir şekilde yayılabilmektedir.

Haberin hızlı yayılımı büyük bir gelişme olarak haber ihtiyacının çok hızlı ve sınırsız olarak elde edilebilmesini sağlarken, diğer bir yandan

ise haberin kaynağının ve içeriğinin doğruluğu hakkında bazı olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Günümüzde haberlere hızlı erişim sağlanabilmekte ancak haberin doğruluğu konusunda güvenilir olup olmadığı hakkında pek çok sorunda beraberinde gelebilmektedir. Özellikle twitter gibi platformlarda haber akışı çok hızlı olmasının karşın gündemi değiştirecek gündemde ilk sıralarda yer almasını beklemediğimiz magazinsel ya da spekülatif haberlerle medya yönünde bir manipülasyon söz konusu olmaktadır. Bu platformlarda açılan ve her gün sayısı gittikçe artan gerçek dışı olan hesaplardan paylaşılan bilgilerin güvenilirliği konusunda önemli sorunlar yaşanabilmektedir. Bu yönde hesaplardaki ya da haber kaynaklarında haberlerin doğruluğu yönünde bireylerin birden fazla kaynağa giderek araştırması çok daha güvenilir haber edinimine olanak sağlayacaktır.

7. Haber İçerikleri Bağlamında Gündem Oluşturma ve Manipülasyona Bakış

21 yy. dünyasın da kitlelerin iletişim ağı olarak kullanılan internet geleneksel medya mecralarını geride bırakarak şuanda en yaygın kullanımı olarak bilinmektedir. İnternet kişiye bireysel kullanım olanağı sağlamaktadır. Sosyal medya ortamlarında doğru ya da asılsız içeriklerin paylaşımı da söz konusu olabileceği için bu durum hedef kitle üzerinde kısa zamanda olumlu ya da olumsuz etkiler yaratabilmektedir. En çok dikkat çeken siyaset, spor, eğitim, magazin ve daha fazla içeriklerin bulunması interaktif bir ortamın oluşmasını sağlamaktadır. Geri bildirim olmasıyla katılımın çok olması ve paylaşılan içeriklerin kitleleri olumlu anlamda bir araya getirdiği gibi

asılsız paylaşımlar doğruluğu tespit edilmeden doğruymuş gibi algılayan kitlelerin ayrışmasına da yol açtığı gibi akabinde kin ve nefret suçlarının da oluşmasına yol açmaktadır. Örneğin, Gezi parkı kargaşasında bireyler sosyal medya mecralarından organize olunmuştur. Twitter ve diğer sosyal hesaplarda bilgi kirliliği de olabildiği için kitlelerin suskunluk sarmalı kavramına yenik düşmekten endişe ettikleri için asıllı ya da asılsız haberlere inanmayı tercih etmektedirler. Paylaşılan içeriklerin kitlelerin katılım sağlamaları için taraflı ya da ideolojik gibi argümanlar kullanıldığı bilinmektedir.

Yeni medyada paylaşılan haberlerin manipüle edilmesinde, paylaşılan içeriğe karşı yapılan yorumların ve paylaşımlarla haberin değerini kaybetmesine ve paylaşılan karşıt içerikler sayesinde haberin manipüle olmasına sebep olmasına neden olmaktadır. Bu durum karşımıza daha çok olağan bir olayın farklı yönlerde değerlendirilerek medyaya servis edilmesiyle çıkmaktadır. Örneğini Elazığ depreminde sağ kurtulan depremzedelerle Mert Döküm Fabrikası yalanı ile şok olan depremzedeler fabrikaya doğru hareket eden vatandaşlar fabrika kapısından geri çevrilmişlerdir. Günümüzde bir gazetecinin ya da köşe yazarının farklı haber oturumlarında uzman olduğu ya da uzman olmadığı konularda fikrini söylemesi popüler yaklaşımlar sergilemesi her konuda uzman görünümü sergilemesi ise haberin doğruluğundan çok kendi fikirlerine ortaya koyarak ve bunu kabullendirme yöntemlerini kullanarak haberin kitlelerde farklı algılanmasına yani manipüle olmasına yol açmaktadır.

Gündem oluşturma yönünde, eşit beklentileri tarafından önemli gördükleri haberleri sıkça sosyal medya ve yazılı ve görsel basında gösterilmesi ve katılımcıların çok olmasıyla belirlenmektedir. Örneğin, Sabiha Gökçen Havaalanında yaşanan Pegasus yolcu uçağının pistten çıkmasıyla üç yolcunun ve çokça kişinin yaralanmasıyla meydana gelen olayda medyada bu konu hakkında medyanın uzun süreli medya da yer almasıyla yoğun gündem oluşturulmaktadır.

Medyada yer alan haber başlıkları ile haber içerikleri yeri geldiğinde farklılık gösterebilmektedir. Bu haberlerin en belirgin özelliğini gündem oluşturan haberlerde görmekteyiz. Haber başlığının okunması dikkat çekici başlıklar özenle seçilmektedir. Örneğin, sosyal medyada ya da yazılı ve görsel basında yer alan trans cinayetleri haberlerinde, 'bir "trans" öldürüldü' başlığı veren mecralarda aslında trans olduğu için öldürüldüğü gibi algılanmasına yol açmasına neden olmaktadır. Haberin aslı ise, farklı bir konuda tartışma meydana gelmesiyle öldürüldüğüdür. Toplumun kültürel ve inanç yönünde önemli rol oynaması medyada (iyi olmuş) gibi yorumların da medya da görmek mümkündür. Medya da verilen başlıkla haberin içeriği tamamen farklı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda, yeni iletişim ortamlarında oluşturulan içeriklerin araştırıldıktan sonra yorum getirilmesi ve paylaşılması daha yararlı olacaktır. Böylelikle daha doğru bilgi edinimi sağlanarak, oluşabilecek bilgi kirliliği azaltılabilecektir.

SONUÇ

Hızla değişen teknolojik gelişmeler, her alanda olduğu gibi yeni iletişim teknolojilerinde de önemli değişikliklerin oluşmasına sebep olmuştur. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla iletilen içerikler, artık dijital mecralar üzerinden iletmeye başlanmıştır. İletişimin her alanında bilgi aktarımı değiştii gibi, gazetecilik ve habercilik alanında da bir dönüşüm yaşanmıştır. Haberin iletilmesi, haber kaynakları, içerik üretimi ve içerik paylaşımı dijital mecralarda, kitle iletişim araçlarına kıyasla çok daha hızlı bir biçimde gerçekleşir duruma gelmiştir. Ancak bu durum, gazetecilik alanında haber üretiminin değişim göstererek gündemi kimin nasıl belirleyeceği konusunda da farklılıklar meydana getirmiştir.

Yeni medya üzerinden içerik üretebilen herkesin gündemi de belirleyebilmesi haberin oluşumunda, haber içeriklerinin güvenilirliği konusunda endişeler getirmeye de başlamıştır. Dijital platformların habercilik alanında sağladığı tüm avantajların yanında içeriğin güvenilirliği, paylaşımı ve haber değeri konusunda oluşabilecek sorunlarında farkında olarak medyayı kullanmanın daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda, çalışmada da belirtildiği üzere medya kaynaklarında oluşturulan haberlerin incelenmesi ve doğru kaynaklar üzerinde yoğunlaşarak bilgi kirliliğinin azaltılması yönünde bilinçli davranmanın önemli olacağı fark edilmelidir. Böylelikle, dijital mecranın sağladığı kolaylıklar haberin hızlı iletimi, haberin duyurumu ve gündem belirleme konularında daha güvenilir sonuçlar elde edileceği ön görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Barnet R. J. (1997). *Küresel Düşler: İmparator Şirketler ve Yeni Dünya Düzeni*. Gülden Şen (Çev.). İstanbul: Sabah Yayınları.
- Bernard, B. (1985). *Gazetesiz Kalmak Ne Demektir? Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*. Ankara: A.Ü. B. Y. Y. O. Yayınları.
- Carlson, D. (2003). The History of Online Journalism. Kawamoto, *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. Roman and Littlefield, 31- 57.
- Chan-Olmsted S., H. Rim and A. Zerba.(2013). *Mobile News Adoption among Young Adults: Examining the Roles of Perceptions, News Consumption, and Media Usage, Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(1) 126–147.
- Çevikel, T. (2004). Türkçe Haber Siteleri ve Türkiye’de İnternet Gazeteciliğinin Gelişimini Sınırlayan Faktörler, 2. *Uluslararası Communication in the Millenium Konferansı*, Eylül 2014, İstanbul.
- Çiftçi, H. (2018). Üniversite öğrencilerinde sosyal medya bağımlılığı. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(4).
- Evans, D. (2008). *Social Media Marketing: An Hour A Day, Indianapolis*. India: Waley Publish.
- Fortunati, L., M. Deuze ve F. de Luca. (2013). The New About News: How Print, Online, Free, and Mobile Coconstruct New Audiences in Italy, France, Spain, the UK, and Germany, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1-20.

- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. Cemal Güzel (Çev.). İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- Habermas, J. (2004). *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*. Tanıl Bora ve Mithat Sancar (Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Halıcı, N. (2003). *Online Gazetecilik. Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*. Sevda Alankuş (Der.). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Kovach, Bill ve Rosenstiel, Tom (2007). *The Elements of Journalism*. New York: Three Rivers Press.
- Ludtke, M. (2009). Let's Talk: Journalism and Social Media. *Nieman Reports*, 4-5.
- Mohamed, M. S.(2007). Knowledge Management Technologies The Triad Of Paradigms in Globalization, Ict, And Knowledge Management Interplay, *VINE: The Journal of Information and Knowledge Management Systems*. 37 (2) 103.
- Küng, L. (2002). Redefining Public Service Broadcasting for the Internet Age. *Presentation Delivered during a COST A20 Network conference*. Tromsø.
- Maalouf, A. (2009). *Çivisi Çıkmış Dünya*. Orçun Türkay (Çev.). İstanbul: Yapı kredi Yayınları.
- McCombs, M. (2005). A Look at Agenda-setting: past, present and future, *Journalism Studies*, 6: 4, 543-557
- Neuman, M. & Hogan, D. (2005). Semantic Social Network Portal for Collaborative Online Communities. *Journal of European Industrial Training*. 29 (6) 472.

- Oskay, Ü. (1992). *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*. Der Yayınları: İstanbul.
- Sayre, B. L. Bode, D. Shah, D. Wilcox ve C. Shah. (2010). "Agenda Setting in a Digital Age: Tracking Attention to California Proposition 8 in Social Media, Online News, and Conventional News," *Policy & Internet*. Vol. 2: Iss.2, 7-32.
- Sitembölükbaşı, Ş. (2003). İletişim Teknolojisindeki Yenilikler ve Temsili Demokrasinin Geleceği. *Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*. 5 (2) 4,5.
- Starr, Paul (2004). *The Creation of TheMedia*. New York: Basic Books.
- Timisi, N. (2003). *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Ankara: Dost Kitabevi.
- Tokgöz, O. (2003). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Weeks, B.veHolbert, R. (2013). Predicting Dissemination of News Content in Social Madia: A Focus on Reception, Friending, and Partisanship. *Journalism & MassCommunication Quarterly*, 213-232.
- <http://www.mediahistory.umn.edu/ti-meline/> (8 Mayıs 2018).

BÖLÜM 3

**KARA MİZAH PERSPEKTİFİ İLE 28 ŞUBAT
SÜRECİNİ TURHAN SELÇUK KARİKATÜRLERİ
ÜZERİNDEN OKUMAK**

Dr. Tahsin Emre FIRAT¹

¹ Atatürk Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Erzurum, Türkiye.
tahsinemrefirat@gmail.com

GİRİŞ

18. yüzyıldan itibaren toplumsal anlamda yaşanan trajediler ile birlikte ortaya çıkmaya başlayan kara mizah türü, ilk olarak edebiyat alanında kendine yer edinmiş ve devam eden süreç içerisinde diğer sanatsal türlerde de varlık göstermeye başlamıştır. Kara mizah temel anlamda toplumsal hayata dair trajik ve ironik boyutları satirik bir dille tartışmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda kara mizah, biçim ile öz arasındaki uyumsuzluktan dem vurarak toplumsal hayatın içerisindeki üzüntü, acı, çaresizlik gibi kötücül yönleri gülünçleştirerek ifade etmeye çalışmaktadır (Pratt, 1993: 71). Öte yandan yine kara mizah, tecavüz, cinayet, intihar, yaralama ve delilik gibi toplum açısından tabu olarak kabul edilen konuların kendi içerisinde ironik ve parodik bir yönünün olduğunu savunmaktadır.

1800'lü yılların başından bu yana görsel mizahın alt türlerini arasında gösterilen karikatür, toplumsal sorunları gülünç bir dille irdelemesi açısından oldukça değerlidir. Kelime anlamı itibariyle İtalyanca hücum etmek anlamına gelen *caricare*'den türeyen karikatürün ilk örnekleri, bir portre gibi söz konusu kişinin tüm fiziksel kusurlarını mercek odaklanarak bunları abartıp çarpıtmak suretiyle gülünç bir çizim ortaya koymayı hedeflemiştir (Selçuk, 1998: 10; Kayış, 2009: 13; Şenyapılı, 2003: 14). Daha sonra bu yönünü yitiren karikatür ortaya koyduğu söylem düzeyi daha da ağırlaşmaya başlayarak bahse konu kişi ya da konunun fiziksel kusurlarından ziyade sistem bünyesindeki sorunlara ve çarpıklıklara odaklanır hale gelmiştir. Özetle çizgi ile mizah

yapmayı amaçlayan karikatür, toplumsal aksaklık ve problemlerin gülünçleştirilerek resmedilmesidir.

Zaman içerisinde biçimsel açıdan dönüşüm yaşayan karikatür anlatmak istediğini yalın ve basit çizgiler kullanarak daha kestirmeden ortaya koyan bir görünüm kazanmıştır. Bu düzlemde, salt çizgi ile kendini anlatabilen sade bir karikatür tarzı doğmaya başlamıştır. İlk dönem karikatürlerde yoğun bir etkinlik alanı bulan yazı zamanla miadını doldurarak yerini gösterişsiz çizgilere bırakmıştır (Oral, 1998: 90). Özellikle Turhan Selçuk karikatürlerinde gözlenen bu karikatür dili *grafik mizah* şeklinde de adlandırılmaktadır.

1900'lü yılların ortalarında karikatür alanında keskin bir dönüşüm yaşanmaya başlamıştır. Romanyalı çizer Saul Steinberg öncülüğünde karikatürde yeni bir tarz doğmuş ve bu devrimsel dönüşümün temelinde yazının aşıldığı ve çizginin daha ön planda olduğu bir üslup hâkim olmuştur (Çeviker, 1998: 12). Türk karikatüründe de benimsenen bu yeni üslubun ilk temsilcilerinden olan Turhan Selçuk, karikatürde renkten ziyade grafiğin önemli olduğunu savunmaktadır. Ona göre grafik sanat içerisindeki eğilimler, mizahi anlamı oluşturmak açısından daha işlevseldir. Bu noktada geri planda olan renk sadece karikatürü süslemek amacıyla kullanılmaktadır (Kabacalı, 1989: 7). Dolayısıyla sadeliğin belirginlik gösterdiği bu yeni biçem Turhan Selçuk'un karikatür anlayışını da özetlemektedir.

Turhan Selçuk'un basit bir görünüme sahip fakat anlam açısından oldukça derin karikatür üslubu, öte yandan kendine özgü bir mizahi anlatım oluşturmasını da sağlamıştır. Selçuk'un karikatürlerinde çizdiği

tablo, yoğun olarak kötücül bir durumu satirik bir dille eleştirmektedir. Bu anlatım tarzı kara mizahın temel argümanları olup ifade ettiği durum açısından karanlık yönler üzerindeki vurguyu arttırmayı hedeflemektedir. Turhan Selçuk karikatürlerinin gösterebilimsel açıdan inceleneceği bu çalışma kara mizah ile karikatür arasındaki ilişki üzerinden Türkiye'nin son 20 yıllık siyasi tarihine damgasını vuran 28 Şubat sürecine ayna tutmayı amaçlamaktadır.

1. 28 Şubat Postmodern Darbesi

Türk siyasal yaşamı açısından kırılma niteliğindeki askeri müdahaleler 27 Mayıs 1960, 12 Mart 1971, 12 Eylül 1980 ve 28 Şubat 1997 tarihlerinde gerçekleşmiş ve arkalarında oldukça derin sosyolojik etkiler bırakmışlardır. Bu yüzden Türkiye siyasi tarihinin adeta bir darbeler tarihini çağrıştırdığı ifade edilebilir. 27 Mayıs ve 12 Eylül'de Türk Silahlı Kuvvetleri (TSK) ülke yönetimine bütünüyle el koyarken, 12 Mart ve 28 Şubat muhtıra şeklinde gerçekleşen ve meşru hükümetin istifasını isteyen müdahalelerdir. 28 Şubat darbesi açısından düşünüldüğünde, Dönemin Genelkurmay Genel Sekreteri Erol Özkasnak tarafından kullanılmış olan “postmodern darbe” ifadesi bu müdahaleye ilişkin yapılan en doğru niteleme olduğu söylenebilir. 28 Şubat dönemini daha iyi anlayabilmek için 24 Aralık 1995 genel seçimini ve bunun ardından gelen hükümetleri de dikkatli okumak gerekmektedir.

24 Aralık seçim çalışmalarına Refah Partisi (RP) kitleselleşme parolası ile başlamıştır. Partinin teorisyenlerinden olan Bahri Zengin, RP'nin sadece cami etrafına odaklanmaması gerektiğini vurgulamış ve partinin

söylemini ve üslubunu geliştirerek dar bir zemine sıkışmaması gerektiğinin altını çizmiştir. Bunun için de, yöntemde, üslupta ve davranışlarda bir değişiklik yapılması gerektiğini belirterek, halka daha sevecen bir dille yaklaşılması gerektiğini ifade etmiştir. Zengin'e göre, sosyal adalet, insan hakları, özgürlükler gibi konular RP'nin söyleminin temelini oluşturmuştur (Zengin, 1993, 36-39). Bunun için merkez sağ seçmene hitap etmesi gerektiğinin farkında olan RP yönetimi, sağ seçmen kitlesine hitap eden bir parti olmaları gerektiğinin farkına vararak seçim çalışmalarını bu doğrultuda gerçekleştirmişlerdir. Sonuç olarak 1995 seçimlerinde aldığı 6.012.450 oy ile %21,4 oranına ulaşmış ve 158 milletvekili çıkaran RP bu seçimlerde birinci parti olma başarısını yakalamıştır (TÜİK, 2012: 94). Böylece önceki seçimler ile kıyaslandığında aldığı oyu arttıran tek parti olan RP, milli görüş hareketi açısından düşünüldüğünde ilk kez birinci parti olmuştur. Öte yandan 1989 ve 1994 yerel seçimlerinde kazandığı belediyelerdeki kayda değer başarıları ve 1991 genel seçimlerinin ardından 40 milletvekili ile üstlendiği muhalefet görevini ile meclisteki başarılı muhalefeti bu oy oranının ortaya çıkmasına neden olan faktörler arasındadır (Yavaşca, 2018: 127).

Seçimlerin ardından hiç bir partinin tek başına hükümeti kuracak sayıya ulaşamamasından dolayı koalisyon hükümeti kaçınılmazdı. Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel tarafından hükümeti kurma yetkisini alan RP Genel Başkanı Necmettin Erbakan, diğer partiler ile görüşmeler yaptıysa da mutabakat sağlanamamıştır. Zira Türk Silahlı Kuvvetleri'nin (TSK) RP'yi iktidar olarak görmek istememesi bunun temel sebebini teşkil etmektedir. Genelkurmay Başkanı Orgeneral

İsmail Hakkı Karadayı, seçim sonuçlarının belli olmasının ardından Doğruiyol Partisi (DYP) lideri Tansu Çiller ve diğeri bir merkez sağ parti olan Anavatan Partisi (ANAP) lideri Mesut Yılmaz'ı ziyaret ederek RP'nin ortağı olacağı bir hükümetin TSK tarafından hoş karşılanmayacağını açık biçimde dile getirmiştir. Bu yüzden de Cumhurbaşkanı Demirel'den hükümet kurma yetkisini alan Erbakan'ın koalisyon tekliflerine DYP ve ANAP liderleri kapıyı baştan kapatarak RP'nin başını çektiği bir hükümetin kurulmasına engel olmuşlardır (Cemal, 2010: 209). Sonuç olarak hükümeti kuramayan Erbakan görevi tekrar Demirel'e iade etmek durumunda kalmış ve bunun ardından hükümeti kurma görevi seçimin ikinci partisi olan ANAP'ın lideri Mesut Yılmaz'a verilmiştir. En sonunda hükümet bunalımı sona ermiş Mesut Yılmaz'ın ve Tansu Çiller'in ortaklığıyla mutabakat sağlanmıştır. Oluşturulan bu yeni koalisyonun adı da Ana-Yol hükümeti olarak anılacaktır. Ayrıca Bülent Ecevit'in liderliğindeki Demokratik Sol Parti'nin de Ana-Yol hükümetini dışarıdan destekleyeceğini açıklaması 53. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti'nin güvenoyu alarak göreve başlamasını sağlamıştır.

Ne var ki 6 Mart 1996'da kurulan Ana-Yol hükümetinin iktidarı çok uzun ömürlü olamamıştır. RP'nin DYP lideri Çiller'e ilişkin yolsuzluk dosyalarını meclise getirmesi ve yüce divanı işaret ederek onu köşeye sıkıştırması hükümeti zora sokmuştur. RP'nin Çiller'i, TEDAŞ ve TOFAŞ dosyalarıyla zorlaması ve ANAP'ın da Örtülü Ödeneği usulsüz kullandığı gerekçesiyle Çiller'e karşı bir araştırma önergesi vermesi hükümetteki bunalımı iyice arttırmıştır (İyiekici, 2018: 177). Sonuç olarak yolsuzluk dosyalarının açığa çıkmasından Mesut Yılmaz'ı

sorumlu tutan Çiller 53. Hükümet'in ortaklığından çekildiğini açıklamıştır. Ayrıca 53. Hükümet'in güvenoyu yoklamasının usulsüz olduğunu gerekçe gösteren RP, konuyu Anayasa Mahkemesi'ne taşımış ve çekimser oyların lehte sayılması nedeniyle hükümetin, güvenoyu alamadığı kanaatine varılmıştır. Sonuç olarak Başbakan Mesut Yılmaz 6 Haziran 1996'da Başbakanlık görevinden istifa etmiş ve Ana-Yol hükümeti dağılmıştır (Yavaşca, 2018: 130).

54. Hükümet'in kurulması için Cumhurbaşkanı Demirel tekrar RP lideri Erbakan'ı görevlendirmiştir. Bu süreçte toplum uzun süreli hükümet bunalımlarından dolayı yılmış ve seçimde birinci parti olan RP'nin iktidardan dışlanmasını da kabullenememiştir. Böyle bir ortamda elini daha da güçlendiren RP, Çiller'e karşı yolsuzluk kozunu da kullanarak onunla birlikte bir koalisyon kurma yolunun önünü açmıştır. Böylece 9 Haziran 1996'da RP lideri Erbakan'ın başbakanlığını üstlendiği ve Çiller de başbakan yardımcısı ve dışişleri bakanı olduğu Refah-Yol olarak da bilinen hükümet kurulmuş oldu. Hükümetin kurulmasının hemen ardından Çiller hakkındaki yolsuzluk dosyaları RP'nin de desteğiyle rafa kaldırıldı (İyiekici, 2018: 190). Bu noktada bu yolsuzlukları meclis gündemine getiren RP'nin daha sonra Çiller'i bu yolsuzluklardan aklamaması ancak siyasi çıkar ortaklıkları ile anlamlandırılabilir.

Refah-Yol hükümeti Milli Görüş fikrinin iktidar olmasından dolayı TSK tarafından çok hoş karşılanmamış olsa da iktidarın ilk dönemlerinde asker ve hükümet arasında bir gerilimin olduğu kamu nezdinde bilinmekteydi. İslamcı kimliğe sahip bir partinin iktidarda

olması, laik kesim, TSK, ana akım medya ve sermaye gruplarının hükümete karşı bir tavır sergilemesine neden olmuştur. 1997 yılı ile birlikte RP ve TSK arasındaki çatışma daha da belirginleşmeye başlamıştır. Örneğin RP'nin irtica taraftarı ve laiklik karşıtı olduğu düşüncesi TSK tarafından net bir şekilde ifade edilmeye başlanmıştır. 28 Şubat 1997 yılında düzenlenen Milli Güvenlik Kurulu'nun (MGK) aldığı kararlar 28 Şubat diye adlandırılan sürecin fitilini ateşlemiştir.

MGK toplantısında, iç ve dış politikaya ilişkin birtakım kararlar alınmış olsa da bunlardan en bilinenleri laiklik üzerindeki vurgu olmuştur. 18 maddeden oluşan ve hukuksal olarak tavsiye niteliğinde olan MGK kararları şeriat kanunlarına dayalı bir İslam Cumhuriyeti kurmayı amaçlayan grupların faaliyetlerine yönelik olarak alınan tedbirler şeklide özetlenebilir. Bu tedbirler kapsamında alınan kararlara göre, laiklik üzerinde yoğun bir şekilde durularak laikliğin rejim aleyhtarı yıkıcı ve bölücü guruplar tarafından tehdit altında olduğu vurgulanmıştır (Öztürk, 2013: 18-19). Söz konusu bu kararlarda doğrudan RP iktidarının adı geçmese de ona karşı alındığı kamuoyu açısından aşikârdır. Zira RP milli görüş hareketinin siyasal temsilcisi ve İslamcılığın politik karşılığı olan bir siyasi parti görünümündeydi.

Başbakan Erbakan, ilk etapta MGK kararlarını imzalamayı reddetmiş sonrasında ise ancak bu kararların yumuşatılması şartıyla imzalayacağını belirtse de süreç çerisinde karar metnini imzalamak zorunda kalmıştır. Bu kararların kabulü ile ağır bir darbe alan Refah-Yol hükümetinin görevini devam ettirmesi iyice zorlaşmış ve Cumhurbaşkanı Demirel ve muhalefet liderlerinin erken seçim için

çağrılarda bulanması hükümeti içinden çıkılması güç bir duruma düşürmüştür. Diğer yandan TSK ile hükümet arasındaki laiklik üzerinden süren gerginlik kamuoyunda bir darbenin yaklaştığına dair düşünceleri de artmasına neden olmuştur. Tüm bunlara ek olarak 21 Mayıs 1997’de Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı Vural Savaş’ın RP aleyhine Lâik Cumhuriyet ilkesine aykırı eylemlerin odağı olduğu ve ülkeyi bir kaos ortamına sürüklediği gerekçesiyle Anayasa Mahkemesi’ne dava açması Refah-Yol iktidarını daha da zayıflatmıştır. 30 Haziran 1997’de Başbakan Erbakan’ın istifa etmesiyle 54. Hükümet dağılmış ve Milli Görüş iktidarı da sona ermiştir (Yavaşca, 2018: 253-255).

Türk siyasal tarihi açısından kırılma niteliğinde olan 28 Şubat sürecinin ardından Refah Partisi kapatılmış ve hükümet el değiştirmiştir. Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel hükümeti kurma görevini 1995 seçimlerinde %19’luk oy oranı ile ikinci olan Anavatan Partisi lideri Mesut Yılmaz vermiş ve Yılmaz’ın görüşmeleri neticesinde Demokratik Sol Parti ve Demokrat Türkiye Partisi ile mutabakat sağlanarak Anasol-D hükümeti kurulmuştur.

28 Şubat sürecinin ardından RP kapatılmış ve lideri Necmettin Erbakan’a siyaset yasağı getirilmiştir. Bu yasak 12 Eylül 1980 darbesinin ardından getirilen siyasi yasakları akıllara getirmektedir. Öte yandan kapatılan RP yerine yine milli görüş çizgisinde olan Fazilet Partisi (FP) kurulmuş ve yaklaşık 150 kadar RP milletvekili bu partiye geçerek muhalefet yapmaya devam etmişlerdir.

28 Şubat TSK'nın doğrudan yönetime el koyarak siyasetçileri derdest etmesi şeklinde gerçekleşmemiş olsa da halkın oyları ile seçilmiş siyasetçilerin brifingler ve talimatlarla yönetimden el çektirilmelerine neden olması yönüyle oldukça önemli bir askeri müdahaledir. Yine bu süreçte, ana akım basın da hükümetin laiklik ilkesine zarar verdiği düşüncesi ile büyük oranda askeri söylemi desteklemiş ve hükümeti bu argümanları kullanarak hedef almıştır. Bu doğrultuda Milliyet Gazetesi karikatüristlerinden olan Turhan Selçuk "Söz Çizginin" adlı köşesinde ana akım basının bu söylemini desteklemiş, karikatürlerinde RP ve irticayı bir arada kullanmıştır. Selçuk'un karikatürleri dikkate alındığında, genel olarak kara mizaha dair unsurlar içermekte ve karikatürlerdeki göstergeler açısından düşünüldüğünde mevcut hükümete ilişkin yoğun eleştirilerin yapıldığı gözlenmektedir.

2. Kara Mizah

Kara mizah isim olarak modern dönem ile birlikte anılmaya başlamış olsa da tür açısından kökleri antik komedyalara kadar uzanmaktadır. Bu bağlamda kara mizah türünün ilk örneklerine Aristophanes'in komedyelerinde rastlamak mümkündür. Antik dönemde teatral sanatında oldukça önemli bir mizahi tür olan hiciv, günümüz kara mizahının temelini oluşturmaktadır. Zaman içerisinde kendini gösteren hümanistlik alegoriler, pikaresk anlatılar ve metafizik hicivler günümüz kara mizahının oluşmasına büyük katkı sağlamıştır (Scholes, 1980: 143).

Günümüz kara mizahının temelinde I. Dünya Savaşı'nın yaşanan fiziksel ve duygusal yıkım ile birlikte ortaya çıkmaya başlayan

gerçeküstücü hareket vardır. 1900'lü yılların ilk çeyreğinden itibaren dünya toplumunun deneyimlemek zorunda kaldığı savaşlar, acılar, kıtlıklar ve sefaletler sosyal bir eleştirel kültürü doğurmaya başlamıştır. Tam bu ortamda şekillenen düşünce, ilk örneklerini edebiyatta ortaya koymuştur. Kara mizah böyle bir ortamda hayat bulmuş acı, hüznün, çaresizlik ve sevinç gibi duyguların arasında kalmışlığı ifade etmiştir. Ayrıca kara mizah yaşamın insan üzerindeki ağırlığını anlatma noktasında dram yetersiz kalmaya başlayınca daha da önem kazanmıştır (Arık, 2002: 89-90).

Kara mizah toplum içerisindeki çirkinliklere ve yozlaşmışlıklar odaklanmaktadır. Bu yüzden kara mizah kutsala, güçlüye, başarıya ve mutluluğa şüphe ile yaklaşmaktadır. Modern bireyin düşünsel yapısını yansıtan kara mizah, daha ziyade karamsar bir dünyayı tahayyül etmektedir. Modern dünyanın sunduğu akılcı tüm değerlerin zamanla kan ve gözyaşı getirdiğini gören Batılı insanın, yaşadığı bu hayal kırıklığını anlatması açısından kara mizah en işlevsel araçlardan biridir (Oluk Ersümer, 2014: 140).

Fern Kupfer'e göre kara mizah, nihilizmin bir yansıma biçimidir. Toplumun algıladığı dünya kaotik bir görünüme sahiptir ve en temel insan değerleri anlamsız bir görünümde. Bu yüzden de insan eylemlerinin de belirgin bir keyfilik söz konusudur. Nitekim kara mizah ile temsil edilen karakterler, grotesk bir tarz ile resmedilerek gerçeküstü bir kimliğe kavuşturulmaktadır (Aktaran: Feinberg, 1978: 153). Bu bağlamda içerisinde hicvi, ironiyi, groteski, absürdü ve parodiyi tek başına barındırmayı başaran kara mizah; gelenekse,

modern ve postmodern mizahi anlatımları özgün bir üslup ile bir arada kullanmaktadır (O'Neil, 1990: 74). Kara mizahın toplumdaki tekinsizliğin altını çizdiği kimyasında; hicvin iğneleyici dili, ironinin gerçeklik ve ideal arasındaki çelişkisi, groteskin abartılı dili, absürdün idealdeki yitimini ve parodinin meta mizahı anlatılmaktadır (Oluk Ersümer, 2014: 141).

Kara mizah, kavramsal açıdan, ilk olarak André Breton tarafından 20. Yüzyılın ikinci çeyreğinde kullanılmaya başlanmıştır. André Breton bu kavramsallaştırmayı Jonathan Swift'in eserlerine borçludur. Jonathan Swift'in metinlerindeki ağır şüphecilik ve ölüm gibi ciddi olayların komedi ve hiciv ile birlikte verilmesi André Breton'a göre kara mizahın ipuçlarını vermektedir (Silva, 2005: 90). Breton'un ifadesiyle (1997: 12), toplumun üzerinde durmaya gerek duymadığı sosyal tabuları ve normları altüst etmeye yarayan bir direniş aracı olan kara mizah gücünü muhalif kültürden almaktadır. Duyarlılık ve duygusallığın kara mizahın düşmanı olduğunu savunan Breton, trajik durumla kendi arasına bir mesafe koyamaya insanın kara mizahın üretimi noktasında çok verimli olamayacağını düşünmektedir. Bu bağlamda olaylara daha duygusuz ve mesafeli yaklaşımların daha üretken olduğunu savunmak yanlış olmayacaktır.

Kara mizah hitap ettiği kişinin, akıl ve duygularına doğrudan seslenmektedir. Bunu yaparken karşıtlıkları ön plana çıkararak okuyucunun veya izleyicinin kendi durumunu gözden geçirmesini sağlayarak onu sarsmayı amaçlamaktadır. Böylece kara mizah, okuyucu ya da izleyici üzerindeki etkisini arttırarak gerilimli bir hava

oluşturmaya çalışmaktadır (Styan, 2005: 262). İroninin ve hicvin mizahi bir formda verilmesi, mevcut durumu gülünçleştirerek varoluşsal çelişkilere üzerindeki vurguyu arttırmaktadır.

Kara mizahın felsefi temelleri Dadaizm ve Gerçeküstü düşünce ile yakından ilişkilidir. Özellikle büyük savaş ve yıkımlar neticesinde yaşanan duygusal çöküntü, kara mizahın çıkış noktasını ortaya koymaktadır. Fransızca “tahta at” anlamına gelen dada hareketinin temel felsefesi, saçmalama, alaya alma, şaka ve oyun gibi birbiriyle çok yakın olmayan unsurların bir arada kullanımınıdır. Bu da genel anlamda birbiriyle zıt gibi görünen şeylerin birlikte verilerek toplumsal çarpıklıklara dikkat çekmektir (Erdem, 2019: 128). Dada hareketini benimsemiş sanatçıların amacı, toplum adına tabu olarak kabul edilen otoriteyi ve temel amacının dışına çıkan toplumsal kurumları gülünçleştirerek halkı düşünsel anlamda aydınlatmaktadır. Gerçeküstü akım açısından da mizah, bir tür ahlaksal tutumdur. Her şeyin içerisinde bir nebze de olsa kendini hissettiren gerçek dışılık bu akımın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu düzlemde benimsenmiş olan mantıksal mekanizmalarını eleştirisi olan mizah, nesnel arasındaki bağı sorgulanmasını sağlayan bir işleve sahiptir. Özetle gerçeküstücü düşünceye göre mizah, toplumsal derinliği olan argümanlardan çıkardığı olguların adeta bir oyunmuş gibi yeniden kurgulayan bir güce sahiptir (Arık, 2002: 91-92). Çıkış noktasını bu düşüncelerin oluşturduğu kara mizah, salt bir yergi olmamakla birlikte taşlama ya da hiciv gibi türlere de sıkıştırılmayacak kadar geniş bir artalana sahiptir. Kara mizahta hicvin nereden başlayıp bittiği ya da nerede direkt bir yergi ve taşlamaya dönüştüğünü belirlemek oldukça güçtür (Batur,

1995: 15). Kara mizahta bunların her biri belli bir oranda kullanılarak tekinsiz bir dünyanın vurgusu yapılmaktadır ve böylece onun bünyesinde barındırdığı eleştirel gülüş ile ortaya konan ironik gönderme muhatabını bir yandan gülümsetirken diğer yandan da düşündürmektedir.

Kara mizah normal şartlarda birlikte var olması oldukça zor iki olgu olan dehşet ile mizahı bir arada vererek bunları birbiriyle olan ilişkisini vurgulamaktadır. İnsana acı veren konuları trajik bir biçimde ele alan kara mizah, bunları mizahi bir biçimde yansıtmaktadır. İçerik ve biçim arasındaki uyumsuzluğu kendine referans noktası olarak alan kara mizah, içerikteki hüznün verici olayı ele alırken bunu mizahi bir biçim ile yansıtmaktadır (Oluk Ersümer, 2014: 302). Böylece muhatabını beklentilerini bir yönüyle sekteye uğratan kara mizah, onu duygusal açıdan bir bozguna uğratmaktadır. Bu durum aynı zamanda muhatabında bir kafa karışıklığına yol açarak, onun söz konusu kara mizah unsurundan tek bir anlam çıkarmasını güçleştirmektedir.

Kara mizahın kasvetli doğası, insanın içine düştüğü paradoksları alaycı bir üslupla vurgulamayı amaçlamaktadır. İnsanların üzerinde durmaya bile gerek duymadığı fakat duygusal bir dilemmayı ifade eden olaylar, kara mizah aracılığıyla sarsıcı bir boyut kazanabilmektedir. Sanatın her alanında kendine yer bulan kara mizah karikatür için de oldukça kullanışlı bir yapıya sahiptir. Modern karikatür anlayışı ile daha çok kullanım alanı bulan kara mizah özellikle Turhan Selçuk karikatürlerinde kendini belirgin bir biçimde hissettirmektedir.

3. Turhan Selçuk ve Mizah Dünyası

1922 yılında Muğla'nın Milas kazasında dünyaya gelen Turhan Selçuk, babasının asker olması nedeniyle eğitim hayatını Anadolu'nun çeşitli kent ve kasabalarında sürdürmek zorunda kalmıştır. İlk karikatürünü 1941 yılında lise öğrencisi olduğu süreçte Adana'da yayımlanan *Türk Sözü* gazetesinde yayımlayan Turhan Selçuk'un o yıllar *Kırmızı Beyaz* ve *Şut* gibi spor dergilerinde de karikatürleri basım imkânı yakalamıştır. 1942 yılında yükseköğrenim için İstanbul'a gelen Turhan Selçuk 1943'da *Akbaba* dergisinin çizer kadrosuna katılmıştır. Daha sonraki yıllarda *Tasvir* gazetesi ve *Aydede* mizah dergilerinde de çalışan Selçuk, 1949 yılında *Yeni İstanbul* gazetesinde çalışmaya başlamıştır. Turhan Selçuk kardeşi gazeteci İlhan Selçuk'la birlikte 41 *Buçuk* ve *Dolmuş* gibi haftalık mizah dergileri de çıkarmıştır. Dönemin iktidarı Demokrat Parti'ye yaptığı sert eleştirilerden dolayı Turhan-İlhan Selçuk kardeşlerin çıkardığı *Dolmuş* birçok kez kapatılma cezasıyla karşı karşıya kalmıştır (Çeviker, 2010: 24). 1954'ten itibaren *Milliyet* gazetesinin çizer kadrosunda yer alan Selçuk, *Abdulcambaz* isimli çizgi roman serisiyle üne kavuşarak çizerliğini uzun yıllar devam ettirmiştir (Kabacalı, 1989: 10). Grafik mizahın, karikatür için en evrensel anlatımı dili olduğunu savunan Selçuk, 1960'da İtalyan mizah dergisi *Il Travaso*'nun çizer kadrosu arasında yer almıştır. Selçuk, 1960 ve 1970 yılları arasında *Yön*, *Akşam* ve *Yeni İstanbul* gibi birçok yayın organında karikatüristlik yapmıştır. 1970 yılından sonra Cumhuriyet gazetesinde haftalık siyasi gündeme ilişkin panoramalar yayımlayan Selçuk, 1980'de tekrar *Milliyet*'e dönmüş ve 2001'den ölüm tarihi olan 2010'a kadar tekrar Cumhuriyet'te çizerlik görevini sürdürmüştür. Usta

çizer 88 yıllık yaşamına Turhan 62, Hiyeroglif, Hal ve Gidiş ve Son Çizginin gibi çalışmaları sığdırmayı başarmıştır. Birçok sinema filmi ve tiyatro eserine de uyarlanan Turhan Selçuk'un *Abdulcambaz* isimli çizgi roman serisi, 1991 yılında PTT'nin posta puluna da resmedilmiştir. 11 Mart 2010'daki ölümüne kadar birçok dergi ve gazetede çizerlik yapmış olan Selçuk, Türkiye'nin çok partili sisteme geçiş süreci, 1960 Darbesi, 1971 Muhtırası, 1970'li yılların sokak olayları, 1980 Darbesi, ANAP dönemi, 1990'ların koalisyonları, 28 Şubat müdahalesi, AKP'nin kuruluşu ve iktidarı gibi birçok siyasal ve toplumsal kırılma noktalarının tanığı olmuş ve çizgilerinde tüm bunları yansıtmaya çalışmıştır. Yaşamının son dönemlerinde Cumhuriyet gazetesinde çizen Selçuk'un grafik mizah anlayışıyla ortaya koyduğu karikatürleri biçem açısından sade ve renk kullanımı yönüyle oldukça basittir. Daha ziyade siyah-beyaz bir forma sahip Turhan Selçuk karikatürlerinde, yazı nerdeyse hiç kullanılmamaktadır. Selçuk'a (1998: 37) göre, bir desen çizerek altına fıkra yazan kişiyi karikatürist olarak nitelendirmek imkânsızdır. Bu noktadan hareketle sanatçı, mizahi fikrini çizgi ile anlatabildiği ölçüde karikatüristtir.

Romanyalı çizer Saul Steinberg'in öncülüğünü yaptığı modern karikatür akımı, onun İtalyan faşizminden kaçması sonucu dünyaya yayılma fırsatı yakalamıştır (Bair, 2012: 5). Steinberg'in 1945 yılında yayınladığı *All in Line* isimli çalışması modern karikatüre dair düşünce ve çalışmalarını yayımladığı bir eserdir. Böylece dünyaya yayılma fırsatı bulan modern karikatür sadelik ve özlülük arayan çizerler arasında kabul görmeye başlamıştır. Kendini modern karikatüristler arasında gören Turhan Selçuk (1998: 38), modern karikatür akımının

Türkiye’de ilk çıktığı tarihten yaklaşık beş yıl sonra yani 1950’lerde yaygınlaşmaya başladığını ifade etmektedir. Cemal Nadir’in ölümünün ardından genç çizerlerin benimsediği modern karikatür üslubu ilerleyen süreçte daha da yaygınlaşmıştır (Alacı, 2011: 581). Çalışmalarının büyük bölümüne *Cumhuriyet* ve *Milliyet* gazetelerinde yayınlayan Selçuk, oluşturduğu geometrik üslupla çizdiği karikatürler Türk çizgi mizah âleminde yeni bir akımın doğmasına öncülük etmiştir. Öte yandan içerik açısından büyük oranda kara mizah ile ilişkili karikatürleri Selçuk’un çalışmalarının temel söylemini ortaya koymaktadır. 28 Şubat süreci Turhan Selçuk karikatürleri açısından düşünüldüğünde, söz konusu dönemin adeta bir kara mizah panoraması olduğu dikkat çekecektir. Gerek siyasal, gerekse de toplumsal temalara sahip 28 Şubat karikatürleri dönemin ruhunu satirik unsurlarla eleştirmekte ve anlatmak istediğini minimum çizgi kullanarak sade bir üslupla ortaya koyma çabasıdadır. 28 Şubat dönemi Turhan Selçuk karikatürlerinin göstergebilimsel açısından inceleneceği bu çalışmanın amacı, söz konusu karikatürleri kara mizah türü bağlamında yeniden okuyarak söz konusu döneme ilişkin yeni bir okuma yapmaktır.

4. Yöntem

Bu çalışma kapsamında Turhan Selçuk’un 28 Şubat’a dair karikatürleri dönemsel olarak analiz edilmiştir. Türkiye siyasal tarihi açısından kırılma niteliğindeki 28 Şubat sürecinin kara mizah perspektifi ile inceleneceği bu çalışma, karikatürist Turhan Selçuk’un kaleminden söz konusu döneme ayna tutmayı hedeflemektedir. Karikatürlerin göstergebilimsel çözümleme ile analiz edildiği bu çalışmada, söz

konusu sürece ilişkin karikatürler derinlemesine incelenerek kara mizah perspektifinden dönemin siyasi ardalını ile birlikte altmetin okuması yapılmak amaçlanmaktadır.

Göstergebilimsel analiz yönteminin kullanıldığı bu çalışmada karikatürler nitel açıdan incelenmektedir. Göstergeleri inceleyen bilim dalı olan göstergebilim, çeşitli anlamlara gelen göstergelerin bilimsel açıdan incelenmesini ifade etmektedir (Rifat, 2009: 11). Daha da detaylandırıldığında göstergebilim; sözcükler, görüntüler, trafik işaretleri, sesler, çiçekler, müzik ve tıbbi semptomlar gibi pek çok şeyin incelenmesini içermektedir. Göstergebilim, göstergelerin iletişimde bulunma yolları ve onların kullanımına egemen olan kurallar üzerinde durmaktadır (Parsa ve Parsa, 2004: 1). Bu çerçevede göstergebilimin odaklandığı göstergeler, nesnesine herhangi bir gerçek ya da temele karşılık gelme olmaksızın uyum sağlayan bir temsil biçimidir (Peirce, 1982: 323). Gösterge ile onun gönderme yaptığı nesne ya da özne arasındaki ilişki göstergebilimin odak noktasını oluşturmaktadır.

Teorik anlamda Ferdinand de Saussure, Charles Morris ve Roland Barthes gibi araştırmacıların çalışmalarıyla şekillenen göstergebilim, genel anlamda anlam ve dil yapısına odaklanarak bir görsele ilişkin altmetin okuması yapmayı hedeflemektedir. Göstergebilimsel çözümlemede, göstergenin ortaya koyduğu anlamlandırmalar çerçevesinde onun gönderme yaptığı kültürel altyapının ortaya konması amaçlanmaktadır (Ünal, 2014: 2). Özetle göstergebilimsel

çözümlemede önemli olan göstergenin altında yatan örtülü anlamı ortaya koyabilmektir.

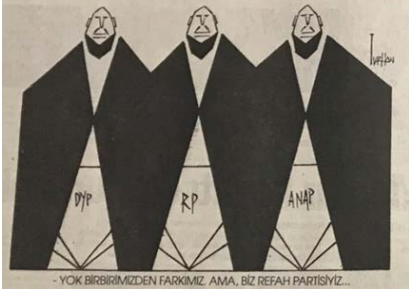



Göstergebilim çerçevesinde incelenen bir görsel düz anlam, yan anlam ve alt metin gibi anlamsal katmanla ayrılmaktadır. Düz anlam görsele ilk bakıldığında oluşan izlenimi ifade ederken yan anlam ise bunun gönderme yaptığı nesneye ya da anlama odaklanmaktadır. Altmetin ise görselde doğrudan anlaşılamayan gösteren ve gösterilen ilişkisinin anlamsal aralanını ifade etmektedir. Bu düzlemde göstergebilimin asıl odak noktasının görselin altmetni olduğu düşünülebilir.

5. Bulgular ve Analiz

Çalışma kapsamında incelenen karikatürler, 28 Şubat sürecinin önemli konuları göz önüne alınarak başlıklara ayrılmıştır. Bu konular, irtica ve laiklik karşıtlığı, yolsuzluklar, siyasi bunalım, faili meçhul cinayetler ve terörden oluşmaktadır. Bu temalar dahilinde ele alınan karikatürler, konularına göre bütünsellik arz edecek şekilde kategorilere ayrılarak göstergebilimsel açıdan incelenmiştir. Öt yandan karikatürlerin göstergebilimsel incelemesi yapılırken resim altı yazılar da dikkate alınarak görselin anlamsal bütünlüğü korunmaya çalışılmıştır.

5.1. 1995 Genel Seçimleri

Tablo 1: 1995 genel seçimlerine ilişkin karikatürler ve göstergebilimsel analizleri

 <p>Resim 1: Milliyet, 20 Haziran 1995, s.10</p>	 <p>Resim 2: Milliyet, 26 Aralık 1995, s.10</p>		
 <p>Resim 3: Milliyet, 9 Mart 1996, s.10</p>	 <p>Resim 4: Milliyet, 9 Nisan 1996, s.10</p>		
Resim No	Düz Anlam	Yan Anlam	Altmetin
Resim 1	Siyah kıyafet	Cübbe	İslam inancı ve gericilik
	Sakal	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik
Resim 2	Sandık	Seçim	Siyasal belirsizlik
	Başörtüsü	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik

	Necmettin Erbakan, Tansu Çiller	Siyasal iktidar	Siyasal belirsizlik
Resim 3	Siyah kıyafet	Cübbe	İslam inancı ve gericilik
	Uzun kıyafet	Cübbe	İslam inancı ve gericilik
	Takke	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik
	Şemsiye tutma	Sömürü	Eşitsiz düzen
Resim 4	Arı	Anavatan Partisi	Siyasal koalisyon
	At	Doğruyol Partisi	Siyasal koalisyon
	Çuval	Hırsızlık	Yolsuzluk

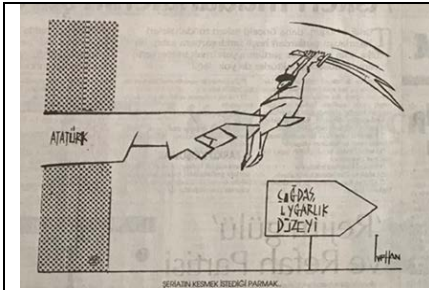
1995 genel seçimlerinin sonuçları karşısında çoğu ana akım medya organı gibi, Milliyet gazetesi ve karikatürist Turhan Selçuk da Refah Partisi'ne ve diğer sağ görüşlü DYP ve ANAP'a ilişkin olumsuz bir tavır takınarak Erbakan önderliğinde bir hükümete eleştirel bir tutum sergilemişlerdir. Yukarıdaki karikatürler dikkate alındığında, seçimlerin ardından oluşan hükümet denklemleri ve yeni iktidar arayışlarının eleştirel bir parodisi yapılmaktadır. Resim 1'de RP, ANAP ve DYP'nin sağ siyasal gelenekten gelmeleri ve seçimden galip çıkmaları "Yok birbirimizden farkımız." ifadesiyle temel siyasal duruşlarının birbirine benzediği algısı yaratılmak amacıyla sakal ve cübbe göstergeleri kullanılarak verilmiş ve "gerici" olduklarına dair bir alt metin oluşturulmak istenmiştir. Bu düzlemde söz konusu dönemde mecliste temsil edilen sağ siyasetten gelen partilerin ortak noktasının gericilik olduğu vurgulanmak istenmektedir. Resim 2'de "Sandıktan

sandık çıktı. Hoca: Hanım kızımız koalisyona hazır mı ne” ifadeleri kullanılarak seçim sonrası olan koalisyon denklemlerine bir gönderme yapılmaktadır. Öte yandan siyasal açıdan yaşanan siyasal istikrarsızlık da karikatürün başka bir boyutunu oluşturmaktadır. Karikatürde dikkat çeken sandık göstergesi seçim sürecine ve yaşanan siyasal istikrarsızlığa vurgu yapmaktadır. Resim 3’teki, “Molla Necmettin: RP insan haklarına saygılı bir partidir.” ifadesi ile birlikte verilen karikatürde kendisini şemsiye ile yağmurda koruyan birinin ıslanıyor olması gözlenmektedir. Bu noktada partinin söylemleri ve eylemleri arasındaki tezatlık üzerinden vurgu yapılarak RP’nin siyasal açıdan ikili oynadığına dair bir alt metin kurgusu yaratılmaktadır. Öte yandan “Molla Necmettin” ifadesi Erbakan’ın siyasal geleneğine gönderme yapılarak, onun dini kavramlar üzerinden İslamcı kimliği ön plana çıkarılmaktadır. 1995 yılı genel seçim sonuçlarına göre RP birinci parti olmasına rağmen hükümeti kuramamış ve hükümeti kurma görevi seçimden ikinci parti olarak çıkan ANAP’a verilmiştir. ANAP ile DYP anlaşarak koalisyon kurmayı başarmış olsa da Resim 4’ten anlaşılacağı üzere Ana-Yol hükümeti çok başarılı olamamıştır. Resim 4’te partilerin simgeleri olan figürler birleştirilerek bir kolaj oluşturulmak istenmiştir. Bu çerçevede ANAP’ın simgesi “arı” ve DYP’nin simgesi olan “kırat” figürleri Mesut Yılmaz’ın Başbakanlığını vurgulamak adına onun başı kullanılarak çizilmiş ama “Şaibe Hanım’ın Şaibeli serveti” ağırlık yaptığı için hükümet kanatlanamamaktadır. Karikatürde tercih edilen çuval göstergesi hırsızlık ve yolsuzlukları akıllara getirmekte ve bu durum Çiller ile özdeşleştirilmektedir. Bu ifade ile Tansu Çiller’in kişisel servetindeki şaibelere dikkat çekilmek istenmiş ve Selçuk,

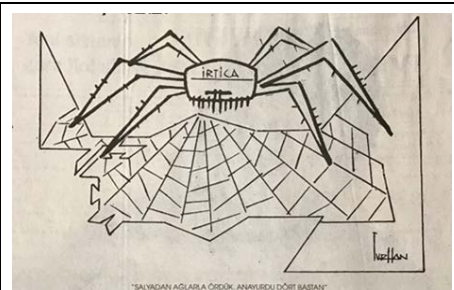
Çiller'e ilişkin çizdiği her karikatürde “Şaibe Hanım” nitelemesini kullanmaya başlamıştır. Öte yandan “Pır pır edip uçamayan bir hilkat garibesi” ifadesi ile Ana-Yol hükümetinin başarısızlığının altı çizilmekte ve “hilkat garibesi” nitelemesiyle bu koalisyonun birlikteliğinin sorunlu olduğuna dair bir gönderme yapılmaktadır. Tüm resimler bir arada düşünüldüğünde seçim süreci ve oluşan hükümet denklemlerine ilişkin eleştirel bir kara mizah yapılmakta ve ironik anlatımlar ile yeni siyasal konjoktüre ilişkin endişeler üzerinden yeni anlamlandırmalar ortaya konmaktadır.

İrtica ve Laiklik Karşıtlığı

Tablo 2: İrtica ve laiklik karşıtlığına ilişkin karikatürler ve göstergebilimsel analizleri



Resim 5: Milliyet, 20 Şubat 1997, s.10



Resim 6: Milliyet, 10 Mayıs 1997, s.12



Resim 7: Milliyet, 12 Ocak 1998, s.10



Resim 8: Milliyet, 9 Nisan 1998, s.10

Resim No	Düz Anlam	Yan Anlam	Altmetin
Resim 5	Kılıç	Cihat	Gericilik, mürtecilik
	Sakal	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik
	Sarık	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik
Resim 6	Örümcek	Korku	Gericilik, mürtecilik
	Örümcek ağı	Korku	İrtica tehlikesi
Resim 7	Siyah fon	Karanlık	İrtica tehlikesi
	Sakal	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik
Resim 8	Sakal	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik
	Uzun kıyafet	Cübbe	İslam inancı ve gericilik





28 Şubat müdahalesinin en önemli gerekçeleri arasında gösterilen irtica tehlikesi, söz konusu döneme ilişkin Turhan Selçuk karikatürlerinin en önemli temaları arasındadır. Kelime anlamı itibariyle “gericilik” manasına gelen irtica kelimesi 28 Şubat döneminin en sık kullanılan söylemindir (erişim: <http://sozluk.gov.tr/>, 20.08.2019). Bu çerçevede

karikatürlerde tercih edilen en önemli unsurlar; kılıç, sakal, cübbe, karanlık, örümcek ve örümcek ağı gibi göstergeleridir. Aşırı dindarlar için tercih edilen bu tür göstergeler, laiklik karşıtlığı söylemi ile bir arada verilerek bir karşı bir argüman oluşturma çabasıdır. Yakarıda bu dönemi yansıması açısından örnek niteliğinde karikatürler verilmektedir. Resim 5'deki karikatür, “Şeriatın kesmek istediği parmak” ifadesiyle verilerek Atatürk'ün işaret ettiği “çağdaş uygarlık düzeyi” fikrine “irtica” düşüncesinin engel olduğu teması işlenmektedir. Bunu sağlamak için de işaret parmağını kesmeye çalışan sarıklı ve cübbeli insan göstergesi kullanılmaktadır. Bu düzlemde yansıtılmaya çalışan temel düşünce, şeriat fikrinin Atatürkçü düşünceyle asla bağdaşmadığı ve birbirlerinden tamimiyle zıt olduğu yönündedir. Resim 6'daki diğer bir karikatürde, irtica bir örümceğe benzetilerek tüm Türkiye'yi ağlarıyla örmeye başladığı düşüncesi “Salyadan ağlarla ördük, anayurdu dört baştan” ifadesiyle desteklenmektedir. Onuncu Yıl Marşı'nda geçen “demir ağlarla ördük, anayurdu dört baştan” cümlesinin değiştirilerek verilmesi yine Atatürk ilkeleri ve şeriat düşüncesi arasındaki farka gönderme yaparak irticanın laiklik karşısındaki tehlikesine işaret etmektedir. Resim 7'deki karikatürde sakallı birinin kullandığı “Karanlık! Biraz daha karanlık...” ifadesi ile irtica ile karanlık arasında bir ilişki kurulmaya çalışılmaktadır. Temel anlamda, irticanın ülkeyi karanlık bir geleceğe götürdüğü fikri yansıtılmak istenmekte ve yine bu “sakal” ile mürtecilik ilişkisi ile sağlanmaktadır. Resim 8'de “Din tacirliğinin şartı altıdır, altıncısı takiiyedir” ifadesiyle İslam'ın şartları üzerinden takiiye vurgusu yansıtılmaktadır. Takiiye kelimesi Arapça, bir kimseyi

tehlikeden korumak anlamındaki *vikāye*'den gelmekte olup kişinin kendini koruması anlamı gelmektedir (erişim: <https://islamansiklopedisi.org.tr>, 20.08.2019). Bu bağlamda söz konusu karikatürde, mürtecilerin, adeta ibadet eder gibi kendilerini gizledikleri fikri göze çarpmaktadır. Genel anlamda, irticanın laik Türkiye ve Atatürk İlkelerine ilişkin büyük bir tehlike olduğunun vurgulandığı karikatürlerde 28 Şubat sürecinin ana akım söylemi desteklemektedir.

5.2. Yolsuzluklar

Tablo 3: Yolsuzluklara ilişkin karikatürler ve göstergebilimsel analizleri

 <p>Resim 9: Milliyet, 13 Temmuz 1996, s.10</p>	 <p>Resim 10: Milliyet, 28 Aralık 1996, s.12</p>		
 <p>Resim 11: Milliyet, 22 Şubat 1997 s.10</p>	 <p>Resim 12: Milliyet, 4 Mart 1997 s.10</p>		

Resim No	Düz Anlam	Yan Anlam	Altmetin
Resim 9	Dosya	Yolsuzluk	Tansu Çiller'e ait yolsuzluk iddiaları
	Anahtar	Kilitleme	Tansu Çiller'in zor durumda olması
Resim 10	Çuval ile kaçan insan	Hırsızlık	Yolsuzluklar
	Anahtar	Kapının açılması	Dokunulmazlık
Resim 11	Cami	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik
	Banknot	Hırsızlık	Yolsuzluklar
	Secde	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik
Resim 12	Sakal	İslam inancı	Gericilik, mürtecilik
	Cep karıştırma	Hırsızlık	Yolsuzluk
	İşaret parmağı	Şehadet	Gericilik, mürtecilik

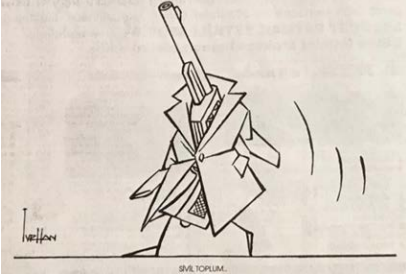
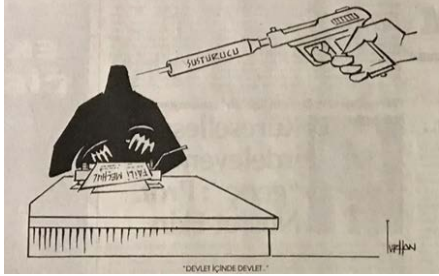
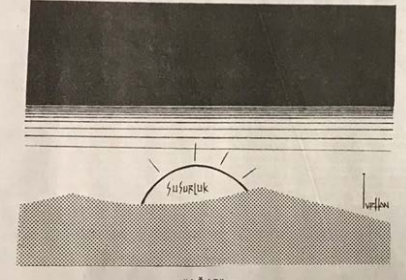

28 Şubat kararlarında yolsuzluklara ilişkin bir şey geçmemesine rağmen Refah-Yol hükümetini zayıflatmak anlamında dönem içerisinde yaşanan yolsuzluk iddiaları da gazetelerde yoğun bir şekilde işlenmiştir. Bunlardan en bilineni Tansu Çiller'in mal bildiriminde göstermediği Amerika'daki taşınmazları ve iktidarı döneminde yaşanan TEDAŞ ve TOFAŞ skandallarıdır. Bunları elinde koz olarak kullanan RP de Ana-Yol iktidarını zayıflatmak için bunları öne sürmüş ve hükümetin istifasını sağlamıştır. Resim 9'da bu yolsuzluk dosyalarına gönderme yapmaktadır. Karikatürde "Şaibe Hanım dosyası" ifadesiyle Tansu Çiller'in bu yolsuzluklarına işaret edilerek, Erbakan'ın elinde

tuttuğu anahtar ile Çiller ve DYP'ye karşı kullandığı koza gönderme yapılmaktadır. Karikatürün altyazısında verilen “Hoca: Merak etme, kapattım kapattım...” cümlesi de Erbakan'ın elindeki dosyadan ötürü üstünlüğüne işaret etmektedir. Öte yandan Turhan Selçuk bu yolsuzluk iddialarından dolayı Çiller'in çizdiği veya ona gönderme yaptığı tüm karikatürlerde “Şaibe Hanım” nitelemesini kullanmaktadır. Resim 10'da “Refah, dokunulmazlıkların kaldırılmasına karşı” ifadesiyle verilen karikatürde, yolsuzluk ve hırsızlık arasında ilişki kurulmaktadır. Yolsuzluk yapan siyasetçinin dokunulmazlıklara sığınarak yargılanmamasının altı çizilen karikatürde, siyasetçi dokunulmazlığına destek veren RP'nin adeta hırsızlığa göz yumduğu düşüncesi ağır basmaktadır. Resim 11'de yer alan karikatür alt yazısız olarak verilerek RP ve DYP arasındaki yolsuzluk birlikteliğine gönderme yapılmaktadır. Karikatürdeki “Şaibe abla camisi” adını taşıyan yapıdaki dolar işareti ve minareyi oluşturan banknotlar, Çiller'in adının karıştığı yolsuzlukları ifade etmektedir ve üzerinde Refah yazan Erbakan'ın bu yapıya secde ediyor olması iktidar bloğunun yolsuzluk dosyaları ile aralarında güçlü bir bağ olduğunu göstermektedir. Özetle RP ve DYP büyük oranda yolsuzluklar ile özdeşleştirilerek kamuoyu nezdinde güvenilirliklerinin azalması amaçlanmış ve 28 Şubat müdahalesi gerçekleşirken gelebilecek tepkilerin kısmen de olsa önü alınmaya çalışılmıştır. Öte yandan iktidarı zayıflatan yolsuzluk iddiaları muhalefet tarafından da kullanılmış hükümet açısından zorlu geçecek bir dönemin başlangıcı da olmuştur. Dönemin Genelkurmay Başkanı Org. İsmail Hakkı Karadayı'nın “Din ahlaktır. Ahlaksız adamın dini olmaz” sözüyle verilen Resim 12'deki karikatürde sakal göstergesinden

dindar olduğu anlaşılan birinin, İslami bir simge olan sağ işaret parmağını diğer bir ifadeyle şehadet parmağını havaya kaldırarak karşısındakini dolandırması fikri işlenmektedir. Dinin temel anlamda dolandırıcılık ve yolsuzluk karşısında olması gerektiğinin altı çizilen karikatürde dindar kimliği ile öne çıkanların bu tutumdan uzak olduğuna dair bir vurgu yapılmaktadır. Diğer yandan dönemin Genelkurmay Başkanı Org. Karadayı'nın sözünün karikatürde kullanılıyor olması askere verilen desteğin altını çizmektedir.

5.3. Faili Meçhul Cinayetler

Tablo 4: Faili meçhul cinayetlere ilişkin karikatürler ve göstergebilimsel analizleri

 <p>Resim 13: Milliyet, 27 Haziran 1996 s.10</p>	 <p>Resim 14: Milliyet, 14 Kasım 1996 s.10</p>		
 <p>Resim 15: Milliyet, 14 Aralık 1996 s.10</p>	 <p>Resim 16: Milliyet, 16 Aralık 1996 s.12</p>		

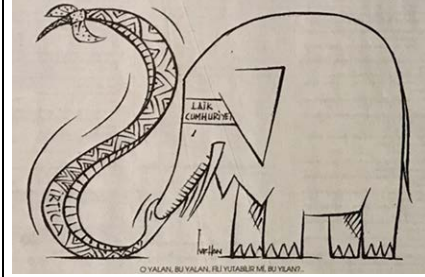
Resim No	Düz Anlam	Yan Anlam	Altmetin
Resim 13	Silah	Ölüm	Faili meçhul cinayetler
	Trençkot	Mafya	Faili meçhul cinayetler
Resim 14	Yazı yazan bir insan	Gazeteci	Habercilik
	Silah	Tehdit	Faili meçhul cinayetler
Resim 15	Karanlık	Tekinsizlik	Faili meçhul cinayetler
	Doğan güneş	Aydınlanma	Faili meçhul cinayetler
Resim 16	Parmak izi	Fail	Faili meçhul cinayetler
	Büyüteç	İnceleme	Faili meçhul cinayetler

1990'lı yıllar Türkiye'deki faali meçhul cinayetlerin daha da artmaya başladığı bir dönemdir. Bu döneme dair karikatürlerde durumun kara mizahı yapılarak faili meçhuller ve kirli ilişkileri gündemde tutulmaya çalışılmıştır. Ayrıca bu tip olayların faili olarak da birçok karikatürde *derin devlet*'e işaret edilmektedir. Resim 13'e dikkat edildiğinde, "Sivil toplum" altyazısıyla verilen karikatür, pardösü giymiş silah ile devlet içerisindeki mafya türevi yapılanmalara işaret etmektedir. Diğer yandan bu benzetme böyle yapılanmaların sivil toplum karşısında önemli bir engel olduğuna dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda Resim 14'de de "Devlet içinde devlet" metniyle verilen karikatür faili meçhul cinayetlere ilişkin yazan gazetecinin başına doğrultulmuş silah gazetecilerin içinde bulunduğu tehlikeye vurgu yapmaktadır. Öte yandan silahın namlusundaki "susturucu" konuşanı ve yazanı susturmak anlamında kullanılmış metaforik bir anlatımdır. Resim 15'de

ise “Tan ‘ağar’ıyor” alt yazısı ile başka bir derin devlet göndermesi yapılmaktadır. Türkiye’deki siyaset, emniyet ve mafya arasındaki illegal ilişkileri açığa çıkaran Susurluk Kazası’nın tema alındığı karikatür, bu kazadaki dönemin İçişleri Bakanı Mehmet Ağar’ın rolüne işaret etmektedir. Bu düzlemde “tan ağarması” söylemiyle derin devlet ilişkilerinin kısmen de olsa aydınlanmaya başladığını belirten karikatür, derin devlete ilişkin karanlık ve puslu havanın dağılmakta olduğunu ifade etmektedir. Resim 16’daki karikatürde, devleti temsil eden bir kişinin faili meçhul bir cinayet karşısında oldukça belirgin olan bir parmak izini görememesini, dolayısıyla devletin ve yetkili birimlerin faili meçhulleri aydınlatmakta güçlük çekmesini yansıtmaktadır. Bu bağlamda tüm karikatürler bir arada değerlendirildiğinde, derin devlet denilen illegal yapılanmanın faili meçhul cinayetlerin sorumlusu olduğuna ilişkin bir argüman inşa edilmektedir. Öte yandan söz konusu cinayetler karşısında devlet organının ve hükümetin çaresizliğini veya görmezden gelmesini vurgulamaktadır. Genel anlamda Refah-Yol hükümetini zayıflatan faili meçhuller ve derin devlet gibi olgular gündemde yoğun yer tutmuş ve tüm bunların kara mizahı Turhan Selçuk karikatürlerinde de kendine büyük yankı bulmuştur.

5.4. Terör

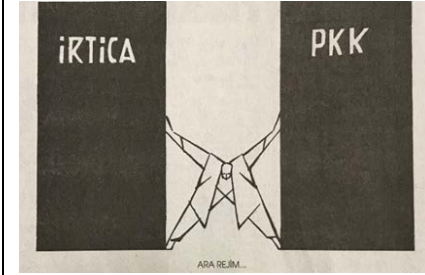
Tablo 5: Teröre ilişkin karikatürler ve göstergebilimsel analizleri



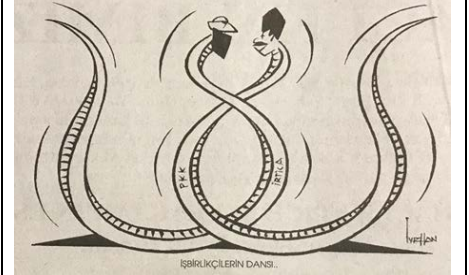
Resim 17: Milliyet, 20 Mart 1997 s.12



Resim 18: Milliyet, 6 Kasım 1997 s.12



Resim 19: Milliyet, 13 Mart 1998 s.12



Resim 20: Milliyet, 22 Nisan 1998 s.12

Resim No	Düz Anlam	Yan Anlam	Altmetin
Resim 17	Yılan	İrtica	İrtica tehlikesi, terör
	Fil	Laik cumhuriyet	Cumhuriyetin gücü ve ihtişamı
Resim 18	Abdullah Öcalan	PKK	Terör tehlikesi
	Sakal	İrtica	İrtica tehlikesi, terör
	Kol kola olmak	Birliktelik	İrtica tehlikesi, terör
Resim 19	Karanlık	İrtica	İrtica tehlikesi, terör
	Karanlık	PKK	İrtica tehlikesi, terör

	İnsan	Sıkışmış halk	İrtica tehlikesi, terör kıskacında sıkışan vatandaş
Resim 20	Yılan	PKK	Terör tehlikesi
	Yılan	İrtica	İrtica tehlikesi, irticai terör
	Sarmaş dolaş olmak	Birliktelik	İrticai terör ve PKK terörünün işbirliği

28 Şubat döneminde, irtica ile PKK terörü devlet bekası açısından ortak düşman olarak kabul edilmiş ve aşırı dindarlığın da terörist bir eylem biçimi olduğuna dair yoğun vurgu yapılmıştır. Örneğin Hizbullah ve İBDA-C (İslami Büyük Doğu Akıncıları Cephesi) gibi terör yapılanmaları ana akım medya aracılığıyla irtica ile ilişkilendirilmektedir. Bu düzlemde yukarıdaki karikatürler de söz konusu irticai terör argümanını destekler niteliktedir. Resim 17 “O yalan, bu yalan, fili yutabilir mi bu yılan?” alt yazısı ile verilerek, üzerinde irtica yazan bir yılanın “laik cumhuriyet” isimli fili yemeye çalışması gösterilmektedir. Orijinal hali “O yalan bu yalan, fili yuttu bir yılan!” olan tekerleme, Selçuk tarafından değiştirilerek, yılanı benzeten irticanın laiklik karşısında bir terör unsuru olduğu ve cumhuriyet rejimi açısından tehlikesinin altı çizilmektedir. Resim 18’de “Kafa‘Dar’lar” ifadesi ile verilen karikatürde, PKK elebaşı Abdullah Öcalan ile birlikte irticayı temsilen sakallı birinin bir arada gösterilmektedir. Bu bağlamda “Kafa‘dar’lar” betimlemesi her iki yapının birer terör unsuru olduğunun altını çizmekte ve öte yandan Kafa‘dar’ nitelemesi bu iki yapılanmanın da dar görüşlü ve bağınaz olduklarını akıllara getirmektedir. “Ara rejim” alt yazısıyla verilen

Resim 19'daki karikatürde, irtica ve PKK arasında sıkışıp kalan vatandaş gösterilmektedir. Yine irtica ve terörün özdeşleştirildiği karikatürde, bu iki sorunun toplum ve rejim açısından oldukça büyük tehlikeler olduğu vurgulanmaktadır. Resim 20'deki karikatür "işbirlikçilerin dansı" alt yazısı ile verilmekte ve önceki karikatürlerde olduğu gibi mürteci görünümlü bir yılan ile Öcalan görünümlü başka bir yılanın sarmaş dolaş günümü dikkat çekmektedir. Yine irtica ve PKK özdeşleştirilmekte ve birbirleriyle işbirliği içerisinde oldukları yinelenmektedir. Karikatürlerin genel, irtica ve PKK'yı ilişkilendirmekte, ayrıca bunların ülke rejimi ve bütünlüğü açısından bir tehdit olduğunun altı çizilmektedir. Bu noktadan hareketle, şeriat ile iltisaklı olduğu iddia edilen Refah-Yol hükümetini de hedef alan karikatürler, 28 Şubat müdahalesinin gerekçelerine odaklanmaktadır.

5.5. Sekiz Yıllık Kesintisiz Eğitim

Tablo 6: Sekiz yıllık kesintisiz eğitime ilişkin karikatürler ve göstergebilimsel analizleri



Resim 21: Milliyet, 25 Mart 1997 s.12



Resim 22: Milliyet, 13 Ağustos 1997 s.10



Resim 23: Milliyet, 14 Ağustos 1997 s.10



Resim 24: Milliyet, 18 Ağustos 1997 s.12

Resim No	Düz Anlam	Yan Anlam	Altmetin
Resim 21	Kelepçe	Sekiz	Mahkûmiyet, Sekiz yıllık kesintisiz eğitim
	Necmettin Erbakan, Tansu Çiller	Hükümet	Siyasal iktidar
Resim 22	Karanlık	İrtica	İrtica tehlikesi
	Sakal	İrtica	Gericilik
	Güneş	Aydınlanma	Sekiz yıllık kesintisiz eğitim
Resim 23	Öğrenciler	Eğitim sistemi	İrtica tehlikesi
	Okul	İmam-Hatip Okulu	Sekiz yıllık kesintisiz eğitim
Resim 24	Necmettin Erbakan, Tansu Çiller	Hükümet	Siyasal iktidar
	Yürüme	İlerleme	Sekiz yıllık kesintisiz eğitim
	Sıkışmışlık	Sekiz	Mahkumiyet

28 Şubat sürecinin akıllarda kalan en önemli sonuçlarından biri de sekiz yıllık kesintisiz eğitimin yasalaşmasıdır. İlk bakıldığında eğitim alanına dönük bir uygulama olduğu görünse de hedeflenen asıl amaç, İmam-

Hatip Okulları'nın orta kısmının kapatılmasıdır. Sekiz yıllık kesintisiz ve zorunlu eğitim sistemi, aslında 1973 yılında yasalara girmiş, fakat uygulanması uzunca bir süre ertelenmiştir (erişim: <https://odatv.com>, 23.08.2019). Bu sistemi uygulamaya konması, 28 Şubat 1997 tarihinde toplanan Milli Güvenlik Kurulu'nun rejim aleyhtarı irticai faaliyetlere karşı alınması gereken tedbirler kapsamında 3. Maddenin A bendi uyarınca mümkün olmuştur (erişim: <https://tr.wikisource.org>, 23.08.2019). Söz konusu kararda, "8 yıllık kesintisiz eğitim, tüm yurttan uygulamaya konulmalı" ifadesi yer almış ve dönemin Başbakanı Necmettin Erbakan'ın muhalefetine rağmen mecliste onaylanarak yasa halini almıştır. Tabii bu süreçte Refah-Yol iktidarı devrilmiş Mesut Yılmaz başbakanlığındaki Ana-Sol-D hükümetinin çabaları ile sekiz yıllık kesintisiz eğitim yasal bir kimlik kazanmıştır. Turhan Selçuk'un bu konuya ilişkin karikatürlerinin büyük oranda yeni eğitim düzenlemesini desteklediği ve konuyu Refah-Yol iktidarı ile bağlantılandığı görülebilir. Resim 21'deki "Molla Necmettin: Bu sekiz yıldan kurtulalım." alt yazısı ile verilen karikatür, 8 şeklinde gösterilen kelepçe ile Tansu Çiller ve Necmettin Erbakan'ın birbirlerine bağlandığı dikkat çekmektedir. Bu noktada kelepçe göstergesi ile iki liderin birbirlerine mahkûm olduğu ve eğitimdeki bu yeni düzenlemenin iktidara karşı yapıldığı izlenimi verilmektedir. Resim 22'de yer alan karikatürde, karanlık ve aydınlık gibi figürler kullanılarak, sekiz yıllık kesintisiz eğitim ile RP'ni de aydınlığa kavuşacağı fikri ağır basmaktadır. Diğer yandan üzerinde RP yazan kişinin "8 yıl" yazan el tarafından "zorla" aydınlığa itiliyor olması "RP'ye rağmen RP için" düşüncesi ile de açıklanabilir. Resim 23'de yer

alan karikatür ise doğrudan İmam-Hatip Okulları'na ilişkin göndermeler taşımaktadır. Karikatürde, İmam-Hatip Okulu önündeki çocukların kariyerlerine ilişkin planları yansıtılmaktadır. Çocuklar kendi aralarında, başbakan, milletvekili, vali ve polis olmak istediklerini konuşurken başörtülü bir kadın ise, “Tamam, ben de imam olucam...” diyerek ironik bir durumu ifade etmektedir. Zira İslam inancına göre kadınların imam olması mümkün değildir. Karikatür temel anlamda İmam-Hatip Okulları'nın kuruluş amacı dışına çıkarak bürokratik kadrolara elemen yetiştirdiği düşüncesini yansıtmaktadır. Bundan dolayı da sekiz yıllık kesintisiz eğitim ile en azından bu okulların orta kısmının kapatılması amaçlanmaktadır. “Yürü, kesintisiz” metniyle verilen Resim 24'deki karikatürde tıpkı Resim 21'deki gibi “8” cenderesi içine düşmüş iktidar yansıtılmaktadır. Erbakan ve Çiller'in sekiz yıllık kesintisiz eğitim konusunda içinde bulunduğu zor duruma işaret edilen karikatürde “aydınlanma” yönüne doğru ilerleyen iktidarı sembolize etmektedir. Karikatürlerin geneli sekiz yıllık kesintisiz eğitimi desteklemekte olup Erbakan ve Çiller'in bu konudaki çaresizliğine vurgu yapmaktadır. Diğer taraftan karikatürlerde kullanılan “Aydınlanma” ifadesi eğitim alanındaki bu yenilikle daha aydınlık bir geleceğe ulaşılacağına dair alt metinler içermektedir.

SONUÇ

28 Şubat TSK'nın demokrasiye "rot balans ayarı" yapması itibariyle oldukça önemli bir sürece işaret etmektedir. 28 Şubat döneminin Genelkurmay İkinci Başkanı Orgeneral Çevik Bir'in, 28 Şubat askeri müdahalesi için "Demokrasiye balans ayarı yaptık." ifadesi TSK'nın ülke demokratik tahayyüllere rağmen yaptığı müdahalenin boyutlarına dikkat çekmektedir. Refah-Yol iktidarının göreve başlamasıyla birlikte TSK'da artış göstermeye başlayan huzursuzluk, 28 Şubat 1997 tarihinde toplanan MGK ile açığa çıkmış ve Başbakan Necmettin Erbakan'ın istifası, Hükümetin dağılması ve Refah Partisi'nin kapatılmasıyla birlikte bu müdahale asıl amacına ulaşmıştır.

28 Şubat sürecine dair Milliyet gazetesi çizeri Turhan Selçuk karikatürlerinin incelendiği bu çalışmada karikatürler konularına göre sınıflandırılarak ve her konuya ilişkin en az dört karikatür olacak şekilde göstergebilimsel açıdan analiz edilmiştir. Kara mizah perspektifinden değerlendirilen karikatürlerin genelinde ironik bir dil kullanılarak iktidara ilişkin muhalif bir argüman üretilmektedir.

Toplumunu yakından ilgilendiren bir olay veya olgu karşısındaki anlamsızlık ve boşluklara dikkat çekmek için tercih edilen kara mizah, gülmeyi geri planda bırakarak ironi ve ciddiyete vurgu yapmaktadır. Bu düzlemde Turhan Selçuk karikatürlerinin çizgi dili kara mizah ilişkin açılımsal örnekler sunmaktadır. 28 Şubat sürecine ilişkin bu karikatürlerde dikkat çeken en önemli argümanlar, 1995 genel seçimleri ile başlayarak irtica ve laiklik karşıtlığı, yolsuzluklar, faili meçhul cinayetler, terör ve sekiz yıllık kesintisiz eğitim temalar çerçevesinde

kategorilere ayrılabilir. Söz konusu konu başlıkları, karikatürlerin görsel altmetni ile birlikte ele alındığında, Refah Partisi'ne karşı eleştirel doneleri ileri sürdüğü söylenebilir. Örneğin 1995 seçimlerinin ardından oluşan meclis aritmetiğinde çoğunluğu elinde bulundurmasına rağmen RP'nin iktidar olamaması, onun içerisinden çıktığı muhafazakâr siyasi gelenek ile yakından ilişkilendirilmektedir. Dolayısıyla bunun yaratmaya başladığı rahatsızlık Selçuk karikatürlerinin odak noktasını oluşturmaktadır.

Refah-Yol iktidarına karşı en çok kullanılan eleştiri unsuru irtica ve laiklik karşıtlığıdır. Turhan Selçuk karikatürlerinde, bu söylem Atatürk karşıtlığı, bağnazlık, karanlık ve takiyye gibi olgularla bir arada verilerek irtica tehlikesini toplum gündeminde tutmaya yönelik büyük bir çaba gösterilmektedir. Bu kavramlar ekseninde şekillenen kara mizah içerikli karikatürler, söylemleri açısından ironik göndermeler içererek 28 Şubat sürecinin ana akım argümanları desteklenmektedir.

Refah-Yol iktidarına ilişkin başka bir karşı propaganda söylemi de yolsuzluklardır. İktidar ortağı olan DYP ve Çiller'in adının karıştığı yolsuzluklar ilk etapta yeni hükümetin kurulması için tehdit unsuru olarak kullanılmış daha sonra ise yine RP'nin de desteğiyle meclis gündeminden düşürülmüştür. Bu tür konuların işlendiği karikatürlerde, şaibe hanım, dokunulmazlık, hırsızlık gibi ifadeler oldukça belirgindir. İronik ifadeler içeren karikatürlerdeki bu ve benzeri söylemler ile iktidar kanadının tutumlarındaki karşıtlıklar ve çelişkilere kara mizaha dair nitelermeler de kullanılarak yolsuzluk düşüncesi üzerinden yeni anlamlandırmalar üretilmektedir.

Faili meçhul cinayetler, Türkiye'nin yakın tarihi açısından oldukça önemli olaylardır. Özellikle 1990'ların gündem konularına dikkat edildiğinde bu tür olayların oldukça fazla yer tuttuğu anlaşılacaktır. İktidara karşı kullanılan bu cinayetlerde tercih edilen ifadeler, sivil toplum, silah, Susurluk kazası ve derin devlettir. Tüm bu unsurlar iktidara karşı kullanılarak hükümetin faili meçhuller karşısında zayıf ve çaresiz kaldığını ifade etmektedir. Dehşeti ve mizahı bir arada veren karikatürler bu yönü ile kara mizaha dair temel argümanları yansıtmaktadır. Bu düzlemde terör teması 28 Şubat'ın başka bir konu başlığını teşkil etmektedir. Özellikle PKK ve irticanın ilişkilendirildiği karikatürler, terör tehditline dehşetli bir perspektif getirerek ana akım irtica karşıtlığı söylemine destek vermektedir.

28 Şubat döneminin en önemli sonucu sekiz yıllık kesintisiz eğitimidir. Bu tema çerçevesinde ele alınan karikatürlerde söz konusu eğitim hamlesi iktidar ile ilişkilendirilmiştir. Aydınlanma fikrinin işlendiği karikatürler, iktidarın bu yeni eğitim sistemi ile denetim altında alındığını ifade etmektedir.

Özetle karşıtlıkların, dehşetin, korkunun ve ironinin dili olan kara mizah Turhan Selçuk karikatürlerinde kendini yoğun bir biçimde hissettirmektedir. 28 Şubat müdahalesi ve bunun Turhan Selçuk karikatürlerine nasıl yansıdığına ele alındığı bu çalışmada örneklem olarak ele alınan karikatürler göstergebilimsel açıdan incelenerek tüm bunların kara mizahın başat alt metnini inşa ettiği gözlemlenmektedir. Söz konu karikatürler kara mizaha dair zıtlık, korku ve ironi gibi birçok

argümanı yansıtmakta ve 28 Şubat'ın ana akım söylemini destekler niteliktedir.

KAYNAKÇA

- Alacı, Beral (2011). “Akis Dergisi’nde Turhan Selçuk Karikatürleri”, (Editörler: Önder Barlı, Derya Tellan), Gülmenin Arkeolojisi ve Medyada Mizah Olgusu – İletişim Kongresi Bildiriler Kitabı, Mega Ofset, s. 577-592, Erzurum.
- Arık, M. Bilal (2002). “Postmodern Bir Dünyada Değişen Mizah Anlayışı: Simsiyah Bir Tebessüm ve Absürdün Kaçınılmazlığı”. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 13: 81-103.
- Bair, Deirdre (2012). Saul Steinberg: A Biography, Random House Inc., New York.
- Bastos da Silva, J. (2005). “A Lusitanian Dish: Swift to Portuguese Taste”. (Editor: Hermann J. Real), The Reception of Jonathan Swift in Europe, Thoemmes Continuum, pp. 79-92, New York.
- Batur, Enis (1995). Kara Mizah Antolojisi, Hil Yayınları, İstanbul.
- Breton, André (1997). Anthology of Black Humor, City Lights Books, San Francisco.
- Cemal, Hasan (2010). Türkiye’nin Asker Sorunu, Doğan Kitap, İstanbul.
- Çeviker, Turgut (2010). Karikatürkiye: Karikatürlerle Cumhuriyet Tarihi 1. Cilt, Ntv Yayınları, İstanbul.
- Erdem, Serra (2019). Geçmişten Günümüze Dada Hareketi ve Modern Tasarım Sanatına Etkisi. Sanat Tarihi Dergisi, 28 (2): 127-141.
- Feinberg, L. (1978). The Secret of Humor, Editions Rodopi N.V., Amsterdam.
- İslam Ansiklopedisi, (t.y.). Erişim Tarihi: 20.08.2019, <https://islamansiklopedisi.org.tr/takiyye>

- İyiekici, Burak (2018). Milli Görüş Hareketi'nin Siyasal Dönüşümü: Kuruluş Döneminden 28 Şubat Sürecine, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Kabacalı, Alpay (1989). Grafik Mizahın Büyük Ustası Turhan Selçuk, TÜYAP A.Ş., İstanbul.
- Kayış, Yasin (2009). Demokrat Parti Döneminde Siyasi Karikatür (1950 – 1960), Libra Yayınları, İstanbul.
- O'Neill, P. (1990). The Comedy of Entropy: The Context of Black Humor, University of Toronto Press, Toronto.
- Odatv, (t.y.). Erişim Tarihi: 20.08.2019, <https://odatv.com/8-yillik-kesintisiz-egitime-neden-bu-kadar-dusman-0810151200.html>
- Oluk Ersümer, A. (2014). *Bir Alt Tür Olarak Sinemada Kara Mizah*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Oral, Tan (1998). Yaza Çize, İris Yayınları, İstanbul.
- Öztürk, Saygı (2013). Belgelerle 28 Şubat: Dünden Bugüne, Doğan Kitap, İstanbul.
- Parsa, Seyide & Parsa, F. Alev (2004). Göstergibilim Çözümlemeleri, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Peirce, S. Charles (1982). Writings of Charles S. Pierce 1. Indiana University Press, Indiana.
- Pratt, R. Alan (1993). "Patrick O'Neill, 'The Comedy of Entropy: The Context of Black Humour'", Black Humor: Critical Essays, Garland Publishing, New York.

- Rifat, Mehmet (2009). Göstergebilimin ABC'si, Say Yayınları, İstanbul.
- Scholes, Robert (1980). Fabulation and Metafiction, University of Illinois Press, Champaign.
- Selçuk, Turhan (1995, 20 Haziran). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1995, 26 Aralık). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1996, 13 Temmuz). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1996, 14 Aralık). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1996, 14 Kasım). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1996, 16 Aralık). Söz Çizginin. Milliyet, s 12.
- Selçuk, Turhan (1996, 20 Şubat). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1996, 28 Aralık). Söz Çizginin. Milliyet, s 12.
- Selçuk, Turhan (1996, 9 Mart). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1996, 9 Nisan). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1997, 10 Mayıs). Söz Çizginin. Milliyet, s 12.
- Selçuk, Turhan (1997, 13 Ağustos). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1997, 14 Ağustos). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1997, 18 Ağustos). Söz Çizginin. Milliyet, s 12.
- Selçuk, Turhan (1997, 20 Mart). Söz Çizginin. Milliyet, s 12.
- Selçuk, Turhan (1997, 20 Şubat). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1997, 22 Şubat). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1997, 25 Mart). Söz Çizginin. Milliyet, s 12.
- Selçuk, Turhan (1997, 4 Mart). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Selçuk, Turhan (1997, 6 Kasım). Söz Çizginin. Milliyet, s 12.
- Selçuk, Turhan (1998). Grafik Mizah, İris Yayınları, İstanbul.
- Selçuk, Turhan (1998, 12 Ocak). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.

- Selçuk, Turhan (1998, 13 Mart). Söz Çizginin. Milliyet, s 12.
- Selçuk, Turhan (1998, 22 Nisan). Söz Çizginin. Milliyet, s 12.
- Selçuk, Turhan (1998, 9 Nisan). Söz Çizginin. Milliyet, s 10.
- Styan, J. Louis (2005). The Dark Comedy: The Development of Modern Comic Tragedy, Cambridge University Press, New York.
- Şenyapılı, Önder (2003). Neyi, Neden, Nasıl Anlatıyor Karikatür Kim, Niye Çiziyor, ODTÜ Yayıncılık, Ankara.
- TÜİK (2012). Milletvekili Genel Seçimleri, 1923-2011. Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası, Ankara.
- Türk Dil Kurumu Sözlükleri, (t.y.). Erişim Tarihi: 20.08.2019, <http://sozluk.gov.tr/>
- Ünal, Sevtap (2014). Göstergibilimsel Açıdan Sembolik Tüketim, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Wikisource.org, (t.y.). Erişim Tarihi: 20.08.2019, https://tr.wikisource.org/wiki/28_%C5%9Eubat_Kararlar%C4%B1
- Yavaşca, Kerem (2018). Demokratik Rejimlerin Çöküşünde Siyasî Aktörlerin Rolü: 28 Şubat Sürecinde Refahiyol Koalisyonu. (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Zengin, Barış (1993). RP’de Değişim Sancıları. Yeni Zemin, 1, 33-41.

BÖLÜM 4
ANAAKIMA KARŞI ELEŞTİREL OLABİLMEK
Türkiye’de geçmişten günümüze yaşananlar

Dr. Oktay DEMİRTAŞ¹

¹ Altınbaş Üniversitesi İstanbul/Türkiye oktay.demirtas@altinbas.edu.tr

GİRİŞ

Bir sosyal kontrol aracı olan medya siyasal sistemler ile çok yakın ilişkisi ve hızlı gelişim süreci ile iletişim düzenlerinin bir unsuru ve modern demokrasiler için vazgeçilmez bir unsurudur. Bu yönüyle medyanın demokratik sistemlerin yeni açılımlarında önemli bir işlevi olduğu ve değişimlerin öncüsü rolünü oynadığı bir gerçektir. Medya ortamlarının ticarileşmesi, mülkiyetinin az sayıda kişinin elinde toplanması, ekonomik ve sosyal olarak baskı altındaki toplum kesimlerinin kamusal alanda temsilini zorlaştırmaktadır. Bu gelişmeler ve ötekileştirilen, göz ardı edilen halk kesimlerinin istek ve arzularının geri plana atılması ile birlikte azınlıkların sesi olabilmek için birtakım oluşumlar ortaya çıkmıştır. Basının tarihi gelişimi sırasında kimi zaman göze çarpan bu oluşumlar ve haber yapıları 1970'lerden sonra tanımlanabilir hale gelmiş ve ayrı bir araştırma alanı olarak incelenmeye başlanmıştır. Alternatif medya olarak da adlandırılan bu eleştirel yayın organlarının günümüzde kapsamalarını değiştirip geliştirdiği görülmektedir. Ancak, bu yapıların tanımlanması açısından bazı farklılıklar ile birlikte uygulama alanlarındaki değişiklikler araştırmamızın ana temasını oluşturmuş, anaakım medyaya karşı eleştirel olarak çıkan yayın organları tarihi süreçleri içinde incelenmiştir.

1. KAVRAMSAL OLARAK ANAAKIM VE ELEŞTİRELLİK

Anaakım yaklaşım, olay ve durumlara ideolojik tutucu bakış açısı ile bakmakta vedeneysellik ile ilişkilendirilmektedir. Bu ilişkilendirmenin nedenleri; insanın yaşadığı çevreye uyması, uymuyorsa gerektiğinde uydurulması, var olan toplumsal yapıyı ve kurumları koruma ve geliştirme isteği ve sanayileşmiş ülkelerin seçeceği en iyi yolun kapitalist model olduğu görüşleridir (Alemdar/Erdoğan,1990;15). Toplumun kendine özgü bir mantığının ve kurallarının olduğu ve bunlara müdahale edilmemesi söz konusu olup, egemen yapıya ve hizmet etmektedir. Bireylerin ya doğal çevreye uyması, gerektiğinde uydurulması görüşü; var olan toplumsal yapıyı ve kurumları korumak ve geliştirmek isteği hakim görüştür. Toplumsal ikna ve egemen yapıya yatkın davranış değişikliğinin oluşturulması ana amaçtır.

Yunan diyalektik düşüncesine dayanan eleştirel yaklaşım ise iletişimi bir süreç olarak değil, anlamların oluşumu olarak ele almaktadır. İletişimin amacı anlamların üretimi ve değişimidir. Kaynak ve alıcı etkileşiminin hakim olduğu, medyayı hangi güçlerin kontrol ettiği sorunsalı üzerine odaklanılmakta, toplumsal oluşumlarda iletişimin etkisi üzerinde durmaktadır. Bağımsız olmak ve statükoyu savunmamak en önemli farklarıdır. Egemen yapının yarattığı oluşum ve değişimlere karşı çıkılmaktadır.

2. OSMANLI DÖNEMİ ELEŞTİREL BASINI

Bütün diğer toplumsal süreçler gibi haberleşme süreci de, içinde bulunduğu toplumsal sistemin gelişme düzeyine bağlıdır. Toplumsal sistemin gelişmesi ile haberleşme sisteminin gelişmesi arasında bir etki-

tepki ilişkisi olduğu açıktır. Toplumsal sistemin gelişme düzeyi haberleşme düzeyini etkilediği gibi haberleşme süreci yoluyla toplumsal ve siyasal sistemin gelişmesini de etkilemek mümkün olmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu kuruluş yıllarından itibaren o dönemde dünyada varolan siyasal sistem yapılarına uygun olarak, monarşik bir yönetim yapısına sahip olmuş ve daha sonraki yıllarda halifeliğin Osmanlı Padişahına geçmesi ile birlikte Padişah, İslam dininin temsilciliğini üstlenmiş ve devletin otoriter monarşik yapısı, teokratik yapı ile güçlendirilmiştir. 19.yüzyılın sonlarına doğru ise, gazetelerin büyük bölümünün de desteklediği meşrutiyet yönetim biçimine geçilmeye çalışılmıştır (Alver, 2010:418).

Osmanlı İmparatorluğu'na matbaanın icadından yaklaşık 300 yıl gibi uzun bir süre sonra gelişi, kurumsallaşmasını geciktirmiş, aydın muhalefetinin basını etkili bir unsur olarak kullanması içinse 1800'lerin ortalarına gelinmesi beklenmiştir.

Tanzimat döneminde aydın, okumuş, batıyı bilen, araştıran, dil bilen bürokrasinin doğması bu dönemde ilginç bir duruma yol açmıştır. Bir tarafta özellikle gayrimüslimlerle eşitliği kabullenemeyen ve daha birçok reformu benimseyemeyen halk, diğer tarafta reformları yeterli bulmayan ve daha fazla reformun ülkeyi kurtaracağına inanan bir bürokrat kesim oluşmuştur.

Osmanlı'da emek metaya dönüşmediği, emeğinden başka satacak hiç şeyi olmayan işçi sınıfı olmadığı gibi, ona bağımlı karşıtını oluşturacak

bir burjuvazi de bulunmamaktaydı. Rumlar ve Ermeniler gibi azınlık toplulukları içinde “burjuva” diyebileceğimiz sınıflar bulunmaktaydı. Bu gruplar gerek Osmanlı devleti gerekse toplum bütünüyle kurdukları organik ilişkilere sahip değildi. Bir kimsenin meslek seçimi gelenek ve veraset ile tayin ediliyor, emeğinin sahası ilkel teknik ve ulaştırma ile sınırlanıyor, çalışma tarzı ve hızı loncaların kuralları ve geleneğiyle tespit ediliyordu; bir yandan pasiflik ve kendinden feragat esasına dayanan bir mutasavvıf dini gelenek, öte yandan her hangi bir refah belirtisine karşılık derhal mali bir yük, endüstriyel üretimi ilkel, durgun ve ithal edilen Avrupa mallarıyla rekabette son derece yeteneksiz bir durumda tutmuştur (Lewis,1993:36).

Osmanlı’da basının gelişim sürecinin ilk safhalarında, burjuvazinin gelişimine benzer biçimde yabancı hükümetler tarafından görevlendirilen kişilerin etkilerinin olduğu görülmektedir. Osmanlı’nın son döneminde, özellikle Fransızlar, Osmanlı İmparatorluğu iç işleri hakkında sürekli bilgi akışı sağlamak, ekonomik ve politik faaliyetlerine şekil vermek üzere basından faydalanmışlardır.

1727 yılında Osmanlı İmparatorluğundaki ilk Türk matbaasının İbrahim Müteferrika tarafından kuruluşu ile 1908 devrimi arasındaki dönemde Türk basını iki önemli olgunun belirlenimi altında geçmiştir. Bu dönemde, bir yandan devletin reform çalışmaları, diğer yandan düzenden rahatsız ve tepkili bir aydın kitlesinin oluşumu Osmanlıda basının gelişiminde etkili olmuştur (Adaklı, 2006:95).

Osmanlı monarşisine karşı direnen basın için, ekonomik çıkar, ideolojik ve siyasal yönelimden sonra gelmiştir. Dolayısı ile Osmanlı basın kültürü, ticari kültürden çok, siyasal ideolojinin egemen olduğu bir kültüre sahip olmuştur (Erdoğan, 1999:70. Akt. Alver, 2010:418).

Değişim ve dönüşüm kavramları ile gündelik hayatta değişen sosyal ve kültürel yaşam ile ekonomik yaşamın üzerinde oluşan değişiklikler ifade edilmek istenmektedir. Söz konusu değişim ve gelişimlerin az gelişmişlikten, modernliğe olduğu gibi modernlikten de geriye doğru olabileceği göz ardı edilmemelidir. Bu hareketlenmedeki en önemli araç ise, basın olmuştur.

Osmanlı'da Tanzimat dönemine kadar basının geleneksel yapısını şekillendiren temel motivasyonun “seçkinbir yönetici elitin iktidarını sürdürme” ihtiyacı olduğu görülmektedir (Adaklı: 2006:96). Osmanlı'da kurulan ilk matbaanın İspanya'dan göç eden Yahudilerden Nahmes kardeşler 1493'te İstanbul'da ilk matbaayı açmayı başarmışlardır.

Ermeni tebaadan Tokatlı Apkar 1567'de İstanbul'da kurduğu ilk Ermeni matbaasıdır. Apkar'ın ülkeden ayrılmasıyla Ermeni matbaacılığı, Eremyan Çelebi Kömürcüyan'a kadar hareketsiz kalmıştır. Rum tebaanın matbaayı daha etkin bir şekilde kullanmasının sebebi, kiliseler arasındaki mücadeleden dolayıdır. 1627'de Nicomedus Matexas İstanbul'da ilk Rum matbaasını kurmuştur. Cizvitlerin baskısıyla 1628'de kapanan matbaa, sonraki yıllarda Fener Partikhanesi dahilinde faaliyetine devam etmiştir (Taşkın,2018:191).

Osmanlı'da özellikle Fransızların gayretleriyle gazetelerin çıkarıldığı görülmektedir. Bunlar Fransız elçiliğinin çıkardığı ve devrim taraftarı olan *Gazette Française de Constantinople* ile devrim karşıtı olan ve Alexandre Blaque'ın çıkardığı *Le Spectateur Oriental* adlı iki önemli yayındır. Bunlar dışında yine Fransızca olarak çıkarılan birkaç yayın daha bulunmaktaydı (Demirtaş, 2019:17). Osmanlı İmparatorluğu'nda basın tarihi, genel olarak, gerçek bir gazete niteliği taşıyan ilk Türkçe gazeteolan ve 1831 yılında çıkmaya başlayan *Takvim-i Vakayi* ile başlamaktadır. *Takvim-i Vakayi* yayımlanmadan önce Mısırlı Mehmet Ali Paşa Mısır'da bazı gazeteler çıkartmıştır. Bunlardan ilki 1828 yılında çıkarılan *Vakayi-ı Mısriyye*'dir. *Vakayi-ı Mısriyye* haftalık bir gazete olarak çıkmıştır (Topuz,2003:13-14). Gazetenin çıkması ile,haberler öncelikle değişim ve dönüşümün gerçekte aktörleri olan memurlar tarafından anlaşılacak ve benimsenecek, sonra bir süreç içerisinde alt katmanlara indirilecek, zamanla daha geniş tabanlı bir kamuoyu oluşumu sağlanacağı düşünülmüştür.

Gazetenin kurulmasının bir diğer nedeni, Avrupalılara ulaşabilmek ve bir diyalog oluşumu sağlamak isteğidir. Avrupalılara da Fransızca çıkartılan *Le Moniteur Ottoman*'la ulaşmayı planlamışlardır. Avrupalıların Türkler hakkında oluşmuş olan olumsuz algılar böylece giderilmeye çalışılırken, Osmanlı İmparatorluğu'nun modern bir ülke olarak yeniden yapılanmakta olduğuna dikkat çekilecektir (Budak: 2012:663-681). Bununla birlikte dış ülkelere iktidarın çabalarını, yaptığı yenilikleri yazılı olarak iletilmiş olunacaktır. *Le Moniteur*'la birlikte, Fransızca'nın dışa açılma dili oluşu daha da pekişecek,

Osmanlı İmparatorluğu ile Batı arasındaki haber alışverişinde bu dil kullanılacaktır. Le Moniteur Ottoman dönemi, ayrıca, Türkiye'de Fransızca basının temellerinin gerçekten atıldığı bir dönem olmuştur (Demirtaş, 2019:20). Aynı dönemde Avrupa'da gazetecilik meslek haline gelmiş, gazeteler biçimsel ve içerik olarak yeni şekiller almaya başlamışlardır. Halk tarafından yoğun talep gören gazetelerin baskı maliyetleri arttığı için fiyatları da artmak zorunda kalmıştır. Okuyucu kaybı ile yüz yüze gelen gazeteler politik ve ticari haberlerin yanı sıra toplumsal olaylara da yer vermeye başlamışlardır.

Osmanlı'da 5000 nüsha olarak haftalık yayımlanan Takvim-i Vakayi, daha sonra devletin resmi gazetesi unvanını kazanmıştır. Takvim-i Vakayi dokuz yıl boyunca İstanbul'da yayımlanan ilk Türkçe gazete olarak kalmış, bundan sonra 1840 yılında ikinci Türkçe gazete olan Ceride-i Havadis yayım hayatına girmiştir (Gezgin, 2005:13-14).

Ceride-i Havadis ise dış ülkelerde muhabirlerinin olması nedeni ile bu gazete dış haberlere, batı parlamenter sistemi haberlerine ve edebi çevirilere geniş yer vermiştir. Dolayısı ile okuyucu kitlesi sınırlı kalmıştır. Ancak, bunların yanı sıra gazeteye İskenderiye'den haber gönderen bir gazetecinin ilk muhabir olarak basın tarihinde yerini almış olması söz konusudur (İnuğur,1982:183). Ceride-i Havadis Türk basınının da ilk kez ticari ilan yayınlayan gazete olmuştur.

Avrupa basınının burjuvanın, Osmanlı basınının ise yönetimin ihtiyaçları doğrultusunda şekillendiği görülmektedir. Burjuva ekonomik faaliyetlerde bulunurken ifade özgürlüğü veya haber alma

özgürlüğü gibi talepleri siyasal temellerde dile getirmektedir. Oysa Osmanlı basınına ortaya çıkaran temel dinamikler tamamen farklıdır. Farklı dinamikler arasında siyasi yönler varsa da bunlar merkezileşme yönünde olmuştur. Çünkü yönetim bizzat kurduğu gazetenin çeşitli yerel dillerdeki nüshalarını da yayınlamıştır (Erdoğan/Kartari, 1999:79).

Tercüman-ı Ahval, bir Türk tarafından çıkarılan ilk Türkçe gazete olup, ilk sayı 22 Ekim 1860'ta yayımlanmıştır. Agah Efendi'nin çıkardığı Tercüman-ı Ahval, Türk gazeteciliğinde özel bir yere sahiptir. Tercüman-ı Ahval'in yayın hayatına başlaması ile hem gazetecilik, hem de edebiyat ve kültür tarihinde bir dönüm noktası olarak kabul edilmiştir (Demirtaş, 2019).

Her şeyden önce, resmi ve yarı resmi iki gazetenin (Takvim-i Vakai'den 30, Ceride-i Havadis'ten 20 yıl) sonra yayına başlamış ilk bağımsız gazete olmuştur. Yalnızca haber içerikli olmayıp, aynı zamanda bir fikir gazetesidir. Sonucunda, teknik açıdan da ne Takvim-i Vekayi ne de Ceride-i Havadis'le kıyaslanmayacak kadar gelişmiş bir gazetedir.

Tercüman-ı Ahval'ın, sistemi eleştirmeye yönelik yayınlar yapması, döneme ait eleştirel bir yazılı basının varlığını göstermektedir.

2.1. Tasvir-i Efkar, Muhbir ve İbret Gazeteleri

Tercüman-ı Ahval Gazetesi'nden 2 Temmuz 1861 tarihinde ayrılan Şinasi, Tasvir-i Efkar için gerekli izinleri almış ve gazete çıkaracak bir matbaa temin etmiştir. İki ay içerisinde çıkması beklenen gazete, 28 Haziran 1862 tarihinde çıkmıştır (Hayta,2002:10).

Gazetenin ilk sayısının başyazısında Şinasi, gazetenin amacını şöyle dile getirmiştir. Gazetenin amacı halka haber ulaştırıp, halkın kendi çıkarlarını ve yararlarını düşünerek kendi sorunlarını düşünme ve onları çözmeye işlevini kazandırmaktır. Şinasi'ye göre gazete halkın eğitiminin gelişmesi sorunlarını ele almalıdır, *“Halk ancak, gazete aracılığıyla kendini ilgilendiren konularda düşüncelerini belirtebilir. Bunun içinde gazete, her kültürlü ulus için gereklidir.”* (İnuğur,1999:193) söylemiyle, eleştirel gazeteciliğin, gazeteciliğin olmazsa olmazı olduğunu ifade etmiştir. Bu sözler, o zamanın şartlarına bakıldığında daha da önem kazanmıştır.

Tasvir-i Efkar Gazetesi sayfalarında okuyucu mektuplarına da yer verilmiştir. Takvim-i Vakayi ve Ceride-i Havadis, sadece saraya övgü taşıyan okuyucu mektuplarına yer vermesine karşılık, Tasvir-i Efkar okuyucularının fikirlerini içeren mektupları da yayımlamıştır. Bu görüntü ile günümüzün popüler “eleştirel okur etkileşimi” denilen yapının ilk örneği olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tasvir-i Efkar'da, Takvim-i Vakayi ve Ceride-i Havadis'te çoğu zaman duyurulmaması tercih edilen olaylar, tüm gelişim aşamaları ile ayrıntılı olarak yayımlanmıştır. Örnek olarak, İzmir'de 1862 yılı başlarında

Yahudi ve Rum tebaa arasında yaşanan olaylar, taşra memurlarının yolsuzluk, görevi suistimal girişimlerini saymamız mümkündür. Bu türden haberlerin ardından devletin ilgili birimlerince, sözü geçen yerlere inceleme heyetleri gönderildiği de olmuştur (Nalcıoğlu,2013).

Şinasi, batıda görmüş olduğu çağdaş, medeni şehir hayatının Osmanlı toplumunun da hakkı olduğu düşüncesiyle gazetesinde bu konular ile ilgili çok sayıda makaleler yazarak hükümetin bu konulara yönelmesini sağlamıştır. Ancak, Şinasi'nin gazeteci olduğu kadar aynı zamanda devlet memuru olduğu bir dönemde devleti eleştiren içerikli yazılar kaleme alması ve bunları yayımlaması hükümetin dikkatinden kaçmamıştır. Nitekim, 1863 yılında, devlet işlerini eleştirmesi nedeniyle Meclis-i Maarif'teki görevine son verilmiştir (Ertuğ,1970:184). Şinasi'nin Tasvir-i Efkar ve Tercüman-ı Ahval'deki yazıları manifesto niteliği taşımaktadır. Tanzimat'ın ilanı ile amaçlanan toplumsal değişme ve dönüşüm süreçleri bu tarihten itibaren hız kazanmıştır.

Bu dönemde gazete adeta hemen her şeydir. Dilden düşünceye, okuma yazmadan kültür sanata, eğitimden devlet yönetimi için insan yetiştirme, tiyatrodan edebiyata kadar hemen her şey gazeteler tarafından üstlenilmektedir. O döneme kadar toplum ve devlet gündemine gelmeyen dil, kamuoyu gündemine taşınırken, “gazeteci lisanı” olarak adlandırılan basın dili oluşmuştur (Koloğlu, 2013:18,Akt:Güz/Bayhan,2016). Bu süreç Namık Kemal ve Ahmet Mithat'la devam ederek sonraki kuşaklara aktarılmıştır. Muhafif gazeteciliğin görülmeye başladığı dönemde, ülkenin iç ve dış sorunları

toplum gündemine aktarılırken gerçek anlamda kamuoyu oluşmuş (Tunaya,2013:13), basın gerçek anlamda ülkedeki yerini almıştır.

Bu dönemde gazetenin toplumsal değişme ve gelişmede oynadığı rolü görmek için gazete tirajlarına bakmak bile yeterli olmaktadır. Devlet eliyle yayınlanan ve çoğu devlet üst yönetimi ve memurlara dağıtılan Takvim-i Vekayi'nin en fazla beş bin tiraja ulaşması, Tasvir-i Efkâr'ın bazı sayılarının ise on sekiz hatta yirmi bin satması basının, insanın günlük hayatına girmede ne kadar başarılı olduğunu göstermektedir.

Tanzimat Döneminde basın kendi içerisinde gelişme göstermiş, gazete ve tirajlarda artış oldukça devletin de basın üzerinde kontrolü çoğalmıştır. Bu durum basım yayım üzerinde bazı yasakları beraberinde getirmiştir. Nitekim 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi ile gazetelerin çıkarılması izne bağlanmış, bazı yabancı gazetelerin ülkeye sokulması engellenmiştir (Oral, 1968:88-90).

Türkiye'de Tercüman-ı Ahval ve Tasvir-i Efkâr ile başlayan gazetecilik anlayışı, Ali Suavi'nin Muhbir isimli gazetesıyla sürdürülmüştür. İlk iki özel Türkçe gazetenin açtığı yolda ilerleyen Muhbir, hükümete yönelik eleştirilerinde çok daha sert bir üslup kullanmıştır çoğu zaman. İlk sayısı 25 Şaban 1283 (1 Ocak 1867) tarihinde çıkan ve haftada üç gün yayımlanan gazetenin sahibi Diyarbakırlı Filip Efendi'dir. Filip Efendi İstanbul'a gelip matbaalarda hizmetli olarak çalışmaya başlamış, bir müddet sonra adeta Osmanlı basınının patronu konumuna ulaşmıştır (Çelik,2006:32-34). İmtiyaz sahibinin Filip Efendi, gazetenin baş yazarının ise Ali Suavi olduğu gazete, 1866 yılında yayınlanmaya

başlamış, Tanzimat döneminin en ileri fikir yazılarını yayımlayan gazete olmuştur. İnkılap fikrini savunan ve demokrasiyi öven türdeki yazılarıyla dikkat çekmiştir (Koloğlu,1994:35).

Marschal Mc Luhan 1960'lı yıllarda küresel köy kavramını, kitle iletişim araçlarının kullanımının toplumda hızla yaygınlaşacağını ve bunun dünyayı küresel bir köye dönüştürüleceğini açıklamak üzere ortaya atmıştır. Ali Suavi ise, Küresel köy kavramının ifade ettiği gerçekliği McLuhan'dan tam 100 yıl önce dile getirmiştir. 1 Ocak 1867 tarihli Muhbir gazetesinin ilk sayfasındaki mukaddimenin, *“Asrımız”* alt başlığı altında yazdığı satırlarda iletişim araçlarının dünyayı küresel bir köy haline getireceğini o günün güncel söylemleriyle dile getirmiştir; *“kimsenin kimseden haberi olmayan vakitler geçmiş, bir kavmin nice yıllar tecrübe ile ortaya koyduğu marifet ve sanatı diğer bir kavmin pek az bir zamanda haber alabilmesinin vakti gelmiştir. Çünkü karada, denizde gerçekleşen seferlerle keşifler bilmediğimiz yerleri bize bildirmiştir ve tanımadığımız kavimleri bize tanıtmıştır. Özellikle vapurlar ve telgraflar bütün dünyayı güya bir mahalle hükmüne koymuştur. Bu yönden insanlararası görüşmeler (iletişim) artmış ve günden güne artmaktadır”*(Nalcioğlu,2013:136).

Ali Suavi, gazetelerin siyasal yaşamda olduğu kadar toplumsal yaşamda da önemli bir rol oynadığını, toplumu oluşturan fertlerin siyasi yaşama dahil olabilmelerinin tek aracının basın olduğu düşünceleriyle, bizlere yaşadığı çağdan çok daha ileri görüşe sahip olduğunu göstermektedir. Bu görüşlerini *4 Mart 1867 tarih 28 No'lu* Muhbir gazetesindeki makalesinde ifade etmiştir. (Lewis,1993:148).

Türkiye’de ilk fikir ve muhalefet gazeteciğinin ne zaman başladığı konusunda farklı yaklaşımlardan söz edilebilmektedir. Örneğin Şinasi’nin çıkardığı ikinci gazete olan Tasvir-i Efkar fikir gazeteciliği açısından öncü sayılabilir. Yine muhalif gazeteciliğın ilk örneğı olarak bir anlamda İstanbul’da yayınlanan Muhbir ismi gündeme getirilebilir. Ayrıca Yeni Osmanlılar Cemiyeti üyelerinin Avrupa şehirlerinde çıkardıkları gazeteler bu anlamda öncü sayılsa da İmparatorluk sınırları içerisindeki başkent İstanbul başta olmak üzere diğer şehirlere bu gazetelerin yaygın olarak ulaşması mümkün olmamıştır. Bu iki açıdan İbret’i farklı kılan unsurlar; gazetenin daha başlangıçtan itibaren net biçimde muhalefet edeceğini adeta deklare etmesi ve fikir gazetesi olarak toplumda gördüğü kabuldür. Gazetenin tirajları da bunu göstermektedir(Güz/Bayhan, 2016:9).Yayın politikası açısından incelendiğinde, İbret Gazetesi halkı eğitim görevini yerine getirmek için uğraşmıştır. Özellikle kızların eğitime önem verilmesi konusunun üzerinde durmuştur.

II.Abdülhamid’in basın rejimi, iç basının tam kontrolü ve dışardan yayın gelmesinin engellenmesiyle tam bir karantina uygulaması esasına dayanmaktaydı. II. Abdülhamid’in politikası Osmanlı toplumu içindeki müslümanlara ve Türk’lere otuz yıllık bir “oluşma ve dinlenme” dönemi sağlamıştır. Gerek II.Abdülhamid’den önceki padişahların ve gerek ondan sonrakilerin uygulamaları, hepsinin de tam basın özgürlüğü savıyla gelip bunu hemen hiç sürdüremedikleri görülmektedir (<http://www.frmtr.com/siyasal-bilgiler-hukuk/740249-birinci-mesrutiyet-ve-istibdat-donemi-basini.html>). Abdülhamid döneminde

basın üzerindeki sıkı baskı ve kontrol, gazetelerin yurt dışına taşınmasına neden olmuştur. Osmanlı tarihinde İstibdat Dönemi olarak anılan Abdülhamit'in otuzüç yıl süren baskılı yönetimi sırasında gazetecilik alanında bir durgunluk yaşanmış, buna karşın halk kitlelerinin dergilere olan ilgisi artmıştır. Bu dönem dergilerinin daha çok yazınsal nitelikli oluşu yöneticilerin gazetelere oranladıkları daha az tehlikeli görmelerine yol açmıştır.

2.2. Eleştirelliğin Başka Bir Boyutu; Mizah Gazete ve Dergileri

Mizah dergilerinin yapısı gereği eleştirel bir duruş sergilemektedir. Gündelik hayattan beslenen mizah dergileri, toplumun gündelik hayat pratiklerini tanımlama ve bu pratiklerin geçirdikleri değişimin tespit edilmesi noktasında araştırmacılara önemli bir kaynak olarak hizmet etme işlevine de sahiptir.

19. yüzyıl Osmanlı'da modernleşmenin hız kazanması ile birlikte güncel olaylara yapılan atıfların yanında, hükümete ve hükümet görevlilerine karşı alaylar, şakalar ve siyasi mizah yapılmaya başlanmıştır. Fakat bu mizah din ve din adamları ile askeri gücü simgeleyen paşa, vezir gibi kişilikleri doğrudan hedef almamaktaydı; bu kişilikler sahnede bu kimlikleriyle gösterilmezdi (Nicolas, 2000:67). Bunun temel sebebi Doğuda devletin varlığının toplumun varolma sebebi olarak algılanması ve bu nedenle iktidara karşı mizah yapmanın meşruiyet sınırlarının önceden bir çerçeve içinde belirlenmesidir. Yine de yasakların çok, tabuların kalıcı olduğu doğu toplumlarında mizah, şikayeti ve itirazı aktarmanın bir yolu olmuştur.

II. Meşrutiyet'in ilanı, kısıda sürse basın alanında bir özgürlük havasının esmesine neden olmuştur. Gazete ve dergiler ardı ardına yayın hayatına başlamış, sansür kaldırılmıştır. Mizah gazeteleri de bu durumdan faydalanmışlardır. Birçok mizah gazetesi yayınlanmış; bu yayınlarda başta II. Abdülhamit Dönemi olmak üzere toplumsal, siyasi, ekonomik, kültürel problemlerin eleştirisine odaklanılmıştır.

Mizahın sunduğu sosyal çerçevenin bizzat kendisi eleştirel bir niteliğe sahiptir. Mizah basınının sunduğu çerçeveden tarihe bakmak son derece elverişli imkanlar sağlamaktadır. Dönemin bakış açısını bir karikatürde ya da bir espride rahatlıkla yakalayabilmek mümkün olmaktadır. Yaklaşık 140 yıl önceki bir karikatüre bakıldığında kimi konular hakkında hiçbir şey bilinmese de espriyi anlayıp gülünebilmektedir. Bu bakımdan, basının gücünün uzamsal olmakla beraber, zamansal da olduğu açık bir şekilde görülmektedir.

Osmanlı Devleti'nde mizah basını 1850'li yıllarda Ermenice, 1870'li yıllarda ise Osmanlıca yayınlanan gazetelerle faaliyet göstermeye başlamıştır. Osmanlıca yayınlanan ilk mizah gazetesi, Terakki isimli bir gazetenin Letaif-i Asaradlı ilave nüshasıdır. Resimsiz yayınlanan ve Gerçek'e göre içeriği saçma olan bu ek nüshalar, zamanla hem biçimsel hem de içeriksel olarak tam bir mizah gazetesi şekline bürünmüştür (Davulcu/Temel,2015:37).

Yazılı Türk mizahının ilk evresi olan 1870-1876 yılları arasında yayın hayatına başlayan mizah dergilerini ise içerik bakımından biçimlendiren unsurlar sözlü kültür ürünleridir. Meddah, ortaoyunu,

Bektaşı fıkraları ve HacivatKaragöz gibi sözlü kültür ürünlerinin söylem özelliklerinin yanı sıra “kıssadan hisse” şeklinde formüle edilebilecek olan genel yapısı bu dönem mizah dergilerinin içeriklerini şekillendirmiş ve bu yapı mizah dergileri sayesinde yazılı kültür ürünlerine çevrilmiştir. İçeriği şekillendirmenin yanı sıra sözlü kültür ürünleri dönem dergilerinin isimleri için de ilham kaynağı olmuştur: Hayal, Meddah, Çingiraklı Tatar gibi (Demirkol, 2016:158).

Osmanlı toplumu mizah dergileri ile 19. yüzyılın ikinci yarısında tanışmıştır. 1852 yılında Hovsep Vartanyan Paşa tarafından yayınlanan “Boşboğaz Bir Adem” dergisi Türkiye’de yayınlanan ilk mizah dergisi olmuştur. Tek sayı yayınlanan “Boşboğaz Bir Adem” dergisini 1856 yılında yayınlanan “Meğü” dergisi izlemiştir (Çeviker, 1986:17). Ancak, bazı basın tarihi ile ilintili kaynaklara göre ilk müstakil mizah dergisi olarak ilk Türkçe nüshası 24 Kasım 1870 tarihinde yayınlanan “Diyojen” kabul edilmiştir. 1877-1878 Rus- Osmanlı Savaşı’na kadar Osmanlı’da mizah basını hızla gelişmiştir.

Ancak, bu süreçte, mizah basınına hükümetin tavrı olumlu olmamıştır. (İskit,1939)’da, hükümetin bu gazetelerden çekindiğine, gazetelerin sansürlendiğine ve tehdit edildiğine değinmiştir (Davulcu&Temel,2015:s.37). Mizah basınına hükümetin tavrının olumlu olmamasına sebep ise, mizah gazetelerinin içeriği ve toplumdaki gördüğü ilgidir. Önceleri kıraathanelerde yüksek sesle okunan mizah gazetelerinin tirajları, daha sonraları oldukça artmıştır. Çok daha geniş ölçekli okuyuculara yayılan bu gazeteler, denetim dışı bir hal almıştır. Ayrıca, mizah basınına konu olan yazılar, acı ya da alaycıdır.

Modernleşmenin getirileri karşısında umduğunu bulamamaktan kaynaklanan düş kırıklıkları ile doludur (Georgeon,2000:79-103-93).

Osmanlı mizahının gerilemesi Cumhuriyet döneminde gerçekleşmiştir. Türkiye'deki mizah tarihinde bu bir dönüm noktası olmuştur. Osmanlı gülmececi eleştirel bir gülmeceydi. Fakat Türk Devrimi ciddiye, rasyoneldi “muasır medeniyeti” yakalamak gibi bir amacı vardı. Bu nedenle komikliğin ve mizahın bozguncu gücünden kuşku duymaktaydı çünkü devrimin gerçekleştirdikleriyle alay edilmesi mümkün değildi (Georgeon, 2000: 97).

Cumhuriyet döneminde Markopaşa (1946) ya kadar siyasal gülmece olmamıştır. Markopaşa'ya dek Cumhuriyet iktidarları, gülmece yazarlarına, gazete ve dergilere belirgin baskıda bulunmamıştır.' Aziz Nesin Markopaşa'nın ayırt edici farklılığını ortaya koymuş ve yarattığı zorluk ve baskılarla birlikte halkın egemen sınıflara karşı savaşımının mizahtaki öncüsünün Markopaşa olduğunu söylemiştir. Mizahın görece doğruları insanlara dayatılan tek doğruya artık meydan okumaya başlamıştır. Toplumsal sahnenin düzeni mizah ile bozulmuş, siyasal iktidara karşı ilk gerçek muhalefet mizah yazıları ile gerçekleşmiştir.

Mizah dergileri kamuoyunun sesi olmuşlar, özellikle gündelik hayata ilişkin sorunlarda bunu aksettirmişlerdir. Tramvay ya da vapur seferlerindeki aksaklıklar gibi gündelik yaşanan olumsuzluklar üzerinden mevcut iktidarı (hükümet-i seniyye) eleştirmişlerdir. Bu eleştirilerinde yüzeysel olmayıp, oldukça etkilidirler. Özellikle bazı yazılardaki (bilhassa Namık Kemal gibi isimlerin yazılarında..) analitik eleştirel yaklaşımlar dikkat çekicidir. Gündelik sorunların idari

yapılarla ya da yapılanmalarla ne denli bağlantılı olduğu gösterilmeye çalışılmış, liyakata önem verilmiştir (Kılıçarslan/Akşit, 2010:85).

Milli Mücadele döneminde ise Anadolu'da yapılan gazeteciliği tam anlamı ile eleştirel gazetecilik kapsamına koymamız mümkündür. Nedenleri ne olursa olsun (çoğalma, denetimsizlik) bu gazetelerin İstanbul hükümetine karşı yaptıkları eleştirel yayınlar ile milli mücadelenin sesi olmuşlardır. Söz konusu gazetelerin yapmış oldukları haberlerin kaynakları, haberin düzenlenmesi, gazetelerin basımı ve dağıtımını ile gazete çalışanlarının bu çalışmalardan kazandıkları hak edişler çerçevesinden bakıldığında eleştirel akımın geliştirmiş olduğu temel kuramlara uygun olduğu görölmektedir.

Karşılaştırmayı eleştirel kuram çerçevesinde incelediğimiz zaman aşağıdaki sonuçlara varmamız mümkündür;

- İnceledikleri konu ile toplumun değişimini sağlamaya çalışmışlardır.
- Tarihsel süreçleri, ideolojiyi ve iktidarı önemsemişlerdir.
- Toplumsal ayrışmayı, eşitsizliği ve bağımsızlığı incelemişlerdir.
- Tamamen bağımsızdırlar.
- Statükoya karşı olup, toplumdaki siyasi, ekonomik ve iktidardaki değişimleri incelemişlerdir.
- Egemen yapıya karşı bir duruş sergilemişlerdir.
- Var olan toplumsal ilişkilerin korunmasında ideolojinin önemini benimsemişlerdir.

Bu yapısı ile Anadolu basınının eleştirel yapıya uygunluğu görülmektedir. Aynı zamanda bağımsızlıkları ve imkansızlıklar içerisinde halkı bilgilendirme çabaları ile alternatif bir yapıda da oldukları söylenebilmektedir.

Milli Mücadele döneminde Anadolu basınında çalışan gazetecilerin ulusal mücadelenin haklılığını ve gerekliliğini halka anlatmaları, Cumhuriyet'in kurulması sürecinde ise, yeni siyasal sistemin ve yapılacak devrimlerin halka anlatılmasında ve benimsetilmesinde üstlendikleri rol, onların toplumsal lider rolünü üstlendiklerini göstermektedir (Alver,2010:423). Dönemin basını yeni devlet yönetim anlayışının ve devrimlerin topluma anlatılması sürecinde üstlendikleri siyasi rol ile birlikte, Osmanlı İmparatorluğu'nun teokratik geleneklerine ve ümmet anlayışına bağlı toplumda laikliğin kabul görmesi için mücadele etmişlerdir (Gürkan,1998:77).

3. CUMHURİYET SONRASI ELEŞTİREL YAYIN ORGANLARI

Cumhuriyet Türkiye'sinde ise Osmanlı İmparatorluğundan kalma bazı temel yapısal unsurlar değişmiş, onların yerine batı uygarlığının hedef alınıp, bir devlet politikası şekline dönüştürülmesi gerçekleştirilmiştir. Gerçekte de Cumhuriyet devrimlerinin hedefi; bütün örfleri, gelenekleri ve müesseseleri ile köklü bir değişimin batı bilimi ile desteklendiği bir anlayış olarak ortaya çıkmış ve tarihin en büyük değişimlerinden biri olarak tarihteki yerini almıştır (Gündüz.2018:223).

Medyanın geçmişte olduğu gibi günümüzde de artarak çoğalan bir takım işlevleri mevcuttur. Bu işlevler; habercilik, motivasyon, eğitim,

tartışma-diyalog, kültürel geliştirme, toplumsallaştırma, eğlence ve bütünleştirme, şeklinde belirtilmektedir(Güz, 1996: 669). Ancak, değişimin beyinde başladığı muhakkaktır. Bireyin medyayı izleyerek, bilincine ve bilinç altına yeni bilgiler, düşünceler ve izlenimler dolacağı muhakkaktır. Her bilginin bir mesajı vardır. Mesajlar çoğunlukla medyanın çıkarlarıyla ilgilidir ve insanların ne yapmaları gerektiğini söyler. Bu süreç her gün tekrarlanır. Medya mesajları her gün yineler. Medya, özellikle totaliter rejimler altında yaşayan insanları kolaylıkla değiştirebilmekte (Thomas, 1989: 401; Akt: Cereci, 2002: 33), toplumsal dönüşümlerde ve ilişkilerde önemli bir rol üstlenmekte ve zaman zaman bireylerin ve toplumların bilgilendirilmesinin yanı sıra, siyasal aktörlerin propagandaları için de kullanılmaktadır.

1945-1950 yılları arasındaki dönem Türk siyaseti için oldukça önemlidir. 1939-1945 yılları arasındaki durgunluğa karşılık, 1945-1950 yılları arasındaki yaşanan gelişmelerin etkisiyle Türk basınında büyük bir canlılık göze çarpmaktadır. Bu dönemde basının yapısında değişikliğe yol açan en önemli faktör İkinci Dünya Savaşı sonrası dünyada meydana gelen değişimlerdir (Demir,2007:147).

Dönemin en sert muhalefetin simgesi Tan gazetesidir. İkinci bir partinin gerekliliğini savunan gazeteler Tan ve Vatan gazeteleridir. Tan ve Vatan gazetelerinin o dönemde basın organlarında pek rastlanmayacak türden yazı ve haberler görülmeye başlanmıştır. Bunlar “demokrasi” ve “faşizm”e dair yazılardı (Demir,2007:149).Ancak, Tan ve Vatan gazetelerinin birlikteliği kısa sürede bozularak tek parti iktidarına karşı yayın yapan Tan gazetesine diğer basın organları da cephe almaya

başlamıştır. Bu muhalefet Tan gazetesinin kapatılması ile sona ermiştir. Basın tarihimizde “Tan Olayı” olarak anılan kapatılma olayı, siyasal iktidarın liberalleşme çabalarının başladığı sıralarda iktidara karşı en sert eleştirilerin Tan ve Vatan gazetelerinde çıkmasıyla gerçekleşmiştir.

Türkiye’de çok partili hayata geçiş süreci ve 1950’li yıllar, Türk basın tarihinde enlerin yaşandığı olumlu ya da olumsuz birçok uygulamaya tanıklık etmiştir. Tek partili rejime muhalefet olarak siyasi arenada yerini alan Demokrat Parti, 1950 yılında başlayan iktidar dönemiyle birlikte basın özgürlüklerine dair devrim niteliğinde uygulamalara imza atmış olsa da, kısa sürede basında muhalif seslerin yükselmesiyle özgürlükçü ortam yerini çetin bir hükümet-basın çekişmesine bırakmıştır.

Basın-iktidar ilişkileri Demokrat parti iktidarı ile inişli-çıkışlı, renkli ve karmaşık bir sürece sahne olmuştur (Yücel, 2017:208). 1950 Mayısında iktidar olan Demokratparti, çok geçmeden 1950 Temmuzunda basına çeşitli özgürlük ve olanaklar sağlayan 5680 Sayılı Basın Kanunu’nu yürürlüğe sokmuş, 1950-54 döneminde gazetecilerin mesleki sorunlarının giderilmesi adına sendikal haklar tanınması, kıdem tazminatı verilmesi ve iş sözleşmesi getirilmesi gibi yasal düzenlemelere gidilmiştir (Kaya, 2002: 94). Demokrat parti ve basın ilişkileri adına 1954-1960 yılları arası ise adeta bir önceki dönemin tam tersine gelişmelere sahne olmuş ve basın üzerinde gerçekleştirilen yaptırımlar, sansür uygulamaları ve hükümetin yapmış olduğu baskılar karşısında gazeteciler, Demokrat partinin iktidardan indirilmesini bayram havası ile kutlamıştır (Albayrak,2004:277).

Demokrat partinin özgürleştirici iki yasa çıkarmasının yanı sıra özellikle yandaş olan basına maddi destekler sağlaması ve bir ayrıcalık varsa bunun tüm basın organları için geçerli olduğu savına dayandırması nedeniyle olumsuz yönde de olsa liberal eğilimler arasında değerlendirilmelidir. Bu tür destekler yandaş basını ödüllendirmek, muhalif basını da özendirmek için tüm Demokrat parti iktidarı süresince devam etmiştir. Destekler basın cezalarının uygulanması sırasında yandaş basını gözetmekten, kredi, arsa sağlama, kat çıkmaya izin verme, resmi ilan verilmesi, kağıt tahsisi gibi yollarla gerçekleştirilmiştir (Demirtaş, 2019). 1950’den sonra Demokrat Parti Dönemi ile “besleme basın” kavramı ortaya çıkmıştır. Besleme basın kavramının anlaşılabilmesi için bu kavramın çıkış dönemindeki durumu Gazeteci Nezih Demirkent tarafından şu şekilde aktarılmıştır; “ O yıllarda rahmetli Adnan Menderes basının bir kanadıyla yakın dostluklar kurmuş hatta onlara menfaat sağlamıştı. Kamu ilanları belli gazetelere veriliyor, muhalifler cezalandırılıyordu. Mali kaynaklar yine Demokrat Partiden yana olan gazetelere aktarılıyordu” (Demirkent, 1995:239). 1950-1960 arasında, Demokrat partinin iktidarını destekleyen yayınlar yapan ve bu nedenle, kendilerine hükümetçe sağlanan bazı destek ve indirim imkanlarının yanında resmi ilanların hükümeti destekleyen basın organlarına dağıtımından da büyük ölçüde gelir elde eden, dolayısıyla yarar sağlayan basın kuruluşları için o dönemde “besleme basın” deyimini kullanılmıştır (Özgen,2004:49).

Genel olarak basının hükümet edenler ile iyi ilişkiler içinde olması birtakım çıkarlar sağlamaktadır. Bu çıkarların önemlileri; öncelikle basın siyasi ideolojilerin haberleri ile kapsamını

genişletmekte ve içeriğin artmasını sağlamaktadır. Basının desteklediği g iktidar ise siyasi ve ekonomik anlamda azami seviyede kazanç sağlamakta, destek verdiği siyasi ideoloji muhalif taraf ise basın kuruluşu bu siyasi partinin seçim masraflarında ilk sırayı almaktadır. Ayrıca basının desteklediği siyasi ideolojiyi destekleyen halk kesimleri tarafından tercih edilme olasılığı fazla olmakta ve sadık tüketiciler - okuyucular- edinmekte, bu sayede diğer basın kuruluşları ile rekabet edebilmektedir (Feridunoğlu,2016: 1056).

Demokrat parti döneminde parti organı kimliği taşımayan başlıca gazeteler; Cumhuriyet, Hürriyet, Akşam, Milliyet, Yeni Sabah, Yeni İstanbul, Tasvir, Gece Postası, Vatan olmuştur. CHP'nin yayın organı Ulus, DP'nin yayın organı Zafer ve Millet Partisi'nin yayın organı da Kudret'tir. Dünya, Vakit ve Tercüman CHP'ye bağlı iken; Son Posta ve Her Gün DP'ye bağlı idiler. 1960'a kadar çıkan büyük gazeteler, İstanbul'da Hürriyet, Cumhuriyet, Vatan, Tan, Yeni Sabah; orta tirajlı gazeteler ise, Her Gün, Akşam, Son Posta, Tasvir, Dünya'dır (Bağlum,1991:140).

Bu dönemde g, kendisine muhalif olan basın kuruluşlarının üzerinde baskı uygulamaya devam etmiştir. 1950 yılının sonlarına gelindiğinde ise, muhalif gazetecilerin yargılanmalarına ilişkin haberleri gazete sütunlarından sıkca takip etmek mümkün olmuştur. Ülkedeki sorunları basının yarattığı ya da basının tahrik ettiği düşüncesi, yönetim tarafından dönem içinde pek çok kez ileri sürülmüş ve bu nedenle de basının üzerinde çeşitli bahanelerle ve farklı yaptırımlarla hakimiyet

kurulmaya çalışılmıştır. Demokrat parti dönemine bakıldığında, pek çok gazeteci hakkında dava açıldığı ve pek çok gazetecinin mahkum olduğu görülmektedir (Alemdar,1996:131).

Bu çerçevede, Türkiye yayıncılık tarihinde 1950’ler “partizan radyo” dönemi olarak anılmaktadır.

1950 yılı Türkiye’de radyoculuk adına önemli bir yıl olmuştur. 10 yılı kapsayan Demokrat Parti döneminde Kore savaşı yaşanmıştır. Güney Kore’ye giden askerlerimize ve bölgeye yayın yapacak olan 100 Kw’lık Çakırlar kısa dalga vericisinin hazırlıklarına başlanmış ve Türkiye’nin NATO’ya dahil oluşu bu radyodan duyurulmuştur.

Radyo yayıncılığının toplumsal etkilerinin farkına varan siyasal erkler, siyasal parti uygulamalarını başlatmışlardır. Ancak 1957 seçimlerinde 1954 seçimlerine oranla muhalefetten daha az milletvekili kazanmasının ardından radyo bakımından yeni bir uygulamaya geçilmesi kararı alınmış, devlet radyolarına, “Devletin ve Hükümetin Faaliyeti” adı altında, hükümetle hiçbir ilgisi olmayan Demokrat Partililerin kongrelerinde yapmış oldukları konuşmaları yayınlamak zorunluluğu getirilmiştir. Devlet Radyoları Demokrat partiye girenlerin çektikleri telgrafların okunması için kullanılmıştır. Böylelikle Vatan Cephesi yayınları tarafsızlık ilkesini öteleyerek, tamamen partizan bir yapıya bürünmüştür (Tokgöz, 1972:67).

Radyo dönemin en etkili kitle iletişim aracıdır ve yazılı basının da desteğini alarak iktidara gelen Demokrat parti, zamanla bu desteği yitirmiştir. Bu durumda iktidar olanaklarıyla en iyi kullanabileceği medya olarak radyo ön plana çıkmıştır.

1961 Anayasasının getirdiği özgürlük ortamı içinde siyasi partiler de payını almış, o dönemin en büyük kitle iletişim aracı olan radyo dışında hoparlör, miting, afiş, broşür vb. araçlarla propaganda yapabilmelerinin önü açılmıştır (Çankaya,2015:166).Bu durum, Türkiye’de politika ve eğlencenin harmanlanmasının (politainment) sürecinin önünü açmıştır. Seçimlerde müzikler, afişler, vb. görsel ve işitsel malzemelerin hem tek tek hem de birlikte kullanılmıştır.

Türk basınında 1961 anayasasının getirdiği özgürlük ortamında yeni bir tartışma ortamı açılmış, o zamana kadar devam eden kalem kavgalarının yerini ideolojik kavgalar almıştır (Karaca,1998:312). Silahlı kuvvetlerin otoritesinin üstünlüğüne daima “saygı duyan” anaakım basın, darbeleri de çeşitli gerekçeler üreterek meşrulaştırmıştır.

1960-1983 yılları arası daha çok Matbuat ile Medya dönemi arasında bir geçiş dönemi olarak anılmaktadır. Mesleki açıdan bakıldığında gazetecilik faaliyetlerinin yavaş yavaş zanaat olmaktan çıkıp, sanayi haline gelmesi medya döneminde başlamıştır. Aslında bu dönem, sadece basın alanında değil, tüm Türkiye ekonomisinin küçük ve orta çaplı üretimden büyük, kitlesel ve bir ölçüde sınıai üretime geçişin

başlangıç dönemidir. Aynı şekilde 1960'lar Türkiye ekonomisindeki sanayileşmeyle birlikte tarımdan sanayiye, dolayısıyla kente göç etmenin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Duran,2000:.42-43). 1960-1971 arası dönemde basın iki ideolojik kamp etrafında toplanmaktadır. Bir tarafta sol ve sosyalizm propagandasının yapıldığı Milliyet, Akşam ve Cumhuriyet, diğer yanda ise sosyalizman düşünceleri savunan, propagandasını yapan yazıların karşıtı yayın organları Son Havadis ve Tercüman gazeteleri bulunmaktadır. Cumhuriyet ve Akşam Adalet Partisi'ne muhalif, Tercüman ve Son Havadis gazeteleri ise iktidardaki Adalet Partisi hükümetinin yarı resmi organları haline gelmiştir” (Karaca,1998:313).

12 Eylül 1980 askeri müdahalesi, Türkiye’de başta anayasal olmak üzere siyasi, ekonomik gibi birçok yapıyı temelden değiştirmiştir. 1980 yılı, Türkiye’de sosyo-ekonomik ve politik analizler açısından bir milat olmuştur. 1980 askeri müdahalesinden sonra yaşananlar, sonraki yıllarda Türkiye’ye ilişkin her analizin “80 öncesi ve 80 sonrası” diye başlamasına yol açmıştır. Dolayısıyla pek çok alanda olduğu gibi 1980 darbesi, Türk basını açısından da bir milat olmuştur.

1980’li yılların ilk dönemlerinde iktidarda olan askeri yönetim basın hayatını derinden etkilemiştir. Bu yıllarda basın üzerinde askeri yönetimin ağır baskısı söz konusu olmuş, bu olumsuz etkiler nedeniyle asıl görevi haber verme ve toplumu bilgilendirme olan yazılı basın bu işlevlerinden uzaklaşmış ve giderek magazinleşmeye yönelmiştir.

1980 darbesi basını genellikle sıkıyönetim tarafından denetlenmekle birlikte, zaman zaman doğrudan doğruya beş general, özellikle Konsey Başkanı Kenan Evren tarafından denetimden geçirilmekteydi. “Hoşa gitmeyen yazılar için gazetelere sıkıyönetimden sık sık uyarılar geliyor, arada bir kapatma cezası uygulanıyordu. Yazarların, yazışleri müdürlerinin gözaltına alındığı, tutuklandığı, mahkum edildiği de oluyordu. Sıkıyönetim tarafından hergün yayın yasakları konulmaktaydı” (Kabacalı, 1990:210). Althusser’in (Althusser, 2015:56) belirttiği gibi devletin baskı aygıtının rolü, son aşamada sömürü ilişkileri olan üretim ilişkilerinin yeniden üretiminin siyasal koşullarını, fiziksel ya da bir başka türde, özünde zor kullanarak sağlamaktan ibarettir. Devlet aygıtı büyük ölçüde kendi yeniden üretimine katkıda bulunmakla kalmaz (capitalist devletlerde siyaset adamlarından oluşan hanedanlar, askeri hanedanlar vb. vardır), aynı zamanda baskı yoluyla (en sert fiziksel güçten basit idari yasak ve emirlere, açık ya da gizli sansüre kadar.) Devletin ideoloji kayıtlarının işleyişinin siyasal koşullarını da sağlar (Althusser,2015:56). 12 Eylül 1980 darbesi ise Gramsci’nin görüşlerine göre yorumlandığında yeni bir hegemony projesinin topluma sunulmasını simgelemektedir. Zor ve rıza kavramları devreye girmiş, “zor” aygıtını asker üstlenirken, “rıza” olgusunun bir bölümü ise basına bırakılmıştır (Demirtaş, 2019). 1980’li yıllara kadar, basın açısından siyasal ve toplumsal etkenler ön planda olmasına rağmen; 1980 sonrası belirleyicilikte önceliği ekonomik öğeler almıştır. Bu dönemde basının içeriği ve toplumsal rolü üzerinde ekonomik bağımlılıklar önemli rol oynamıştır. Basın bu tarihten itibaren hem bir ekonomik sektör olarak hem de yeni dönemin

toplumsal formasyonunun yeniden üretiminde daha etkin bir aktör olarak değişimler ve dönüşümler yaşamıştır. Bu değişim ve dönüşümleri topluma onaylatma, rıza alma ve meşrulaştırma aşamalarında yine basına önemli görevler düşmüştür.

Bu bağlamda,12 Eylül 1980 darbesi Türkiye’de pek çok kurumu etkilediği gibi basın ve basının ekonomik yapısının da değişmesine yol açmıştır. Türk siyasi hayatının dönüm noktalarından biri olarak anılan ve demokrasinin kesintiye uğradığı bu süreçte, basının haber verme ve kamuoyunun da haber alma hakkı ciddi şekilde zedelenmiştir. 12 Eylül yönetimi ilk günden itibaren basına getirdiği kısıtlamalar, cezalar, yaptırımlar ve sansür uygulamalarıyla özgür ve bağımsız bir basın olgusunu ortadan kaldırmıştır. Bugün Türk medyasında yaşanan “magazinleşme” olgusunun ortaya çıkışını o günlerde aramak yanlış bir yaklaşım olmayacaktır. Askeri hükümetlerle o dönemin devamı niteliğini sürdüren Özal hükümetleri döneminde basına siyasi haberlerle ilgili olarak yapılan baskı ve yönlendirmeler bu sonucun ortaya çıkmasında çok önemli bir etken olmuştur.

1980 öncesinin basın patronları genelde aileden gazeteci ve yıllarca aile gazetesinde çalıştıktan sonra yönetici olmuş kişilerden oluşmaktaydı. Değişen ekonomi politik nedenlerle gazetelerin patron profile tamamen değişmiş ve yeni gazete patronları gazetecilikle geçmişte hiç bir işi olmamış olan sermayedarlardan oluşmuştur. Cumhuriyette öneminde başlayan gazeteci-işverenler geleneği sona ererken, gazeteler basın dışı işverenlerin eline geçerek ya da basından gelme işverenler gazetecilik

dışı faaliyetlerle birleşerek, gazeteciliğin zanaat dönemini kapatıp, basında sanayileşme dönemini açmışlardır. Böylece gazetecilikte temel amaç, kamuoyunu bilgilendirmek değil, sanayinin ve piyasanın temel ilkesi olan arz-talep mekanizmasına uyarak daha fazla kar elde etmek olmuştur(Demirtaş, 2019). 1980 darbesi sonrasında uygulanan denetimlerde fikirler yazarlar tarafından olduğu gibi okuyucu kitlesine aktarılamamış, iletişim özgürlüğü ortadan kalkmıştır. *“12 Mart'a oranla daha kalıcı olmayı amaçladığı görülen 12 Eylül rejimi, bu niteliğinden dolayı özgürlükleri öncekilerden çok daha genişletilmiş biçimde kısıtlanmış, böylece kitlelerin o depolitizasyonunu gerçekleştirmek amaçlanmıştır”* (Oktay,1993:133).

Gazetecilikte rekabet koşullarının artması ve hükümetlerin kimi gazetelere yönelik yürüttüğü politikalar sonucu, zaten çok dar olan Türk basınındaki düşünce yelpazesi ve bu yelpazeyi temsil eden gazeteler birbir kapanmaya başlamıştır. Yani gelişmelere ancak çok güçlü basın işletmeleri karşı koyabilmiş daha önceki yıllarda sahibi de gazeteci olan gazeteler hızla işadamlarının gazeteleri olmuştur. Küreselleşme sonucu Batı'da ortaya çıkan şirketlerin rekabet ortamında küçükleri ezip yoketme ve tekelleşme süreci basın alanında daha da görünür hale gelmiştir. Eleştirel bir basından söz etmek daha da zorlaşmıştır.

1990'lı yıllar, 1980'lerde sürdürülen neoliberal dönüşümün devamı niteliğinde adımların atıldığı bir dönemdir. Bu tarihe kadar “basın” tanımına daha çok uyan süreç, 1990'ların başından itibaren özele açılan radyo ve Televizyonudahil ederek medyaya dönüşmeye başlamıştır.

Türk basınında, 1990'ların özellikle ilk yarısı, gazetelerin promosyon savaşlarıyla geçmiştir. 1980 sonrası bilinçli okur potansiyelini yitiren ve kitle gazeteciliğine yönelen basın kuruluşlarının, gelişen teknoloji ile birlikte çıkardıkları gazetelerin yanı sıra radyosu, televizyonu, internet sitesi ile ticari girişimleri olan ve holdingler bünyesinde yer alan şirketler haline dönüştükleri görülmektedir. Bu dönemde gazeteler, portföylerinde bulundurdıkları tüketici kitleyi çeşitli promosyonlarla elde tutma çabaları içine giren ticari kuruluşlar halini almış ve bu da, içerik bakımından belirgin bir yozlaşmanın ortaya çıkışına ve bilinçli okur kitlesinin basından uzaklaşmasına neden olmuştur (Özgen,2004:473). Türkiye’de medya yapısının değişime uğraması, 1980 sonrası yeni liberal politikalar doğrultusunda, değişik sermaye gruplarının medyaya girmesi ile medya ve politikacılar arasında geçmişten beri olan ilişki daha da yoğunlaşma göstermiştir. Bu dönemden itibaren medya yeni liberal politikaların hizmetinde olmuş ve bu politikaları topluma benimsetmeyi temel bir görev olarak görmüştür.” (Konyar,2001:81).

Türkiye’de 1990'ların ikinci yarısından itibaren medyada faaliyet gösteren holdingler küresel medya endüstrisinin yapısal eğilimleri çerçevesinde ellerini güçlendirmek için birbirleriyle kıyasıya bir rekabet içerisine girmişler, bu nedenle özellikle medya kavramının basın ayağı promosyon savaşlarına sahne olmuştur. Gruplar arasındaki rekabet sadece promosyon savaşları ile sınırlı kalmamış, siyasi alana da yayılmıştır; öyle ki medya sahipleri bu dönemde Bakanlar Kurulu’nun

belirlenmesinde söz sahibi olduklarını iddia edecek kadar güçlendiklerini ifade etmişlerdir (Sözeri,2014:73).

Günümüzde medyanın, medya sahipleri tarafından başka alanlardaki yatırımları için bir araç olarak kullanıldığı görüşü hakimdir (Sözeri,2014:75). 2011 yılında yayınlanan Türkiye’de medya sektörü analizi raporunda, pek çok medya şirketinin ekonomik olarak rasyonel olmayan şartlarda faaliyet gösterdiği, bazılarının zarara katlanarak yayınlandığı yer almıştır (Sözeri ve Güney,2011). Bununla birlikte 2013 yılında TBMM Darbe ve Muhtıraları Araştırma Komisyonu’nun yaptığı görüşmeler de bazı medya patronları bu sektöre siyasilerin ricası/baskısı nedeniyle girmek durumunda kaldıklarını ve zararlarını azaltmak için çoğunlukla televizyon satın almak yoluyla büyümek durumunda kaldıklarını ifade etmişlerdir (Sözeri,2014:76).

1990’lar da medya sektörüne dahil olan holding yapılarının medya sektöründeki rekabetlerinin kıyasıya sürmesi, 2000’lerin başından itibaren sona ererek, medya sektöründe birbirleri ile tam bir dayanışma içerisine girdikleri gözlenmektedir. Bu durum beraberinde editöryal benzerlikleri, haber sunumlarının güce bağımlı olarak gerçekleşmesini getirmektedir. Bunlarla birlikte medya sektöründe çalışanların kalifiye değerlerinin çok düşmesi, reklam pastasındaki payların orantılı bir şekilde paylaşımı ve holdinglere sağlanan kamu desteklerinin büyümesi ile kar oranlarının artmasını da beraberinde getirmektedir.

Türkiye’de 1990’ların ikinci yarısından itibaren medyada faaliyet gösteren holdingler küresel medya endüstrisinin yapısal eğilimleri çerçevesinde ellerini güçlendirmek için birbirleriyle kıyasıya bir rekabet içerisine girmişlerdir. Gruplar arasındaki rekabet sadece promosyon savaşları ile sınırlı kalmamış, siyasi alana da sirayet etmiştir; öyle ki medya sahipleri bu dönemde Bakanlar Kurulu’nun belirlenmesinde söz sahibi olduklarını iddia edecek kadar güçlendiklerini ifade etmişlerdir.

2000’lerin başında yaşanan kriz ile birlikte, medya sektörü de yeniden yapılanma yaşamış, ayakta kalan kuruluşlar süreçten daha da güçlenerek çıkmışlardır. TMSF’ye geçmiş büyük medya yapılanması olan Sabah-ATV 2007 yılı sonrasında kullanılan kamu bankaları kredileri ile Çalık grubuna satılmıştır.

Radyo ve televizyon yayıncılığı kamuya ait olanı kullanmakta, ayrıca ortak veya farklı yönelimleriyle tüm toplumu ilgilendirmektedir. Dolayısıyla, bu aşamada ‘kamusal’ yayıncılık gündeme gelmektedir. “Kamusal yayıncılık” gerek ticari baskılardan, gerekse devletin müdahalesinden bağımsız; bugün Türkiye’de uygulanan haliyle, merkeziyetçi ve seçkin nitelik taşıyan “kamu hizmeti” anlayışını gözden geçirerek yola çıkmış; yerel kaynakları olan, ama “yöresel” kalmayan; küçüklü büyüklü kanallarda, herkesin enformasyona tam erişiminin, farklı grupların program yapımına katılımının ve hiçbir baskı altında kalmadan sözlerini duyurabilmelerinin garanti altına alındığı açık mecralardır. Ancak Kejanlıoğlu’na göre

(Kejanlıoğlu,2005:173) Türkiye'nin bu tür bir kamu yayıncılığı siyaseti anlamında daha çok kat edecek yolu bulunmaktadır.

Medyanın, duyguları etkileme konusundaki etkinliğini fark eden medya patronlarıve sömürgeci güçler, medyanın gücünü duygusal sömürü amaçlı kullanma eğiliminde olmuşlardır (Cereci, 2008:120).İnsanlardaki duygusal zaafıları çabuk fark eden medyanın, gerilim senaryoları aracılığıyla duygusal sömürü sürecine girmesi gecikmemiş, 20. ve 21. yüzyıllarda birlikte maddi sömürgecilikten kültür sömürgeciliğine geçişyaşanmış, kültürel sömürü duygusal sömürü alanında yoğunlaşmıştır (Naaman, 2007: 951). Medyanın oluşumuna katkı sunduğu popüler kültür, çoğu zaman sömürüyü temel kazanç yolu olarak kullanmış, bu konuda medyadan olabildiği kadar yararlanmıştır.

2000 yılının başında büyük sermaye dahil olmayan gazetecilerin öncülüğünde birçok haber sitesi yayına başlamıştır. Bu gelişmeye sebep medyada yaşanan ekonomik krizin etkisi olmuş, birçok usta gazeteci işsiz kalmış ve mesleklerini internette açtıkları sitelerle sürdürmek zorunda kalmışlardır. Bu durum ise, Türkiye'de internet gazeteciliğinin gelişmesine olumlu katkı sağlamıştır (Göllü, 2017).

Türkiye'de son yıllarda yaşanan el değiştirmeler, dijital medyanın yükselişı, yeni kurulan online haber platformları medya sektöründeki dengeleri ve görünümü değiştirmiştir. Televizyon hala ana haber kaynağı olmaya devam ederken, son yıllarda yaşanan siyasi ve

toplumsal gelişmeler internet haberciliğine ilgiyi artırmıştır. Bianet ve Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü'nün 2016'da birlikte hazırladığı 'medya sahipliği izleme raporu'na göre (<https://t24.com.tr/haber/medya-sahipligi-izleme-raporu-ana-akim-medya-ekonomik-cikarlar-yuzunden-kontrol-altinda,367614>)

Türkiye'deki basın-yayın organlarının çoğu başka sektörlerde faaliyet gösteren kuruluşların bünyesinde bulunmaktadır.

Menderes dönemi iktidar yanlısı olan basın kuruluşlarına yapılan“Besleme Basın” günümüzde “Penguin Medya” ya da “Havuz Medyası” olarak tanımlanmıştır. İnternet ağları üzerinden her an, her yerde, her şekilde habere ulaşılabilen ve haber olabilecek her şey kolaylıkla duyurulabilmektedir.

Türkiye’de Anaakımın ve iktidar ilişkilerinin dışında kalan, eleştirel yönleri ağır basan, seslerini duyuramayan kesimlerin sesi olabilen medya yapıları olmak genel tanım olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak, gazeteciliğin Türkiye’de evrensel niteliklere uymamasından dolayı yaptıkları işin alternatif olarak görüldüğünü, fakat aslında gerçek gazetecilik yapmaya çalıştıklarını belirten alternatif yayın organları da bulunmaktadır. Haberleri kendilerinin bulduklarını, ancak anaakım olmayan ajanslardan da yararlandıklarını da ifade eden Bianet, haberlerdeki manipülasyonları temizleyerek kendi dillerine uygun hale getirdiklerini ifade eden Demokrat haber, haberleri dijital medya

üzerinden kurulan içerik inşası ile üretmekte olan Gaia ve Uçan Süpüre, Üç Ekoloji, Zete gibi birçok alternatif yayın organı haberleri doğru olduğunu düşündükleri bir dille, gazetecilik etik değerlerini içeren bir filtreden geçirerek sunmaya çalıştıklarını ifade etmektedirler.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Olay ve durumlara ideolojik tutucu bakış açısı ile bakan ve deneysellikle ilişkilendiren, toplumsal ikna ve egemen yapıya yatkın davranış değişikliği oluşturmayı amaçlayan, statükocu ana akım yaklaşıma karşı, eleştirel yaklaşım iletişimi bir süreç olarak değil, anlam oluşumu olarak ele almaktadır. Eleştirel yaklaşımın amacı anlamların üretimi ve değişimi olup, medyayı hangi güçlerin kontrol ettiği sorunsalı üzerine odaklanmakta, toplumsal oluşumlarda iletişimin etkisi üzerinde durmaktadır. Bağımsız olmak ve statükoya karşı hareket etmek en önemli farklarıdır. Egemen yapının yarattığı oluşum ve değişimlere karşı çıkmaktadır. Bu balamda Osmanlı döneminden bugüne dek, yaşanan toplumsal oluşum ve değişimlere bağlı olarak ana akımın yanı sıra birtakım eleştirel yayın organları faaliyet göstermiştir.

İlk kez Tercüman-ı Ahval'ın, sistemi eleştirmeye yönelik yayınlar yapması ile döneme ait eleştirel bir yazılı basın varlığını gösterdiği Osmanlı döneminde Tasvir-i Efkâr'ın okuyucularının fikirlerini içeren mektupları yayımlaması, günümüzde popüler “eleştirel okur etkileşimi” denilen yapının ilk örneklerini oluşturmuştur. Mizah dergileri kamuoyunun sesi olmuşlar, özellikle gündelik hayata ilişkin sorunlarda bunu aksettirmişlerdir. Milli Mücadele döneminde

Anadolu’da yapılan gazetecilik tam anlamı ile eleştirel gazetecilik kapsamındadır. Bu gazeteler İstanbul hükümetine karşı yaptıkları eleştirel yayınlar ile milli mücadelenin sesi olmuşlardır.

Türkiye’de eleştirel medya kapsamında incelenen yayın organlarının genel olarak uzun süreden beri yayın hayatına devam ettikleri izlenmekle birlikte bazı dönemlerde bazı yayın organlarının yayın süreçleri yönetim erkleri tarafından kesintiye uğratılmış oldukları, ancak kesintiler sonunda yine yayınlarına devam ettikleri, finansal yetersizlik nedeni ile yayın sürecine ara vermek zorunda kaldıkları da görülmektedir.

Son yıllarda yaşam biçiminin elektronik ağlar ve diğer teknolojik gelişmelere bağlı olması, modern toplumlarda yaşanan hızlı ve karmaşık değişikliklere ayak uydurabilmesi açısından eleştireliliğe her zamankinden daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır.

Medya, toplumsal ve teknolojik olgular olarak sürekli tartışılmakta, bir yandan daha çekici modellerle yenilenmeye ve geliştirilmeye çalışılmaktadır. İnsanların yaşamına katkısı, modernleşme sürecinde oynadığı rol ve toplumsal gerilimlerde gösterdiği etkilere kadar pek çok anlamda tartışılan medya, tüm tartışmaların ötesinde insanların yaşamlarında önemli yer tutmaktadır.

Üretim tüketim ve dağıtımın geleneksel yollarla yapılandırıldığı bir dünya düzeninin ardından, teknolojinin gelişmesiyle bu geleneksel algı

da yerini yeni tanımlara bırakmıştır. Bugün hayatımızın hemen hemen her alanında elimizin altında bulunan teknolojik araçlar sayesinde çoğu işlem “online” olarak yapılabilmekte ve bu sayede yeni dünya insanı, çağının gerektirdiği şekilde daha hızlı hareket edebilmektedir.

Basının evrensel amacı haberin tarafsız ve dürüst bir biçimde aktarılmasıdır. Basın bu amacından uzaklaşarak toplum üzerindeki inandırıcılığını ve etkisini giderek kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Günümüzde tartışılan doğru ve etik habercilik, haberin kaynağı, editorial safhası ve aktarımı, holdingleşen medyanın kar kaygısını birinci plana alarak hareket etmesi sonucu tehlikeye girmiştir. Günümüzde kültür endüstrisinin ürünü olan medya, kitlelerin siyasetten uzak tutulması için eğlencenin ön plana geçirilmesi ve karlılık istenmektedir. Teknolojinin de gösteri toplumunun hizmetine girmesi ile internet ve sosyal ağlar zamanımızın baskın aracı olan televizyonla rekabet etmekte, tüm zamanımızı ele geçirmiştir. Mücadele ve itirazın yeni biçimlerini içinde barındıran bu teknolojiler, kültürün, politikanın ve bilincin görselleştirilmesini sağlamıştır. Yeni medya teknolojileri ile birlikte daha fazla eşitlik, katılımcılık, itiraz ve duyulmayan seslerin duyurulması ile ana akım medyaya karşı eleştirellik etkin bir şekilde yaşanmaktadır

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2006),Türkiye’de Medya Endüstrisi, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- Albayrak, M. (2004),Türk Siyasi Tarihinde Demokrat Parti (1946-1960), Phoenix Yayınevi, Ankara.
- Alemdar, K. (1996). İletişim ve Tarih. İmge Yayınevi, Ankara.
- Alemdar, K., ve Erdoğan, İ. (1990). İletisim ve Toplum, Bilgi Yayınları, Ankara.
- Althusser, L. (2015), İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, İthaki Yayınları, İstanbul.
- Alver, F. (2010),Gazetecilik Bilimi ve Kuramları, Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Bağlum, K. (1991). Anıpolitik (1945-1960). Bilgi Yayınevi, Ankara.
- Budak, A. (2012), Fransız Devriminin Osmanlıya Armağanı: Gazete Türk Basınının Doğuşu, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkishor Turkic Volume 7/3, Summer 2012, p. 663-681, ANKARA-TURKEY
- Cereci, S. (2002). Medyada Geri Besleme: Yerel Televizyonculukta Meslek İçi Eğitim, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti - Konrad Adenauer Vakfı Yerel Basın Eğitim Seminerleri Dizisi: 24, Erdini Basımevi, İstanbul.
- Cereci,S. (2016) Geleneksel İletişimden Sayısal Teknoloji Çağı Olanaklarıyla İletişime Kültürel Değişim: Toplumsal Medya, International Journal of Social Science, Number: 48, Summer II

- Cereci, S. (2008). Ortak Kültürün Aracı: Medya. Broadcasterinfo. 52: 120-121.
- Çankaya, E. (2015), Siyasal İletişim Dünyada ve Türkiye’de, İmge Kitabevi, Ankara.
- Çelik, H. (2006), Muhbir, İSAM Ansiklopedisi, cilt: 31.
- Çeviker, Turgut (1986). Gelişim Sürecinde Türk Karikatürü I, Adam Yayınları, İstanbul.
- Davulcu, E. & Temel, M. (2015)II. Meşrutiyet Döneminde Yayınlanan Tek Sayılık Mizah Gazetelerinde Muhalefet: El Üfürük, El Üfürük’e Zeylen Körük, Ton ton Risalesi, Çingirdak, Mahkum, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 8 Sayı: 37 Nisan 2015.
- Demir, V. (2007), Türkiye’de Medya Siyaset İlişkisi, Beta Basım, İstanbul.
- Demirkent, N. (1995). Medya Medya, Dünya Yayınları, İstanbul.
- Demirkol, G. (2016), Türkiye’nin İlk Türkçe Mizah Dergisi: Terakki, Akademik Bakış Cilt 10 Sayı 19.
- Demirtaş, O. (2018), Osmanlıdan Günümüze İletişim. Yaşanan Gelişim Ve Dönüşümleriyle, Lap Lambert Academic Publishing, ISBN 978-620-0-11507-2, Omni Scriptum GmbH & Co. KG, Bahnh of strasse 28, 66111 Saarbrücken, Deutschland / Germany.
- Duran, R. (2000), Medyamorfoz, Avesta Basın Yayın, İstanbul.
- Erdoğan, İ. /Kartari, A. (1999), Basın, Kültür ve İdeoloji, Osmanlı Basın Yaşamı Sempozyumu 6-7 Aralık, Ankara, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

- Ertuğ, H. R. (1970), Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi, Birinci Cilt, İstanbul Üniversitesi Yayını No: 1492, İstanbul.
- Feridunoğlu, İ. C. (2016) Çok Partili Siyasi Hayatımızda Medya Siyaset İlişkileri Bağlamında İktidar Olgusu, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 9 Sayı: 44, Haziran 2016.
- Georgeon, F. (2000). Osmanlı İmparatorluğu'nda Gülmek mi?: Doğu'da Mizah, (Çev. Ali Berktaş), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Gezgin, S. (2005), Gazeteciliğin ve Türk Yazılı Basımının Kısa Tarihsel Perspektifi (III)", İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi, No: 20.
- Göllü, Y. E., (2017), Gorgon e-Dergisi, Sayı 1.
- Gündüz, U. (2018) Osmanlıdan Günümüze Basın ve Modernleşme, İmge Kitabevi, Ankara
- Gürkan, N. (1998), Türkiye'de Demokrasi'ye Geçişte Basın 1945-1950, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Güz, N./Bayhan, G. (2016), İlk Muhafız Gazete Olarak İbret, Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi, Cilt 1, Sayı 1.
- Güz, N. (1996). Açık Toplum, Demokrasi, Kitle İletişim Araçları, Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı.
- Hayta, N. (2002), Tasvir-i Efkâr Gazetesi 1862–1869, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- İnuğur, M. N. (1999), Basın ve Yayın Tarihi, Der Yayınları, İstanbul.
- İnuğur, M. N. (1982), Basın ve Yayın Tarihi, Çağlayan Kitabevi, İstanbul.
- İskit, S. (1939). Türkiye'de Matbuat Rejimleri, İstanbul, Matbuat Umum Müdürlüğü Neşriyatı.

- Kabacalı, A. (1990), Başlangıçtan Günümüze Türkiye’de Basın Sansürü, Gazeteciler Cemiyeti Yayını, İstanbul.
- Karaca, E. (1998), Türk Basınında Kalem Kavgaları, Gendaş A.Ş., İstanbul.
- Kaya, A. (2002)“Demokrat Parti Döneminde Basın-İktidar İlişkileri”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Cilt 13, No. 1: 93-118.
- Kejanlıoğlu, B. (2005), Radyo ve Radyoculuk, Der. Sevdâ Alankuş IPS Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Kılıçarslan, C. & Akşit, A.(2010), Hamdi Öziş ile Söyleşi, Osmanlı Mizah Basınında Batılılaşma ve Siyaset(1870-1877),Toplumsal Tarih Sayı.202.
- Koloğlu, O. (1994), Osmanlı’dan Günümüze Türkiye’de Basın, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Konyar, H. (2001), Magazin Medyasındaki Popüler Milliyetçi Söylemlerin İşlevleri, Birikim Dergisi, Nisan, sayı.144.
- Lewis, B. (1993), Modern Türkiye’nin Doğuşu, Çev. Metin Kıratlı, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara
- Naaman, D. (2007) Brides of Palestine/Angels of Death: Media, Gender, and Performance in the Case of the Palestinian Female Suicide Bombers. gns, 32, 4, War and Terror I: Raced, Gendered Logics and Effects in Conflict Zones Special Issue Editors Mary Hawkesworth and Karen Alexander
- Nalcioğlu, B. U. (2013), Osmanlı’da Muhalif Basının Doğuşu 1828-1878, Yeditepe Yayıncılık, İstanbul.

- Nicolas, M. (2000) Doğu'da Mizah, Çev: Ali Berktaş, "Karagöz'de İnsanlık Komedyası", YKB Yayınları, İstanbul.
- Oktaş, A. (1993) Toplumsal Değişme ve Basın, Bilim/Felsefe/Sanat Yayınları, İstanbul.
- Oral, F. S. (1968), Türk Basın Tarihi 1919- 1965 Cumhuriyet Dönemi, Doğu Matbaacılık, Ankara.
- Özgen, M. (2004) "1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu", 2nd International Symposium, Communication in the Millenium: A Dialogue Between Turkish and American Scholars, İstanbul, Türkiye, Mart, 17-19, vol.2, pp.465-477.
- Pektaş, Ş. (2003) Milli Şef Döneminde Cumhuriyet Gazetesi(1938-1950), İstanbul.
- Seremetakis, C. Nadia (2009). Divination, Media, and the Networked Body of Modernity. American Ethnologist, 36/2, 336-350. Akt: Cereci, Sedat (2016) Geleneksel İletişimden Sayısal Teknoloji Çağı Olanaklarıyla İletişime Kültürel Değişim: Toplumsal Medya, International Journal of Social Science, Number: 48 , p. 113, Summer II 2016.
- Sözeri, C. & Güney, Z. (2011), Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politikası: Sektör Analizi, TESEV Yayınları, İstanbul.
- Sözeri, C. (2014), Dönüşen Medya Değişmeyen Sorunlar, Medya ve İktidar içinde, Evrensel Basın Yayın, İstanbul.
- Taşkın, Ü. (2018), Türk Basın Tarihi, C.I, Türk Basın Tarihi Uluslararası Sempozyumu 19-21 ekim 2016 / Elazığ, Atatürk Araştırmalar Merkezi, Ankara.

- Tokgöz, O. (1972) Türkiye ve Ortadoğu Ülkelerinde Radyo-Televizyon Sistemleri, Sevinç Matbaası, Ankara. Akt. Taner, Horoz(2016), Bu Toprakların İletişim Tarihi içinde “Sesin Yolculuğu Radyo”.
- Topuz, H. (2003) 2. Mahmut’tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Yücel, İ. (2017) Demokrat Parti Dönemi Türk Basını Üzerine İngiliz ve Fransız Gözlemleri, Modern Türklük Araştırmaları Dergisi Cilt 14,Sayı 1, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Çağdaş Türk Lehçeleri ve Edebiyatları Bölümü, Ankara.

İnternet Kaynakları

- <http://www.frmtr.com/siyasal-bilgiler-hukuk/740249-birinci-mesrutiyet-ve-istibdat-donemi-basini.html>, (Erişim Tarihi: 10.01.2020)
- <http://atam.gov.tr/wp-content/uploads/05-nese-yesilcayir.pdf> (Erişim Tarihi:12.12.2019)
- <https://t24.com.tr/haber/medya-sahipligi-izleme-raporu-ana-akim-medya-ekonomik-cikarlar-yuzunden-kontrol-altinda,367614>, (Erişim Tarihi: 20.01.2020)

BÖLÜM 5

MEDYADA ÖZDENETİM: HÜRRİYET VE SABAH GAZETESİ OKUR TEMSİLCİLERİNİN KÖŞE YAZILARINA YÖNELİK İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

Öğr. Gör. Hakan BAKAR¹

Öğr. Gör. Recep ALTAY²

¹ Iğdır Üniversitesi, Tuzluca Meslek Yüksekokulu, Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Iğdır, Türkiye, hakan.bakar@igdir.edu.tr

² Iğdır Üniversitesi, Tuzluca Meslek Yüksekokulu, Görsel İşitsel Teknikler ve Medya Yapımcılığı Bölümü, Iğdır, Türkiye, recep.altay@igdir.edu.tr

GİRİŞ

Bilginin toplanmasında ve halka ulaştırılmasında önemli bir rol üstlenen medya organları, kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunurken aynı zamanda tarafsız bir yayıncılık anlayışı ile etik ilkeleri özümseyerek, kamunun haber alma hakkını eksiksiz bir şekilde yerine getirmek durumundadır. Ne var ki günden güne değişen medya yapısı gerçeklik olgusunu dönüşüme uğratmış; kamu yararı, evrensel ilkeler, bağımsız ve tarafsız gazetecilik gibi konular ya görmezden gelinmiş ya da medyayı elinde bulunduranlar tarafından kötüye kullanılmıştır. Bu noktada, yine medya profesyonelleri tarafından etik standartları yükseltmek amacıyla çeşitli özdenetim uygulamaları hayata geçirilmiş; medyanın kendi kendini denetleyebilmesinin önü açılmıştır. Söz konusu uygulamalardan biri olan Ombudsmanlık Kurumu (okur temsilciliği) ile gazete haberlerinde etik değerlerin yükseltilmesi amaçlanmış, kitlelere Ombudsman aracılığıyla medyayı denetleme şansı tanınmıştır.

Medyadaki özdenetim uygulamalarından biri olan Ombudsmanlık kurumunun rolü üzerine gerçekleştirilen bu çalışmada, okur temsilcilerinin özdenetim olgusunu ne şekilde algıladıkları ve medyadaki etik standartların yükseltilmesinde nasıl bir rol oynadıkları irdelenmiştir. Çalışmanın literatür kısmında; özdenetim kavramı ve medyadaki özdenetim uygulamaları tartışılırken, ilerleyen bölümlerde Türkiye ve dünyadaki özdenetim uygulamalarının neler olduğu, bir özdenetim aracı olarak Ombudsmanlığın ne şekilde işlerlik kazandığı değerlendirilmiştir.

Çalışmanın son bölümünde; Hürriyet Gazetesi Okur Temsilcisi Faruk Bildirici ile Sabah Gazetesi Okur Temsilcisi İbrahim Altay'ın köşelerinde yer verdikleri metinler, araştırmanın amacı ve yöntemine uygun olarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. 01 Ocak – 01 Temmuz 2018 tarihleri arasında incelenen metinlerde okur temsilcilerinin, köşelerinde hangi konulara yer verdikleri, okuyuculardan kendilerine gelen haber eleştiri konularının neler olduğu ve bu eleştirilere karşı nasıl bir tutum sergiledikleri oluşturulan kategorilerle analize tabi tutulmuş; elde edilen veriler, bulgular ve yorum kısmında tartışılmıştır.

1. Özdenetim kavramı ve medyadaki özdenetim uygulamaları

Özdenetim kavramı, “daha önemli bir ereğe erişebilmek amacıyla kişinin tepkisel davranışlarını ya da başka amaçlara yönelme eğilimini denetleyip kısıtlaması” (TDK, 2018) olarak tanımlanırken, medya özelinde ise okuyucu/izleyici/dinleyiciye karşı bir sorumluluğu ifade eder. Medyanın kamuya karşı olan sorumluluğu; halkı bilgilendirmek, halk adına iktidarları denetlemek gibi gelenekçi yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilirken, yine medyanın kamuya karşı sorumluluğunu güçlendirmek amacıyla çeşitli özdenetim uygulamalarının olduğunu görmek mümkündür.

Özdenetim kavramının halkın medyaya duyduğu güvenle yakından ilişkili olduğunu belirten Zlatev, medya özdenetimini esas olarak özgürlükle bağdaştırır. Demokrasinin bekçisi olan medyada; özdenetim elzem olarak görülürken, medyanın insanları etkileyebilme gücü aynı

zamanda ona belirli ahlaki yükümlülükler getirir. Özdenetimin amacı; meslek etiği, medyaya konu olan kişilerin veya kurumların haklarının korunması, ifade özgürlüğü ve fikirlerin korunması olarak değerlendirilirken; özdenetim uygulamalarının medya profesyonelleri ve medya tüketicileri arasında güven ilişkilerini sağlamlaştırdığı varsayılır (2011: 19).

Özellikle iletişimle ilgili mesleklerde etiksel ilke ve değerlerin belirlenmesi, hayata geçirilmesi konusunda belirli kurallar ve kendi kendini düzenleme uygulamaları hayata geçirilirken söz konusu uygulamalar arasında Ombudsmanlık (okur temsilciliği), Basın Konseyi yasaları, kanunla ilgili kuruluşlar bulunmaktadır (Uzun, 2009: 20). Kendi kendini düzenleme olgusu, belirli bir yoruma açık ve öznel bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Nihayetinde medyadaki özdenetim, medya profesyonellerinin gönüllü olarak oluşturdukları kuralları ve bu kuralların uygulanmasını ifade eder. Bu yaklaşımı benimseyenlerin farklı normların düzenleme biçimlerine karşı çıktığını belirten Uzun, kendi kendini düzenleme olgusunun medya profesyonellerinin inisiyatifine bırakılması gerektiğini ve etik standartlara uyup uymamaya yine medya profesyonellerinin karar verebileceğinin altını çizmektedir. Aynı şekilde pek çok ülkede gazeteciler cemiyeti veya çeşitli sendikaların gazetecilik yükümlülüklerinin listesini belirledikleri görülmektedir. Bunun yanı sıra basın ahlak kurallarının kamu yetkilileri tarafından belirlenebildiğini söylemek de mümkündür (Toksöz, 2003'ten akt. Uzun, 2009: 18).

Medya özdenetimini, medya çalışanlarının gönüllülük esasına dayalı editoryal bir süreç olarak gören Haraszti, bu süreci kamuya açık bir öğrenme ve etik ilkelere uymak amacıyla harcanan ortak bir çaba olarak tanımlar (2008: 9). Özdenetimin sansürcülük olmadığını da belirten Haraszti, özdenetim yoluyla editoryal bir özgürlüğüm sağlandığını, doğruluk, kişilik hakları gibi asgari hakların tesis edildiğini vurgular. Özdenetim, medyanın yasal şirketlere karşı yanıt vermesine ve hatalarını düzeltmesine yardımcı olur. Nitekim özdenetim, medya profesyonellerinin kamuyla olan diyalogunu geliştirmek amacıyla verilen bir taahhüttür (s.8-9).

Özdenetim uygulamalarının medyanın ve kişilerin arasında yasal olarak belirli sınırlar çizdiğini aktaran Gore, özdenetim kurumlarının tüm medya türlerini denetlemede uygun bir şekilde kullanılabileceğini belirtir. Aynı şekilde internet teknolojisiyle birlikte web alanlarında da belirli özdenetim mekanizmaları hayata geçirilebilir. Nitekim özdenetim, doğası gereği esnek olduğu için teknolojiye de ayak uydurabilir (2008: 41). Medyanın özdenetimini hem basın hem de kamu için yararlı olarak gören Haraszti, özdenetim uygulamalarıyla medyanın kamu önünde güvenilirliğini tesis etmesine yardımcı olduğunu ifade eder (2008: 11).

Medyadaki özdenetimin konusu bir ülkedeki siyasi, toplumsal ve kültürel yapıyla ilişkili olduğu kadar, aynı zamanda kamunun medyaya verdiği önemle de doğrudan ilişkilidir. Özdenetim uygulamalarından yarar sağlayacak kesimin kamu olduğunu belirten Uzun, kamunun medyanın gözlemci durumunda olmasını ve etik dışı uygulamalarla

tepki göstermesi durumunu medya açısından faydalı bulmaktadır. Nitekim bir denetim ve değerlendirme sürecinde etik ilkelere daha çok dikkat edilecek, haber üretim sürecinde editoryal alanın kendini düzenlemesi gerçekleşecek ve etik dışı uygulamaların önüne geçilecektir. Özellikle medya okuryazarlığı ve özdenetim arasındaki ilişkiye bakıldığında, kamunun medya metinlerine daha eleştirel bakabilmesinin önü açılırken, bu durum aynı zamanda medya kuruluşları açısından kendini düzenlemenin önünü açacak ve medya profesyonellerinin üzerinde baskı oluşturacaktır (2009: 51-52).

2. Türkiye'deki özdenetim uygulamaları

Küreselleşmeyle birlikte iletişimin de küresel bir boyut kazandığı günümüzde kitle iletişim araçlarının hayatımızdaki etkisi her geçen gün artarken, yaşanan teknolojik gelişmeler habercilik alanında da belirli dönüşümlerin gerçekleşmesine neden olmuştur. Bu kapsamda, medya profesyonelleri tarafından medyadaki etik ihlallerin önüne geçmek amacıyla çeşitli özdenetim mekanizmaları hayata geçirilirken, bu özdenetim uygulamalarıyla aynı zamanda medyanın kamu karşı olan sorumluluğu pekiştirilmeye çalışılmıştır. Dünyadaki uygulamaların yanı sıra ülkemizde de belirli dönemlerde çeşitli özdenetim mekanizmalarının uygulandığını söylemek mümkündür. Türkiye Gazeteciler Cemiyetinin kurulması, Basın Konseyi Yasaları, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Medya Etik Konseyi, Medya Derneği, Ombudsmanlık uygulamaları gibi belli başlı kurum ve kuruluşlar özdenetim mekanizmaları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Özellikle Türkiye’de 1990’lara gelindiğinde medyada yaşanan tekelleşmelerle birlikte özel kanalların sayısı hızla artarken aynı zamanda bir Televole kültürü oluşmaya başlamıştır. Büyük sermaye sahiplerinin eline geçen Türk basınında etik ihlaller ortaya çıkmış, tiraj ve reyting kaygısı deyim yerindeyse medyadaki etik değerlerin yozlaşmasına ve kullanılamaz hale gelmesine neden olmuştur. Bu noktada, aynı yıllarda mesleki özdenetim uygulamalarının hızlı bir şekilde dolaşıma sokulduğunu ifade eden (Işıl, 2007: 11) Basın Ahlak Yasası, Basın Şeref Divanı denemesi, Uluslararası Basın Enstitüsü (IPI) Basın Ahlak İlkeleri, Basın Konseyi ve Basın Ahlak İlkeleri ile Türk mediasında çeşitli özdenetim uygulamalarının hayata geçirildiğini belirtir.

1960’lı yıllara kadar Türkiye’de basın üzerinde herhangi bir özdenetim faaliyeti gerçekleşmezken, bu yıllarda Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve Türkiye Gazeteciler Sendikasının ortak girişimleriyle 12 maddelik Basın Ahlak Yasası yürürlüğe girmiştir. Yine 1960 ihtilalinden sonra basına tanınan özgürlüklerin bir sonucu olarak çeşitli etik ihlaller meydana gelirken, basının kendini kontrol altına alması gerektiği vurgulanmış ve 132 basın kuruluşu tarafından Basın Şeref Divanı hayata geçirilmiştir. İlerleyen yıllarda bu divanın işlerliğini kaybetmesiyle birlikte tekrardan bir boşluk meydana gelmiştir. 1972 tarihinde Uluslararası Basın Enstitüsünün (IPI) 9 maddelik “Gazetecilerin Basın Ahlak Kuralları” İstanbul Gazeteciler Cemiyeti tarafından yürürlüğe konmuştur. 1980’lere gelindiğinde ise 12 Eylül döneminin yarattığı baskıları ortadan kaldırmak ve basındaki

magazinleşmenin önüne geçmek amacıyla çeşitli adımlar atılmıştır. Bu kapsamda 1986 yılında Oktay Ekşi, Hasan Cemal, Rauf Tamer gibi isimlerin önderliğinde Basın Konseyi kurulmuştur. Basının özgürlüğünü korumak ve aynı zamanda basını denetlemek amacıyla kurulan bu konsey, dışarıdan müdahale edilmeksizin basının kendi kendisini denetlemesini savunmuştur. Konsey tarafından oluşturulan 16 maddelik Basın Ahlak İlkeleri ile bir denetim mekanizması oluşturulmuştur (Işıl, 2007: 12-20).

2000’li yıllara gelindiğinde özellikle yazılı basının etkin olduğu dönemlerde Basın Konseyi özdenetim konusunda yetersiz kalırken, siyasi iktidara destek veren medya temsilcileri tarafından Medya Etik Konseyi kurulmuştur. Ahmet Taşgetiren, Behçet Fakihoğlu, Sedat Yılmaz gibi isimlerin yanı sıra; Kanal 24, Samanyolu Tv, Zaman ve Star gibi gazeteler, dernek statüsünde kurulan Medya Etik Konseyini gönüllü bir özdenetim kuruluşu olarak kabul etmişlerdir. Konsey tarafından 22 maddelik “Gazetecilik Meslek İlkeleri” kuralları belirlenirken aynı zamanda radyo televizyon yayıncılığı alanında var olan etik ihlalleri ortadan kaldırmak amacıyla da 12 maddelik “Tv Yayın İlkeleri” deklare edilmiştir (Ayten, 2013: 6-7).

Ülkemizde meslek ilkeleriyle ilgili çalışmalar yapan medya kuruluşlarının sayısı azdır. Doğan Yayın Holding, Anadolu Ajansı, Ntv gibi belli başlı kurumlar çoğunlukla televizyon alanında çalışmalar yapmaktadır. Aynı şekilde meslek ilkelerinin belirlenmesi konusunda kurumsal düzeyde henüz bir kültür oluşmamıştır (Aydeniz, 2011: 157). Ülkemizde faaliyet gösteren özdenetim kuruluşları arasında başarılı

uygulamalarıyla sadece Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) göze çarpmaktadır. Basın yayın organlarının yaptıkları yayınlarda RTÜK'ün dikkate alınması diğer özdenetim kurumlarının etkinliğinin az olduğunu gösterirken; bu kurumların medya kuruluşları üzerinde etkisinin olmamasının en büyük nedeni ise medya kuruluşlarınca yeterince benimsenmemesindedir (Gül, 2013: 160).

3. Dünyadaki özdenetim uygulamaları

Dünyadaki özdenetim uygulamalarına bakıldığında ilk basın konseyinin 1916 yılında İsveç'te kurulduğu görülmektedir. Basın konseyleri içinde en bilindik olanı İngiliz Basın Konseyi olarak karşımıza çıkarken, bu kuruluşlar ülkeden ülkeye değişkenlik göstermektedir (Yücel, 2012: 35). Almanya ve Hindistan'daki basın konseyleri sadece yazılı basınla ilgili çalışmalar yapmaktadırlar. Buna karşılık Türk ve İsveç basın konseyleri hem yazılı basın hem de radyo ve televizyonlarla ilgili şikâyetleri değerlendirmektedir. Danimarka ve İsveç'teki basın konseyleri sadece somut şikâyetler söz konusu olduğunda hareket geçerken, Almanya ve Hindistan'daki basın konseyleri gelen şikâyetlerin yanı sıra bağımsız bir şekilde de harekete geçebilmektedir (s. 36).

Medyadaki özdenetimin birçok ülkede uygulandığını ifade eden Yücel, ABD'de ilk basın konseyi fikrinin 1960'larda ortaya çıktığından bahseder (2012: 37). Haberlerin doğruluğu ve tarafsızlığı konusunda her türlü şikâyeti kabul edip inceleyen basın konseyinin kurulması yönünde ABD'de çeşitli adımlar atılırken, tam anlamıyla bir özdenetim

uygulanmadığını da söylemek mümkündür. ABD’de özellikle yazılı basın üzerinde yeterli bir özdenetim sağlanamazken, radyo ve televizyon alanında Ulusal Yayıncılar Birliği etkinliğini sürdürmüştür. Yücel’e göre, Ulusal Yayıncılar Birliği 3000’den fazla radyo, 500’den fazla televizyon kuruluşuyla bünyesinde birçok üye barındırırken, birliğin radyo ve yayıncılık konusunda kapsamlı etik kodları bulunmaktadır. Çocuklar, dil, din, cinsiyet, madde bağımlılığı, cinsellik gibi konularda çeşitli özdenetim uygulamaları hayata geçirilmiştir (s.38).

Aynı şekilde Almanya’da özdenetim amacıyla kurulan Alman Basın Konseyi; basında tekelleşme, meslek saygınlığının korunması, basını temsil etmek gibi ilkelerle hareket ederek etik ilkelere uymayı taahhüt etmiştir. Diğer taraftan Basın Konseyinin doğduğu ülke olan İsveç’e gelindiğinde, Ombudsman kurumu ile birlikte Basın Konseyinin gönüllülük esasına dayanarak çalıştığı görülmektedir. 1969 yılında Basın Ombudsmanlığı kurumunu faaliyete koyan İsveç’te, basın uygulamalarından rahatsız olan kişi ve kurumlar Ombudsmana başvurarak şikâyetlerini aktarma şansı yakalamışlardır. Ombudsmanın verdiği kararlardan tatmin olmayanlar, Basın Konseyine başvuru yapma hakkına sahip olurken bu şekilde bir özdenetim mekanizması uygulanmıştır.

Hindistan’a gelindiğinde ise özdenetim amacıyla kurulan ve özerk bir yapıda olan Hindistan Basın Konseyi karşımıza çıkmaktadır. Konseyin kararları kesin bir nitelik taşır ve alınan kararlar yargı tarafından bile sorgulanamaz durumdadır. Basın özgürlüğünü savunmak, standartları

geliştirmek, gazetelerin bağımsızlıklarını korumalarına yardımcı olmak, etik kurallar belirlemek amacıyla kurulan Hindistan Basın Konseyi; radyo ve televizyon yayınları ile Şikâyetleri değerlendirme yetkisine sahip değilken, yalnızca yazılı basın Şikâyetlerini değerlendirmektedir. Tüm bunlarla birlikte dünya genelinde çeşitli ortak denetim uygulamalarının olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle kamu düzenleyicileri ve medya temsilcilerinin bir araya gelerek ortak bir özdenetim kültürü oluşturduğu söylenebilir (Yücel, 2012: 37-38).

4. Bir özdenetim aracı olarak ombudsmanlık

Medyada rastlanan özdenetim uygulamalarından biri de Ombudsmanlıktır. Ombudsman, gazetelere gelen eleştirileri kaleme alan, gerekli araştırmalar ve düzenlemeler yapan kişi olarak tanımlanır (Avşar, 2012). Ombudsmanlığın bir denetim mekanizması olarak ilk kez İsveç'te ortaya çıkmasına rağmen, basın sektöründe ilk olarak Japonya'da görüldüğünü belirten Girgin, 1922'de Asabi Shimbun gazetesinin okuyucu Şikâyetlerini dinlemek ve incelemek üzere bir komite kurduğunu belirtir (Girgin, 2000'den akt. Aşkan, 2018: 246).

“Kamu denetçisi olarak da adlandırabileceğimiz Ombudsman, İsveç kökenli bir kelime olarak “ombud” (temsilci) ve “man” (kişi) sözcüklerinden oluşur. Ombudsman, idarenin eylem ve işlemleriyle ilgili olarak bireylerden gelen Şikâyetleri inceleyen ve gerekli gördüğü takdirde bu eylem ve işlemlerin haksız sonuçlarını gidermeye çalışan bir kurumdur. Ombudsman uygulamasının temelinde, mağdur duruma

düşmüş olan tarafın şikâyetini araştırma ve inceleme vardır” (Çakır, 2017: 65).

Gazetelerdeki etik standartları sağlamak ve özdenetim işlevini yerine getirmek amacıyla Ombudsman uygulamasına başvurulduğunu ifade eden Atabek, Ombudsmanların gazetelerde kendilerine ayrılan köşelerde okuyucu ile iletişim kurduğunu, yayımlanan haberlere ve gazetenin yayın politikasına yönelik okuyucu eleştirilerini ele aldığını belirtir (2006: 3). Bu anlamda dünyadaki ilk okur temsilcisini atayan gazete 1967 yılında Amerika’daki Courier Journal gazetesidir. Bugün dünyada 35’i Amerika’da olmak üzere 100’e yakın önde gelen gazetenin düzenli olarak yazan Okur Temsilcisi bulunmaktadır (Atabek, 2006: 3).

İsveç’teki özdenetim uygulamalarından esinlenerek oluşturulan Ombudsmanlık uygulaması, basın organının okuyucu nezdinde özeleştiri yapmasına olanak tanırken, aynı zamanda kurum içinde de bir özeleştiri yapılmasına katkıda bulunur. Türkçeye “Okur Temsilcisi” olarak geçen bu kavram, 3 başlık altında değerlendirilebilecek amaç ve işlevlere sahiptir.

- 1. Ombudsman, kendisini doğrudan atayan gazete veya haber kuruluşu sahipleri açısından “ürün kalite kontrolü” işlevi görmektedir. Patron, “ürünü” alan “müşterinin” hangi konulardan şikâyetçi olduğu konusunda fikir edinmektedir.*

2. *Gazetenin editoryal yönetimi ve muhabirleri, okur temsilciliği sayesinde meslek etiği sınırları bulmaktadır.*
3. *Bunların içinde en önemlisi, okurları içerisinde hareket etmeye, hata ve eksiklikleri açıklıkla kabul etmeye yönlendirilmekte; ayrıca mesleğin işleyiş mantığını okurlara anlatma olanağı da kendilerinin ciddiye alındığını, gazete içeriğinde söz sahibi, dolayısıyla gazetenin doğal bir ferdi olduklarını düşünmektedirler. Herkesten hesap sorma hakkını kendinde bulan bir basın kuruluşunun hatalarını açıkça kabul etmesi, eksikliklerini kompleks duymadan tartışması, okurları gazeteye daha sıkı bağlamaktadır.” (Özgen, 2006’dan akt. Ayten, 2013: 5).*

Dünya genelinde basın alanındaki Ombudsmanlık uygulamasının iki model altında işlerlik kazandığını ifade eden Çakır, bunların “kurum dışından özdenetim” ve “kurum içinden özdenetim” olduğunu belirtir. Kurum dışı özdenetim İsveç’te uygulanırken, kurum içinden öz denetim ise ABD’de uygulanmaktadır. İsveç’teki özdenetim uygulamasında Ombudsman, okuyucuların basınla ilgili şikâyetlerini değerlendirir ve hükümetle bir bağlantısı yoktur. Bir parlamento üyesi, İsveç Barolar Birliği Başkanı ve İsveç Basın Konseyi temsilcisinden oluşan üç kişilik bir komisyon tarafından seçilir. Maaş ise Yayıncılar Derneğindeki gazeteciler tarafından ödenir. Ombudsmanın gazeteler ile ilişkisi yoktur. Kurum içi özdenetim uygulamaları ise Amerika’da uygulanan bir modeldir. Türkiye’de de

uygulanan bu modelde, her basın organı kendi Ombudsmanını belirleyebilme şansına sahiptir. Bu modelde de okuyucu şikâyetlerini değerlendirmek söz konusudur ve Ombudsmanın maaşı çalıştığı medya kuruluşu tarafından ödenir (Çakır, 2017: 65-66).

“Türk basınındaki okur temsilcisi uygulaması ise ilk olarak 1980’li yıllarda hayata geçirilmiştir. Bu tarihlerde Hürriyet Haber Ajansı’nda Seyfettin Turhan, Hürriyet Gazetesi’nde ise Emre Kongar bu görevi üstlenmiştir. Seyfettin Turhan, Hürriyet Haber Ajansı için çıkardığı Aylık Bülten’de haber yazımındaki yanlışlıklara işaret etmiş ve temel gazetecilik kurallarını hatırlatmıştır” (Özgen, 2003’ten akt. Çakır, 2017: 66). İlerleyen yıllarda özdenetim yoluyla gazetelerin etik standartlara uyulmasının sağlanması konusu gündeme gelirken; 22 Mart 1999’da Türkiye’nin ilk okur temsilcisi Yavuz Baydar Milliyet Gazetesi’nde göreve başlamıştır. Yine 19 Mart 2002’de Doğan Satmış, Hürriyet Gazetesi’nin okur temsilciliğine getirilmiştir (Çakır, 2017: 66).

Ne var ki bir özdenetim mekanizması olarak hayata geçirilen Ombudsmanlık kurumunda pratik olarak bazı sıkıntıların yaşandığını söylemek mümkündür. Ombudsmanlık uygulamasında, basın organı çalışanları ile Ombudsman arasında uyum sorunu yaşanabileceğini ifade eden Ayten, gazetecilerin kendilerini takip eden birinin varlığını kabul edemeyeceklerini belirtir. (2013: 5). Belirlenen etik kodların meslek profesyonelleri için konulduğunu ifade eden Erdoğan da, medya etiği ve özdenetim amacıyla çeşitli örgütlerin kurulduğunu belirtir. Ne var ki Ombudsmanlık gibi kurumlar da medyaya

sorumluluk yüklemekten çok medya pratiklerini meşrulaştırma görevi görmektedir (2006: 23-24).

5. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırmada, 01 Ocak - 01 Temmuz 2018 tarihleri arasında Hürriyet ve Sabah Gazetelerindeki okur temsilcilerinin okuyuculardan gelen haber eleştirilerine karşı nasıl bir tutum sergiledikleri ve köşelerinde hangi konuları ele aldıkları incelenmiştir.

Araştırmada yöntem olarak içerik çözümlemesi kullanılmıştır. Öncelikle gazeteler belirlenmiş ve ele alınan dönemde, okur temsilcilerinin kendi köşelerinde yer alan metinlerinin tümü incelenerek kategorilere ayrılmıştır. İncelenen 2 gazete ile ilgili veriler tablolaştırılarak sunulmuş; inceleme sonucunda elde edilen bulgular, içerik analizine tabi tutulmuştur.

5.1. Sınırlılık ve Evren

Bu araştırmanın evrenini ülke genelinde günlük yayın yapan ulusal gazetelerin Okur Temsilcisi Köşesi oluşturmaktadır. Farklı okuyucu kitlelerine seslenen Hürriyet ve Sabah gazetelerinin okur temsilcisi köşesinde yer alan metinler 01 Ocak-01 Temmuz 2018 tarihleri arasında 6 aylık bir zaman dilimini kapsayacak şekilde incelenmiştir.

5.2. Bulgular ve Yorum

Bu araştırmada Hürriyet ve Sabah Gazetelerinin Okur Temsilcisi Köşesi'nde yer alan metinler, 01 Ocak - 01 Temmuz 2018 tarihleri

arasında 6 aylık bir zaman dilimini kapsayacak şekilde incelenmiştir. Okur Temsilcilerinin köşelerinde yer verdikleri konulara bakıldığında genel olarak gündeme ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Bunu daha sonra sırasıyla haber içerikleri, etik ihlaller, fotoğraf kullanımı, yazım yanlışları ve kültür sanat konularına ilişkin başlıklar takip etmiştir.

Okur temsilcilerinin köşelerinde yer verdikleri konuların çoğu, okurlar tarafından gelen eleştirilerin değerlendirilmesi şeklinde olmuştur. Bu değerlendirmeler esnasında okurlar çoğunlukla haklı bulunurken, bazı konularda gazeteyle veya muhabire sahip çıkmıştır. Yayınlanan haberlerle ilgili gazetecilik etik ilkelerine vurgu yapan okur temsilcileri, haberlerin ne şekilde verilmesi gerektiğini sık sık tekrarlamış, etik ihlalde bulunan gazetecileri bazen isim vererek bazen de dolaylı yoldan eleştirmişlerdir.

Hürriyet Gazetesi Okur Temsilcisi olan Faruk Bildirici'nin köşesine bakıldığında, Hürriyet'in benimsediği ortak değerler vurgulanmış; gazetecilik etik ilkelerinin neler olduğu hatırlatılmış ve gazetecilerin haberlerini yazarken hangi etik ilkelere dikkat etmeleri gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca çocukların ve kadınların medyada nasıl temsil edildiğini de irdeleyen Bildirici, ideal temsil biçiminin nasıl olması gerektiğini, medyadaki cinsiyetçi dilin yarattığı tahribatları ve haberlerin birincil veya ikincil kaynaklardan doğrulanması zorunluluğundan bahsetmiştir. Haber yazımına ilişkin hatalara da yer veren Bildirici, yapılan bu hataların okuyucu nezdinde hoş karşılanmadığını belirtmiş, bu hataya düşen muhabirlerin isimlerini de vererek gazetecilik etik ilkelerine dikkat etmelerini istemiştir.

Sabah Gazetesi Okur Temsilcisi İbrahim Altay'ın yazılarına bakıldığında ise Altay'ın gazete yanlısı bir tutum sergilediğini söylemek mümkündür. Belirli haberlerde gazeteden veya muhabirden övgüyle bahseden Altay, aynı şekilde okurlardan gelen eleştirilere de köşesinde yer vermiştir. Gazete ve internet sitesinde yayınlanan haberlerin özgün olup olmadıklarını da irdeleyen okur temsilcisi, yazılan haberleri nicelik olarak hesaplamış, kaç tanesinin imzalı olup olmadığını kamuoyu ile paylaşmıştır. Ayrıca, kültür sanat etkinliklerine ilişkin yazılar da yazan okur temsilcisi, okuduğu kitapların değerlendirmesini yine kendine ayrılan köşeden yapmıştır.

Hürriyet ve Sabah gazetelerinin 01 Ocak - 01 Temmuz 2018 tarihleri arasında okur temsilciliği köşesinde işledikleri konulara ilişkin yapılan değerlendirme kapsamında, ilgili zaman aralığı içerisindeki konuların fazlalığından dolayı haberlerin bazıları değerlendirme dışında tutulmuş; daha çok gazetecilik etik ilkelerine vurgu yapan haberler yorumlanmıştır. Bu kapsamda Hürriyet Gazetesi'nin Tablo 1, Sabah Gazetesi'nin Tablo 2'de yer alan haber içerikleri, medya ve özdenetim bağlamında etik standartlar göz önünde bulundurularak bir değerlendirmeye tâbi tutulmuştur.

Tablo 1: Hürriyet Gazetesi'nin 01 Ocak – 23 Haziran 2018 tarihleri arasında okur temsilciliği köşesinde işlediği konular

Tarih	Başlık	İçerik
01.01.2018	Gazetecinin Dileği	Özgür ve bağımsız gazeteciliğin önündeki engellerin kaldırılması
08.01.2018	Haberciyi Linç Etmek Yerine	Cezaevinde dövülerek öldürülen bir mahkûma ilişkin yapılan haberler üzerinden gazetecilerin birbirlerini suçlaması
15.01.2018	“Buzul Çağı” Tekrarları	İklim değişiklikleri konusunda gazetelerin yanıltıcı bilgi vermemesi gerektiği
22.01.2018	Her şey İnşaat mı?	“Kanal İstanbul” projesinin çevresel etkileri yerine emlak piyasasını canlandıracağı şeklindeki haberlere getirilen eleştiri
29.01.2018	Tık Avcılığı ve Galeriler	İnternet sitelerinin daha fazla tık alabilmek amacıyla insanları aldatması
05.02.2018	Rakılı Fotoğraf	Galatasaraylı futbolcu Selçuk İnan'ın rakı içerken çekilen bir fotoğrafının haber sitelerinde tık almak amacıyla kullanılması
12.02.2018	'Perde Arkası'nın Ölümü	Medyada özel haber sayılarının gittikçe azalması ve tek tip bir medya kültürünün ortaya çıkması
19.02.2018	Gözleri Morarmış Kadın	Kocasından darp edilen bir kadına ait fotoğrafların buzlanmadan verilmesi ve etik meselesi

26.02.2018	Çocuk İstismarı Haberleri	İstismara maruz kalan çocukların ne şekilde verildiği ve ne şekilde verilmesi gerektiği
05.03.2018	Haber Yerine Tweet	Fenerbahçe ve Beşiktaş arasında oynanan maçtan sonra bazı taraftarların darp edilmesine ilişkin konuyu haber yazmak yerine Twitter'da paylaşan gazetecinin eleştirilmesi
12.03.2018	Seni Oldukça Seviyorum	Gazetelerdeki yazım hataları
19.03.2018	Dil Değişir, Köhne Zihniyet Silinir	Medyadaki cinsiyetçi dilin kaldırılmasına yönelik yapılan çalışmaların ele alınması
26.03.2018	İnanma, Şüphe Et ve Sorgula	Ankara'da nükleer madde taşıdığı iddia edilen şüphelilerin yakalanması sonrası haber kaynağından alınan bilgilerin yanlış olması
02.04.2018	Hürriyet'in Ortak Değerleri	Doğan Medya Grubunun Demirören Grubu tarafından satın alınması ve Hürriyet'in Türkiye'de temsil ettiği değerler
09.04.2018	Karşıt Görüş	Akkuyu Nükleer Santralinin temelinin atıldığına dair yapılan haberde karşıt görüşlere yer verilmemesi
16.04.2018	Gazeteci Sektör İlişkisi	Hürriyet Ekonomi Müdür Yardımcısı Emre Özpeynirci'nin üyesi olduğu Otomotiv Gazetecileri Derneği'ne gazete üzerinden yaptığı eleştirilere yönelik itiraz
23.04.2018	Aklanma da Haberdır	Akdeniz Üniversitesi Sağlık Kültür Daire Başkanı Aydın

		Özdemir ile ilgili Hürriyet Akdeniz gazetesinde yayınlanan yolsuzluk iddiaları ve Aydın Özdemir'e konu hakkında haberin doğrulanmaması
30.04.2018	Doğru Havadis Dürüst Gazete	Hürriyet Gazetesinin 70. Kuruluş yıldönümünün işlenmesi
07.05.2018	Doğruluğunu Kanıtlamıyorsak	Şahan Gökbakar ve Cem Yılmaz'ın Arzu Film'e başvuru yaparak "Tosun Paşa" filmini yeniden çekmek istediklerini iddia eden haberin doğrulanmadan servis edilmesi
15.05.2018	99.952 Adres Engellenmiş	Hürriyet.com.tr'de yer alan bazı haberlere gelen erişim engeli ve bunun ifade özgürlüğüyle bağdaşmadığı
21.05.2018	Had Bildirme İşi	Gazeteci Ahmet Hakan'ın Oyuncu Barış Atay'a karşı Twitter'da "Lütfen bu adama haddini bildiriniz" yazması sonrasında Atay'ın gözaltına alınması
28.05.2018	"Çıplak Arama" Mevzuatı	Sanatçı Pınar Aydınlar'ın cezaevine konulması sırasında zor kullanılarak çıplak arandığına dair haberin değerlendirilmesi
04.06.2018	Sinema Söyleşileri	Star Wars serisi başrol oyuncularından Alden Ehrenreich ile yapılan söyleşinin hem Hürriyet gazetesinde hem de Hürriyet Kelebek ekinde yer alması

11.06.2018	Ezhel ve Sanatçının Tutuklanması	Rap sanatçısı Ezhel'in şarkılarında uyuşturucuyu özendirme sebebiyle tutuklanması ve bu durumun Hürriyet gazetesinde çarpıtılarak sunulması
18.06.2018	Yalan, Yanlış, Gaf	Cumhurbaşkanı Muharrem İnce'nin söylemlerinin çarpıtılması ve belli kelime öbekleriyle hedef gösterilmesi
23.06.2018	Kaçırdığı Kızı Öldüren Mağdurmuş	Kaçırdığı genç bir kız öldüren katilin, hakkında yazılan haberlerden mağdur olduğu ve Sulh Ceza Hâkimliği aracılığıyla haberlere erişim engeli getirdiği

15.01.2018 tarihli “Buzul Çağı” Tekrarları başlığıyla eleştirilen konuda, iklim değişikliği ile ilgili haberlerde gazetecilerin yanlış bilgi vermemeleri gerektiği vurgulanmış; iklim değişikliğine karşı önlem alınmasını engellemek isteyen şirketlerin kamuoyunu etkilemek amacıyla bu tür yollara başvurdukları ifade edilmiştir. Bu noktada haberi yazan gazetecilerin “uyanık” olmaları gerektiğini vurgulayan okur temsilcisi, özellikle bilimsel konularda haber yazan gazetecilerin uzman görüşlerinden faydalanmalarını sağlıklı bulduğunu ifade etmiştir.

29.01.2018 tarihli Tık Avcılığı ve Galeriler başlıklı eleştiri yazısında okuyucu görüşlerine yer veren okur temsilcisi, kullanıcıların internet haberlerinde aldatıcı başlıklar ve uzayıp giden galerilerle yanıltıldıklarını belirtmiştir. Konuya örnek teşkil edecek bazı haberleri

paylaşan Bildirici, haber içeriği ile örtüşmeyen başlıkların atılmamasını, aynı şekilde doğru düzgün bilgi içermeyen galerilerin kullanılmaması tavsiye etmiştir. Bu durumun gazete ve okur arasında bir güven problemi yaratacağını vurgulayan okur temsilcisi, içinde bulunulan çağda “habere ayrılan sürenin kısaldığını”, dolayısıyla aldatıcı başlıklar ve uzun galerilerin kullanılmasını rasyonel olmayan bir yöntem olarak tanımlamıştır.

19.02.2018 tarihli Gözleri Morarmış Kadın başlıklı yazıda, gazetenin internet sitesinde yer alan bir habere getirilen eleştiriler konu edilmiştir. Erkek şiddetine maruz kalan kadının fotoğrafının kullanıldığı haberde, şiddetin kanıksandığının altı çizilirken bu durumun aynı zamanda şiddeti meşrulaştırdığı okuyucular tarafından ifade edilmiştir. Özellikle kadın okuyucular, okur temsilcisine konuyla alakalı çok sayıda mail atmış ve bu haberin “Ayşe Paşalı Cinayetini” hatırlattığını öne sürmüştür. Haberi içerik editöründen doğrulattığını ifade eden Bildirici ise fotoğrafın kullanımını farkındalık yaratmak amacıyla faydalı bulurken, okuyucuların sözlerine de kulak verilmesi gerektiğini vurgulamıştır.

26.02.2018 tarihli Çocuk İstismarı Haberleri başlıklı eleştiri yazısında, çocukların medya metinlerinde yanlış temsil edildiğinin altı çizilmiştir. Yazısında istismara maruz kalan çocukların isimlerinin, yüzlerinin, yaşlarının ve yaşadıkları şehirlerin gizlenmesi gerektiğini ifade eden okur temsilcisi, bunların yapılmaması durumunda çocukların mağdur olabileceğini belirtmiştir. Gazetecilik etik ilkelerinin yanı sıra Doğan Yayın İlkelerinin de yürürlükte olduğunu hatırlatan okur temsilcisi,

Adana’da meydana gelen bir cinsel istismar olayında muhabirin haberi ele alış biçimini eleştirmiş, bu tür haberlerin yukarıda bahsi geçen ilkeler doğrultusunda hazırlanması gerektiğini kaydetmiştir.

16.04.2018 tarihli Gazeteci Sektör İlişkisi başlıklı eleştiri yazısında Bildirici, Hürriyet Ekonomi Müdür Yardımcısı ve Otomotiv Gazetecileri Derneği Başkan Yardımcısı Emre Özpeynirci’nin gazetede köşesinde derneğe ilişkin bir eleştiri yazısı kaleme aldığını belirtmiş, bu durumu gazeteci sektör ilişkisi bakımından sakıncalı görmüştür. Bir gazetecinin, yönetiminde bulunduğu derneği gazete üzerinden eleştirmesini hatalı olarak değerlendiren Bildirici, bunun doğrudan veya dolaylı olarak sektöre katkı sağladığını ve dolayısıyla gazeteciliğin birilerinin sesi olmak gibi bir zorunluluk ögesi taşımadığını belirtmiştir.

07.05.2018 tarihli Doğruluğunu Kanıtlayamıyorsak başlığıyla verilen eleştiri yazısında, gazetecilerin haberlerini doğrulatmadan servis etmeleri eleştirilmiştir. Cem Yılmaz ve Şahan Gökbakar’a ilişkin verilen bir haberde, oyuncuların “Tosun Paşa” filmini tekrar çekmek amacıyla Arzu Film’e başvuru yaptıkları belirtilmiş; fakat oyuncular, böyle bir talepte bulunmadıklarını kaydetmiştir. Bu noktada haberi yazan muhabirlerin evrensel gazetecilik kurallarına uymaları ve kaynağı belirsiz haberlerin yazımında dikkatli olmaları gerektiği vurgulanmıştır.

11.06.2018 tarihli Ezhel ve Sanatçının Tutuklanması konusuna ilişkin bir eleştiri yazısı kaleme alan okur temsilcisi, Rap sanatçısı Ezhel’in

şarkılarında uyuşturucuyu özendirdiği gerekçesiyle tutuklanmasını konu alan bir haberin “Pişmanım” başlığıyla sunulmasını değerlendirmiştir. Haberde, sanatçının pişman olduğuna vurgu yapılırken; daha sonra sanatçı tarafından sosyal medya hesabında şarkılarından dolayı pişman olmadığını altı çizilmiştir. Bu noktada haberin bir manipülasyon aracına dönüştüğünü belirten okur temsilcisi, konunun detaylı bir şekilde araştırılmadığını ve sanatçının suçlu şeklinde temsil edildiğini ifade ederek, etik ilkelere uyulmadığını, dolayısıyla bu tür haberlerde daha dikkatli olunması gerektiğini belirtmiştir.

Tablo 2: Sabah Gazetesi'nin 01 Ocak-05 Şubat 2018 tarihleri arasında okur temsilciliği köşesinde işlediği konular

Tarih	Başlık	İçerik
01.01.2018	Dilerim 2018'de Bu İlkelere Dikkat Edilir	Sabah Okur Temsilcisi İbrahim Altay'ın 2018 yılında habercilik etik ilkelerine uyulmasına yönelik beklentileri
08.01.2018	Basit Hata Deyip Geçmeyin	Gazetecilerin haberleri yazarken farkında olmadan imla veya üslup hatası yapmaları konusu
15.01.2018	Haberler Özgün Olmalı	Farklı gazetelerde kullanılan “Onlar aslında üçüz” başlıklı haberin Sabah gazetesinde de kullanılması ve özgünlük içermemesi
22.01.2018	Mahkemede Kararları Kim Veriyor?	Sakarya'nın Kaynarca ilçesinde tecavüz edilerek öldürülen Suriye uyruklu hamile kadın ile ilgili savcının mütalaa sunması ve bu durumun mahkeme kararıymış gibi yansıtılması
29.01.2018	Haberlerin Ne Kadar İmzalı?	Sabah gazetesinde yayımlanan haberlerin nicelik olarak değerlendirilmesi ve imzalı olup olmaması

05.02.2018	Harekâtı Yerinde İzleyen Tek Gazeteci	Zeytin Dalı Harekâtında olayı yerinde takip eden tek gazetenin Sabah olması, gazetenin tenkit yerine tebrik edilmesi
12.02.2018	Ombudsman İnsanları İşten Atabilir mi?	Okurlardan gelen şikâyetler ve muhabirlerin işten attırılması taleplerine karşılık Ombudsmanın böyle bir görevinin olmadığı ifade edilmesi
26.02.2018	Cinsel Taciz, Tecavüz ve İstismar Haberleri Nasıl Yapılmalı?	Çocukların medyada nasıl temsil edilmesi gerektiği, bu konuda yazılan haberlerin BM Çocuk Hakları Sözleşmesi'ne uygun olarak yazılması gerekliliği
09.03.2018	Hayvan Değil İnsan	Yazar Fazıl İskender'in Tavşanlar ve Boa Yılanları isimli romanının değerlendirilmesi
12.03.2018	Kadınlar Medyada Nasıl Temsil Ediliyor	8Mart Dünya Kadınlar Günü dolayısıyla medyada kadınlar nasıl temsil edildiği ve ne şekilde temsil edilmesi gerektiği
19.03.2018	İşte Çiftlik Bank Gerçeği!	Çiftlik Bank olayında Sabah Gazetesinin okuyucuları uyarması, buna karşılık gazetenin karalanmak istemesi, son kerte gazetenin haklı olduğunun anlaşılması ve okur temsilcisinin tebrik yazısı
26.03.2018	Hakkınızda Yapılan Yalan Yanlış Haberlere Erişimi Nasıl Engellersiniz?	Okur Temsilcisinin, gazete editörünün veya yöneticinin haber kaldırma yetkisinin bulunmadığı, sadece mahkeme kararı yoluyla habere erişimin engellenme olanağının bulunduğu
02.04.2018	SETA'nın Medya ve Terör Raporu	SETA tarafından hazırlanan bir raporla terörün medyada ne şekilde temsil edildiği ve bu konuda en başarılı gazetenin Sabah olması
09.04.2018	Hikâye Etmeyi ve Duyurmayı Bilmek Önemli	Taciz, tecavüz ve istismar haberlerinde olayların magazinleştirilerek sunulması ve bu durum üzerinden gazetenin eleştirilmesi
16.04.2018	Ah Bu Basit Hatalar	Gazetede yapılan küçük hatalar değerlendirilmesi

23.04.2018	Biz de Seni Gözlerinden Öperiz	Gazeteci Aydın Şentürk'ün vefatı sonrası gazete çalışanlarının ve muhabirlerin Şentürk hakkında yazdıkları teşekkür ve minnet yazıları
30.04.2018	Daha Dengeli, Daha Adil ve Daha Tarafsız	Konusu şantaj olan bir haberin yanlı olarak yazılması ve bu durumun eleştirilmesi
07.05.2018	Okurlardan Gelen Şikâyet ve Övgüler	Gazete ile ilgili okur temsilcisine gelen şikâyetler ve övgülerin paylaşılması
14.05.2018	Mehmet Niyazi'ye Veda	Gazeteci Mehmet Niyazi'nin vefatı, tık haberciliği eleştirisi, intihar haberlerinin taşıdığı riskler
21.05.2018	Yahudi Düşmanlığı, Müslüman Düşmanlığı ve İki Yüzlülük	Batı medyasının ikiyüzlü politikalarının eleştirilmesi, Müslüman karşıtlığına karşı sergilenen tavırlarının ifade özgürlüğü olarak yansıtılmasına karşı Türk medyasının uyanık olması gerektiği
28.05.2018	Yalan da Olsa Hoşuma Gidiyor, Söyle!	Sosyal medyanın bir manipülasyon aracına dönüştüğünün belirtilmesi ve yalan haberlerin hızlı bir şekilde dolaşıma sokulduğunun ifade edilmesi
11.06.2018	Başlık ve Spotun Çeliştiği Haberler	Gazetede veya internet sitesinde yer alan birkaç haberin başlık ve spotunun uyuşmadığı konusu
18.06.2018	En Ciddi Toplumsal Sorunlardan Biri: Uydurma Haberler	Yapılan bir araştırma sonucu dünya üzerinde en fazla yalan haberin yapıldığı ülkenin Türkiye olması ve bu durumun tartışılması

15.01.2018 tarihli Haberler Özgün Olmalı başlığıyla verilen eleştiri yazısında okur temsilcisi, haberlerin gazete editörleri tarafından okunmadan yayımlandığını belirtmiştir. 9 Ocak 2018 Salı günü Gül Kireklo imzasıyla yayımlanan “Onlar Aslında Üçüz” haberinin farklı mecralarda da çıktığını ifade eden okur temsilcisi, editörlerin başka

gazeteleri takip etmediklerini ve güncelliğini yitiren haberlerin gazetede yayımlanmasını sıkıntılı bir durum olarak tanımlamıştır. Farklı mecralarda yayımlanan haberlerin başlıklarının değiştirilerek verilmesinin gazetecilik etik ilkeleriyle bağdaşmadığı vurgulanmıştır.

12.02.2018 tarihli Ombudsman İnsanları İşten Atabilir mi başlığıyla yayımlanan yazıda, okurlar tarafından gelen şikâyetler değerlendirilmiştir. Okurların Sabah Gazetesi'nde çalışan bazı muhabirlerin kovulmasını isteyen e-postaları okur temsilcisi tarafından olumsuz bir tutum olarak karşılanmış ve Ombudsmanların, insanları işten atma yetkilerinin olmadığı vurgulanmıştır. Ombudsman'ı okurlar adına gazeteyi denetleyen kişi olarak tanımlanırken O'nun gazete yöneticisi değil okurların temsilcisi olduğu ifade edilmiştir.

09.04.2018 tarihli Hikâye Etmeyi ve Duyurmayı Bilmek Önemli başlığıyla yayınlanan eleştiri yazısında; taciz, tecavüz ve istismar haberlerinin gazetede magazinleştirilerek verilmesi ve bu durum üzerinden gazetenin eleştirilmesi söz konusu olmuştur. Bu tür haberlerde uyulması gereken etik ilkeleri hatırlatan Altay, mağdur edilen kişilerin bu tür haberlerle daha fazla mağdur edildiğini ifade etmiştir. Altay'a göre bunun bir adım sonrası pornografi olarak değerlendirilirken; istismar ve tecavüz haberlerinin magazinsel olarak değil yüz kızartıcı bir suç olarak yazmanın daha doğru olduğu belirtilmiştir.

30.04.2018 tarihli Daha Dengeli, Daha Adil ve Daha Tarafsız başlığıyla yayınlanan eleştiri yazısında, gazetede yayınlanan bir şantaj haberinin

çarpıtılarak verilmesi değerlendirilmiştir. Muhabirin haberi doğrulatmadan ve kulaktan dolma bilgilerle vermesinin gazetecilik etik ilkeleriyle bağdaşmadığı hatırlatılırken, söz konusu muhabirin veya haberi yayımlayan editörlerin daha adil, dengeli ve tarafsız olmaları gerektiği ifade edilmiştir. Aynı şekilde haber baskısının gazetecileri hata yapmaya zorladığı belirtilirken, etik ilkelerin bu şekilde ihlal edildiği vurgulanmıştır. Bu tür haberlerde gazetecilerin taraf tutmamaları, haber kaynaklarıyla temas ve mesafe ilişkilerini iyi ayarlamaları gerektiği hatırlatılmış, tarafsız gazetecilik için çeşitli ipuçları verilmiştir.

28.05.2018 tarihli Yalan da Olsa Hoşuma Gidiyor, Söyle! başlığıyla yayınlanan eleştiri yazısında, sosyal medyanın bir manipülasyon aracına dönüştüğü belirtirmiştir. Özellikle asparagas haberlerin sosyal medya aracılığı ile hızlı bir şekilde dolaşıma sokulduğu vurgulanırken, söz konusu haberleri yayan marjinal grupların kriz ve çatışma dönemlerinde sosyal medyayı bir dezenformasyon aygıtına dönüştürdüğü belirtilmiştir. Medyanın bu konuda dikkatli olması gerektiğini vurgulayan Okur Temsilcisi Altay, her olayın haber değeri taşımadığını, dolayısıyla neyin haber olup neyin haber olmayacağını belirleyen unsurların iyi bilinmesi gerektiği ifade edilmiştir.

18.06.2018 tarihli En Ciddi Toplumsal Sorunlardan Biri: Uydurma Haberler başlığıyla yayımlanan yazıda, Türkiye'nin en fazla yalan habere maruz kalan ülkelerden biri olduğu belirtilmiştir. Yapılan bir araştırmayı okuyucularla paylaşan Altay, araştırmaya katılanların yüzde 49'unun uydurma ya da yanlış haberlerle karşılaştığını

vurgulamıştır. Bu noktada hem geleneksel medyanın hem de sosyal medyanın ciddi bir güvenilirlik sorunu olduğunun ifade edildiği yazıda, Türkiye’deki uydurma haberlerinin fazlalığından şikâyet edilmiştir. Yazının sonunda medya okuryazarlığının önemine vurgu yapan okur temsilcisi, bu tür durumların önüne geçilmesi amacıyla ilkokuldan başlayarak medya okuryazarlığı derslerinin müfredata sokulması gerektiğini açıklamıştır.

Tablo 3: Hürriyet ve Sabah gazetelerinin 01 Ocak – 1 Temmuz 2018 tarihleri arasındaki okur temsilciliği köşesinde yer alan metinlerin konularına göre dağılımı

Konular	Hürriyet	Sabah
Gazetecilik etik ilkeleriyle ilgili	6	6
Yayımlanmış haberlerle ilgili	15	9
Ombudsmanlıkla ilgili	1	3
Kültür-sanat konularıyla ilgili	1	1
Yayın politikalarıyla ilgili	2	1
Diğer	1	6

Çalışmada, okur temsilciliği köşesinde yer alan metinlerin konu dağılımlarına bakıldığında daha çok yayımlanmış haberlerle ilgili değerlendirmeler söz konusu olmuştur. Her iki gazetede de Ombudsmanlıkla ilgili metinlerin azlığı dikkat çekerken, gazetecilik etik ilkelerine vurgu yapıldığını söylemek mümkündür. Buna neden olarak da, okuyuculardan gelen şikâyetlerin etkili olduğu düşünülmektedir. Yine okuyucular tarafından eleştirilen haberler doğrultusunda gazetecilik etik ilkeleri hatırlatılmış, gazete veya

muhabir bu konularda uyarılmıştır. Hürriyet Gazetesi'nden farklı olarak Sabah Gazetesi'ne bakıldığında ise kategorilerde yer almayan başlıklar dışındaki konulara yer verilmiştir. Yer verilen bu konular gazete çalışanlarının tebrik edilmesi, vefat eden kişilere duyulan özlem, okunulan bir kitabın değerlendirilmesi olmuştur.

Tablo 4: Hürriyet ve Sabah gazetelerinin 01 Ocak – 1 Temmuz 2018 tarihleri arasındaki okur temsilciliği köşesine gelen haber eleştirilerinin konulara göre dağılımı

Haber konusu	Hürriyet	Sabah
Haber içeriği ile ilgili gelen eleştiriler	9	7
Başlık ve içerik uyumsuzluğu	3	3
Fotoğraf kullanımı	1	-
Yazım hataları	1	1

Okur temsilcilerinin köşesine gelen haber eleştirilerinin konularına bakıldığında, okuyucular tarafından genel olarak haber içeriği ilgili eleştiriler yapılmıştır. Metinler incelendiğinde, okur temsilcilerinin olumlu veya olumsuz eleştirileri köşelerine taşıdıkları görülmüştür. Buradan aynı zamanda okuyuculara cevap veren okur temsilcileri objektif bir tutum sergilemiş, çalıştıkları gazetelerin tarafgirliğini yapmamışlardır. İkinci olarak başlık ve içerikler konusunda şikâyetler yapılmış, özellikle gazetelerin internet sitelerinde daha fazla tık alabilmek için okuyucuların mağdur edildiği belirtilmiştir. Haberlerde

fotoğraf kullanımı ve yazım hataları da okur temsilcilerinin gündemini oluşturmuştur.

Tablo 5: Hürriyet ve Sabah gazetelerinin 01 Ocak – 1 Temmuz 2018 tarihleri arasındaki metinlerde okur temsilcilerinin haber eleştirilerine ilişkin tutumları

Ombudsmanın tutumu	Hürriyet	Sabah
Eleştiriye katılıyor	8	6
Eleştiriye katılmıyor	2	3
Nötr	1	2

Araştırma kapsamında okur temsilcilerinin kendilerine gelen haber şikâyetleri ile tutumlarına bakıldığında, genel olarak okurlar tarafından yapılan eleştirilerin haklı olduğu ifade edilmiştir. Şikâyet unsuru haberlerle ilgili muhabir veya gazete suçlu bulunurken, özellikle Sabah Gazetesi Okur Temsilcisi İbrahim Altay isim vermekten çekinmemiştir. Cinsel istismar, taciz, tecavüz ve kadın şiddeti gibi hassas konularda yapılan eleştirileri haklı bulun okur temsilcileri, aynı şekilde ilgili haberlerle toplumda bir farkındalık oluştuğunu belirtmişlerdir. Metinlerin tamamı incelendiğinde, gelen şikâyetlerde çoğunlukla okuyucu haklı bulunurken; bazı durumlarda da yapılan eleştiriler yersiz olarak değerlendirilmiş veya nötr bir tutum sergilenmiştir.

SONUÇ

Medya özdenetimi, meslek profesyonelleri ve medyayı kullananlar arasında bir köprü görevi görmektedir. Özdenetim yoluyla etik ilkeler garanti altına alınırken, medyaya konu olan kişi ve kurumların hakları da bu şekilde korunmuş olur. Bu amaçla, medyadaki etiksel ilke ve değerlerin belirlenmesi noktasında çeşitli özdenetim uygulamaları hayata geçirilirken, aynı zamanda kamu ile olan diyalogun artacağı da düşünülmektedir. Söz konusu uygulamalar arasında yer alan Ombudsmanlık ise basın kuruluşları ve okuyucular arasında aracı rolü üstlenmektedir. Okurlardan gelen şikâyetleri değerlendirerek gazeteye ileten Ombudsman, aynı zamanda okuyucular adına gazeteyi denetleyen kişi konumundadır.

Bu amaçla, çalışmaya konu olan medyadaki özdenetim olgusu ve Ombudsmanlık Kurumu incelemeye değer görülmüş; Hürriyet ve Sabah Okur Temsilcilerinin özdenetim faaliyetlerini ne ölçüde yerine getirdikleri araştırılmıştır. 01 Ocak – 1 Temmuz 2018 tarihleri arasında Hürriyet Okur Temsilcisi Faruk Bildirici ile Sabah Okur Temsilcisi İbrahim Altay'ın köşelerinde yer verdikleri konular içerik analizine tabi tutulmuş; okur temsilcilerinin haber eleştirilerine karşı nasıl bir tutum sergiledikleri ve köşelerinde hangi konuları ele aldıkları incelenmiştir.

Elde edilen bulgular ışığında, Hürriyet ve Sabah Gazetelerinin Okur Temsilcilerinin köşelerinde genel olarak gündemde alakalı konulara yer verdikleri görülmüştür. Okuyuculardan gelen şikâyetleri değerlendiren okur temsilcileri, genel olarak yapılan eleştirileri haklı bulmuş ve

şikâyete konu olan haber üzerinden gazeteyi veya muhabiri suçlamışlardır. Sorunlu olarak nitelendirilebilecek haberlerde gazetecilik etik ilkelerini hatırlatan okur temsilcileri; özellikle taciz, tecavüz ve şiddet olaylarına ilişkin ideal temsil biçiminin nasıl olması gerektiğini hatırlatmışlardır. Sabah Okur Temsilcisi Altay'ın köşesinde yer verdiği konularda daha taraflı olduğu görülürken, Hürriyet Okur Temsilcisi Bildirici'nin haber eleştirilerinde daha objektif bir tutum sergilediğini söylemek mümkündür. İçerik çözümlemesi sonucunda elde edilen veriler karşılaştırıldığında şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Hürriyet Gazetesi Okur Temsilcisi Faruk Bildirici, bütün yazılarında “Okurdan Kısa Kısa” başlığıyla gelen eleştirileri sayfasına taşımıştır. Çoğunlukla olumsuz yorumlara yer veren Bildirici, eleştirileri haklı bulduğunu ifade etmiş, kısmen de olsa bazı eleştirilere katılmadığını belirtmiştir. Gazetecilik etik ilkelerinin yanı sıra Hürriyet Gazetesi'nin de yayın politikalarına yer veren okur temsilcisi, yayımlanan haberler üzerinden gazeteye veya muhabire isim vermeden eleştirilerini yöneltmiştir.

Sabah Gazetesi Okur Temsilcisi İbrahim Altay'ın köşesine taşıdığı konulara bakıldığında ise burada da yayımlanmış haberlerle ilgili eleştiriler kaleme alınmıştır. Hürriyet Okur Temsilcisinden farklı olarak Altay, sadece tenkitte bulunmamış belirli haberler üzerinden gazeteyi veya muhabiri tebrik etmiştir. Terör konusunda da hassas davranan Okur Temsilcisi, diğer gazetelerden farklı olarak Sabah Gazetesi'nin bu konuda daha başarılı olduğunu savunmuştur. Ayrıca çocukların ve kadınların medyadaki temsil biçimlerinin hatalı olduğunu ifade eden

Altay, sorunlu olarak nitelendirilebilecek haberlerde doğrudan muhabirin ismini vererek uyarılarda bulunmuştur.

KAYNAKÇA

- Altun, F. (2009). Medya İktidarı Medya Etiğinin Düşmanı mı?.
Çağımızın Ahlak Bunalımı ve Çözüm Arayışları: Uluslararası
Sempozyum.
- Aydeniz, H. (2011). Medya Ahlakı Literatürü Arasında Bir Gezinti,
İşahlakı Dergisi 4-2
- Ayten, Y. (2013). "Bir Özdenetim Aracı Medya Etik Konseyi." İstanbul
Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University
Faculty of Communication Journal 44 (2013): 1-17.
- Erdoğan, İ. (2006). "Medya ve etik: eleştirel bir giriş." İletişim Kuram
ve Araştırma Dergisi 23: 1-26.
- Gore, W. (2008) Öz-denetim Kurumları. Etik ilklere Riayeti Tesis
Etmek. Medya Öz-denetimi Rehber Kitabı içinde (ss. 33-45).
Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT): Viyana
- Gül, M. (2013). "Basın-Yayın Organlarındaki Özdenetim
Uygulamalarının Habercilik Üzerindeki Etkilerine Eleştirel Bir
Bakış." 21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve
Sosyal Araştırmalar Dergisi 2.5
- Haraszti, M. (2008). Medya Öz-denetiminin Amaçları Hakları ve
Sorumlulukları Dengelemek. Medya Öz-denetimi Rehber Kitabı
içinde (ss. 9-21). Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT):
Viyana
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori=veritbn&kelimesec=252120 erişim tarihi: 13.11.2018

<https://www.tgc.org.tr/bildirgeler/turkiye-gazetecilik-hak-ve-sorumluluk-bildirgesi.html> erişim tarihi: 13.11.2018

Işık, D. (2007). 1980 sonrası Türk yazılı basınının etik açıdan değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Milli Eğitim Bakanlığı. (2013). Gazetecilik - Basında Meslek Eğiti. Ankara.

Tugen, B. (2011). Medya Etik İlkeleri Gereksinimi ve Özdenetim Kurumları, Marmara Üniversitesi

Uzun, R. (2009). İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi

Yücel, A. (2012). "İletişim Özgürlüğü Ve Medyada Özdenetim." Ankara

Zlatev, O. (2011). Medyada Hesap Verilebilirlik Sistemleri (MAS) ve Bunların Güneydoğu Avrupa ve Türkiye'deki Uygulamaları. Profesyonel Gazetecilik ve Özdenetim içinde (ss.19-40). Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü. Unesco

BÖLÜM 6

YOUTUBE'DA GAZETECİLİK YAPMANIN EKONOMİ POLİTİĞİ

Öğr. Gör. İsmail PİŞER¹

¹ KTO Karatay Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu, Konya
piser@windowslive.com

GİRİŞ

Marksizmi liberal kuramlardan ayıran en temel özelliklerden biri, sınıf tartışmalarını üretim araçlarına değil, üretim ilişkilerine odaklanarak yürütmesidir. Benzer bir şekilde, “ekonomi politik yaklaşımların temel görevi de kapitalist toplumlardaki kaynakların üretim, dağıtım ve tüketimini karşılıklı olarak düzenleyen sosyal ilişkilerin incelenmesidir” (Mosco, 2009: 25). Tarih boyunca pek çok liberal düşünür, içinde yaşadığı toplumu “çiftçiler”, “balıkçılar”, “demirciler” gibi araç odaklı kategorilere bölmüştür. Ancak Marx, meseleye öncelikle ilişkiler üzerinden bakarak “işçi sınıfı”, “proletarya” ve “burjuvazi” gibi evrensel kavramlar geliştirmiştir. Günümüzde özellikle gençler arasında sık kullanılan “Youtuber” sözcüğü, araç odaklı bir tanım olduğu için Marksist çerçeveden bakıldığında bir sınıfı işaret etmez. Bu sözcük, sınırlı sayıda hissedarı bulunan özel bir burjuva mülkiyetinin yedi kıtadaki milyonlarca “video üreticisine” atfedilmektedir. Dolayısıyla, geleneksel medyayla bağlarını kısmen ya da tamamen koparan ve mesleki pratiklerini Youtube üzerinden sürdüren gazeteciler de birer “Youtuber” sayılabilir. Bu makale, esasen şu soruya yanıt aramaktadır: Telefonunu bir üretim aracı olarak kullanan ve bizzat kendi kitlesi tarafından finanse edilen “teknoloji çağının patronsuz gazetecileri”, kapitalizmin sömürü ilişkilerinden azade midir? Bu bağlamda, geçmişte geleneksel medyanın çeşitli pozisyonlarında çalışmış, son dönemde ise kariyerini ağırlıklı olarak Youtube üzerinden sürdüren üç gazeteciyle görüşülmüş ve bu kişilerin

verdikleri beyanlar Marksist ekonomi politik çerçevede analiz edilmiştir.

1. Bir İletişim ve Üretim Aracı Olarak Youtube

Raymond Williams, “Üretim Araçları Olarak İletişim Araçları” başlıklı makalesinde (Means of Communication as Means of Production), iletişim araçlarına ve medyaya odaklanarak buradaki yapıların aynı zamanda üretim araçları olduklarını ileri sürmüştür (1980: 50). En basit tanımıyla üretim aracı, “mal ya da hizmet üretmek için kullanılan araç” anlamına gelir. Örneğin telefon çoğu insan için bir iletişim aracıken, Youtube kanalı ile topluma enformasyon aktaran bir gazeteci için aynı zamanda üretim aracıdır. Gelgelelim bir gazetecinin sadece telefonunu ve Youtube kanalını kullanarak mesleki faaliyetlerini sürdürmesi, emeğinin bir kapitalist tarafından sömürülmediği anlamına gelmez; aksine, teknoloji ve neoliberalizmin birlikteliğinden doğan yeni sömürü biçimlerinin de hedefi olduğunu gösterir. Keza C. Fuchs (2015: 11-12), internetin yaygınlaşmasıyla birlikte “enformasyon toplumu” söylemlerinin sıklaştığını, fakat bu söylemin aksine, “farklı sömürü biçimlerini bünyesine ekleyen kapitalist üretim ilişkilerinin hâlen egemenliğini sürdürdüğünü” ileri sürmektedir.

Modern iktisatçılar, “bireyin kendi emeğinin ilk mülkiyet hakkının kaynağı” olduğu önermesini gerek iktisadi gerekse kanuni açılardan savunmaktadır. Başka bir deyişle bu iktisatçılar, bireyin kendi emeği üzerindeki mülkiyetini “burjuva toplumunun temel önvarsayımı” olarak kabul etmektedirler (Marx, 1979: 291). Oysaki geleneksel

medyada çalışan bir gazetecinin, kendi emeğiyle ürettiği bir haberi mübadele etme veya stoklama şansı yoktur çoğu zaman. Eğer bizzat bir okur kitlesine sahip değilse, yazdığı haberin onun açısından bir kullanım değeri bile olmayabilir. O hâlde bir haberin gazeteye basılması ve kitlelere ulaşması, haberin esasen patron açısından kullanım değeri taşıyıp taşıyamamasına bağlıdır. Kısacası modern iktisatçıların belirttiği gibi “bireyin kendi emeği üzerindeki mülkiyetinden” bahsetmek her koşulda mümkün değildir.

Youtube yayıncılığı yapan bir gazeteci ise emeğinin kullanım değerini kendisi yaratmakta, başka bir deyişle, patron onayı almaksızın yayınladığı videolar ile kamusal görünürlük kazanıp toplumsal ilişkiler kurabilmektedir. Fakat bu özgürlük karşılığında hem kendi kanalı hem de takipçilerinin profilleri birer veri metasına dönüştürülmekte, bu metalar yüksek bir katma değerle reklamcılara satılmaktadır. “Bu durum, şirketlerin düzenli çalışan işçiler yerine daha düşük ücretlerle aynı işi yapan işçiler bulmasına yardımcı olmayı amaçlayan, düzenli çalışma koşullarındaki aynı emek zamana daha az ödeyerek maliyetleri düşürmek için internet üzerindeki kitle kaynak çalışması olarak görülmektedir” (Güler, 2018: 147).

Meltem Güler “Dijitalleşen Kapitalizmin Yeni Aktörleri: Youtuberlar” başlıklı makalesinde, Marx’ın “kullanım değeri” ve “değişim değeri” kavramlarını Youtube şirketi bağlamında şöyle yorumlamıştır:

“Youtube kullanıcıları öncelikle kendileri ve diğerleri için kullanım değeri; yani kullanıcılar arasında toplumsal bir ilişki ve kamusal görünürlük yaratmaktadır. Diğer yandan

sermaye için kullanım değeri; yani reklam endüstrisi için hedefli reklam alanı yaratmaktadır. Youtube açısından her iki kullanım değeri de mübadele değerine ulaşmak için, yani reklam endüstrisine istediği reklam alanını yaratmak ve kullanıcılar tarafından üretileni satmak için etkili olmaktadır. Kullanım değerinin bu çifte karakteri, Youtube ürününü özel bir ürün hâline getirmektedir” (Güler, 2018: 151).

Marx’a göre meta bir formdur ve değer el değiştirmesine, dolayısıyla sömürü ilişkilerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlar. Bir mal veya hizmet metalaşma sürecine girdiğinde toplumsal yararlılık azalır, sınırlı yararlılık ise artar. Bunu basitçe örneklendirmek için ilkel toplumları ele alalım: Hayvan avlamak için icat edilen bazı silahların bir süre sonra kabileler arası savaşlarda kullanılması, toplumsal yarardan sınırlı yarara geçişin bir örneğidir. Benzer bir şekilde Youtube şirketi, kamusal alanlar ve toplumsal ilişkiler yaratmaktan ziyade, hiç durmadan biriktirdiği veri metalarının mübadele değerine yoğunlaşmakta, yani hissedarlarının ve reklam veren şirketlerin çıkarlarına odaklanma eğilimi göstermektedir. Nitekim “Youtube, kullanıcılarının çevrimiçi etkinliklerini metalaştırmadan işe yaramayacak bir sermaye birikim modeli kullanmaktadır” (Güler, 2018: 152).

Alvin Toffler, 1980’lerin başında “üreten-tüketici” (Prosumer) kavramını geliştirmiştir. Ona göre bu kavram, “üreticiyi tüketiciden ayıran çizginin gittikçe bulanıklaşması” anlamına gelmektedir. (2008: 340). Youtuber’lar, Toffler’in tanımladığı üreten-tüketicilere hayli güncel bir örnektir. Zira Youtuber’lar, şirket hissedarlarının sabit sermayesine (altyapıya yönelik bütün parasal yatırımlarına) kendi değişken sermayelerini (hazırladıkları videoları) ekleyerek üretim

sürecinin varlığını ve devamlılığını sağlamaktadırlar. Bu noktayı detaylandırmak adına soyut ve somut emek kavramlarına Marx'ın penceresinden bakmamız gerekir:

“Soyut emek; emeğin neye yaradığı, ne emeği olduğu hesaba katılmaksızın emek harcama fiilinin kendisidir. (...) Kısaca soyut emek; emeğin somut, faydalı ve tikel özelliklerinden koparılmış gibi görünen, onun niteliksiz biçimidir. Keza bu varsayımsal soyut emek, elle tutulur gözle görülür bir şey olmadığından öylece satılması imkansızdır. Alıcı o hâlde, (...) eğer kendi sınırlı çalışma kapasitesi ile yetinmeyip daha çok emek isterse, başkalarının çalışma kapasitesini, yani emek gücünü satın alır. Bu emek gücünün kullanımı ona somut bir biçim altında tezahür eden (soyut) emeği verecek; alıcı, yani kapitalist de bu emeği kendi hammadde ve üretim aracına ekleyip ortaya daha fazla emek ürünü olan yeni maddeler çıkaracaktır” (Marx: 1979: 29).

Youtube şirketi, milyonlarca kullanıcısının soyut emeğinden nemalanmakta, fakat bu kişilerin çok azına ücret ödemektedir. Enes Batur, Reynmen ve Berkcan Güven gibi özellikle Z kuşağının ilgiyle takip ettiği figürler bu platform sayesinde astronomik paralar kazansalar da siteye kullanıcılar tarafından eklenen gerçek değer görünmemekte ve açıklanmamaktadır. Örneğin, yaklaşık 11 milyon takipçisi bulunan Enes Batur, bugüne kadar siteye kaç kullanıcı kazandırdığını, bu kullanıcıların tıklama alışkanlıklarından hangi verilerin toplandığını ve bu verilerin reklam veren şirketlere kaç paraya satıldığını bilmemektedir. Büyük olasılıkla Enes Batur'un Youtube şirketine sağladığı katma değer, onun kanalına ödenen toplam reklam gelirinden çok daha yüksektir. Özetle, Güler'in de belirttiği gibi (2018: 159-160), kullanıcılar tıklama davranışlarından hangi bilgilerin

çıkarıldığı, bu bilgilerin nasıl depolandığı ve yayıldığı hakkında herhangi bir kontrole sahip değillerdir. Bu meta veriler, üretilen içeriğin kendisinden daha değerlidir.

2. Youtube'daki "Patronsuz" Gazeteciler

İnternet, dünyanın "küresel bir köye dönüşme" sürecini epey hızlandırdığı için bir devrim niteliğindedir. Günümüzde, soğuk bir araç olan ve katılıma izin veren internet, "sıcak bir araç olan ve katılıma imkân sağlamayan basılı materyalin" (McLuhan, 1994: 23) yerini almıştır. "Fotoğraf ve videoların kitlesel üretimiyle birlikte sınırlar ortadan kalkmış" (McLuhan, 1994: 198), "elektronik iletişim araçları altında yerküre, hem tarihsel hem mekânsal olarak görünür hâle gelmiştir" (Akt: Stevenson, 2008: 208).

Bu iletişim açısından siyasi hareketlerin de çıkabilecek olması, egemen güçler açısından tehlike arz etmektedir. Agger'a göre (2011: 220) internette sörf yapanlar, kendilerini hâlihazırda bir sosyolog ya da siyasi aktör olarak görmeseler de televizyonun ve diğer kitle iletişim araçlarının uyutucu etkisinden sıyrılacaklar; yerleşik otoritenin ulaşamayacağı bir sanal gerçeklik alanında vakitlerini öğrenerek, okuyarak, yazarak ve politik hareket ederek geçireceklerdir. Sanal benliklerin bu özgürlükçü eğilimleri, son yıllarda üniversite gibi akademik kurumlarda araştırma konusu olmaktadır. Agger'a göre bu durum (2011: 158), sanal benliklerin tıpkı reel benlikler gibi nesneleştiğinin göstergesidir.

Youtube'daki gazetecilik faaliyetlerinin nasıl başladığını anlamak için kapitalizm ile medya ilişkisini irdelemek gerekir. Kapitalizmin dünyaya hâkim olması ve büyük sermayelerin medya sektörüne girmesiyle, ulusal ve küresel medya tekelleri ortaya çıkmıştır. Batılı zengin ailelerin, kamusal yayıncılık yapan irili ufaklı medya kuruluşlarını satın almaya başlamasıyla, 15-20 yıllık süreçte medya mülkiyeti giderek daha az elde yoğunlaşmıştır (Çakmur, 1998: 138). Büyük sermayelerin Türk medyasına hükmetme hikâyesi ise daha yakın bir tarihe dayanmaktadır. Doksanlı yıllarda enerji alanındaki özelleştirme ihalelerini kazanmak için seferber olan medya şirketleri, “medya şirketlerini devlet ihalelerine girmekten men eden” Radyo Televizyon Üst Kurulu Kanununun 29. maddesi nedeniyle Danıştay engeline takılmışlardır (Adaklı, 2006: 218). Fakat 2002 yılında bu yasa engeli kaldırılmış, medya şirketlerinin farklı sektörlerde ihalelere girmelerinin önü açılmıştır. Söz gelimi, 2000 yılında Petrol Ofisi Anonim Şirketi ihalesini İş Bankası Grubu ile birlikte kazanan Doğan Grubu, 2005 senesinde İş Bankası'na ait hisseleri de satın alarak şirketin tamamına sahip olmuştur (Dağtaş, 2009: 90). Daha sonra medya sektöründe yer almaktan vazgeçen Doğan Grubu, 2011 ve 2018 yıllarında Hürriyet, Vatan ve Milliyet gibi önemli gazetelerini Demirören Grubu'na satmıştır. Demirören Grubu da benzer şekilde sanayi, enerji, gayrimenkul, turizm gibi sektörlerde faaliyet gösteren bir şirkettir. Sonuç olarak, pek çok sektörde ihale kovalayan bu tür şirketlerin medyadaki tarafsızlıkları sorgulanmaya değerdir.

Büyük sermayelerin medyayı tekelleştirmesi ve siyasi partilerin son yıllarda popülist söylemler benimsemesi, mesleki faaliyetlerini özgürce sürdürmek isteyen gazetecilerin Youtube ve Twitter yayıncılığına yönelmelerine neden olmuştur. Youtube gazeteciliği tıpkı yurttaş gazeteciliği gibi, Denis McQuail'in "katılımcı demokratik medya kuramıyla" değerlendirilebilir. Denis McQuail kuramında, yurttaşların en temel hakkı olan bilgi edinme özgürlüğünün önünde engel oluşturan tekellere karşı; küçük ölçekli, yerleşmiş ve etkileşimli iletişim araçlarına ihtiyaç olduğunu savunmaktadır (Akt: Mora, 2008: 36). Bu bağlamda Youtube ve Twitter önemli platformlardır, ancak buralarda gazetecilik yapmak da dikensiz gül bahçesi değildir.

Guy Standing (2014: 19), "proletariat" (proletarya) ve "precarious" (istikrarsız) sözcüklerini birleştirerek "precarariat" (prekarya) kavramını üretmiştir. Bu kavram, işsizliğin süreklileşip istihdamın geçicileştiği çağımızın yeni, tehlikeli bir sınıfını işaret etmektedir. Prekaryaya dahil kişiler ve onların emek süreçleri mobilize ve çoğunlukla da desantralizedir. Tam zamanlı sigorta, dolayısıyla emeklilik, tazminat ve işsizlik maaşı gibi haklar bir prekerin sahip olmadığı haklardır. Bu bağlamda düşünüldüğünde, mesleğini Youtube'da icra eden gazeteciler de birer prekerdir, zira onlar çok uzun yıllar Youtube'da haber içerikleri üretseler bile kanallarının bir sebepten kapatılması veya sağlıklarını yitirmeleri durumunda tamamen güvencesiz kalacaklardır.

3. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Tekniği

Youtube'daki gazetecilik pratiklerini Marksist ekonomi politik çerçevede analiz eden bu çalışma, betimleyici araştırma yöntemi ile yazılmıştır. Veri toplamak maksadıyla, profesyonel anlamda gazetecilik/köşe yazarlığı geçmişı bulunan ve son yıllarda mesleki pratiklerini Youtube odaklı sürdüren Nihat Genç, Yavuz Oğhan ve Gökhan Özbek'le Whatsapp ve/veya mailleşme yoluyla mülakat gerçekleştirilmiştir. Gazetecilere aşağıda belirtilen sorular sırasıyla sorulmuş ve alınan cevaplar Marksist ekonomi politik çerçevede analiz edilmiştir. Bulgular ve analiz bölümünde, bu sorulardan “birinci soru”, “ikinci soru”, “üçüncü soru” ve “dördüncü soru” şeklinde bahsedilecek, içerikleri tekrarlanmayacaktır.

- 1. Sizi Youtuber olmaya yönelten dinamikler nelerdir?*
- 2. Mesleki pratikler açısından Youtube'da yaşadığınız en önemli zorluklar nelerdir?*
- 3. Bir gazeteci için sabit bir maaş karşılığında çalışmak ile Youtube üzerinden gelir elde etmek (reklam geliri, bağış vs.) arasında ne gibi farklılıklar var? Gelir modeliniz açısından takipçi sayınızın önemi nedir? Gelirinizi arttırmak adına reklam ve sponsorluk anlaşmaları yaparken nelere dikkat ediyorsunuz?*
- 4. Youtube üzerinden gazetecilik yapmak, tek başına sürdürülebilecek bir faaliyet mi? En çok kimlerin desteğine ihtiyaç duyuyorsunuz? Şayet bir ekibiniz varsa kaç kişiden oluşuyor? Ekibinizde çalışan kişilerle yazılı bir anlaşma yaptınız mı?*

Soruları cevaplayan ilk gazeteci Nihat Genç; Lemana Dergisi, Akşam Gazetesi, SKY Türk, Halk TV, ART, Ulusal Kanal gibi kurumlarda

çalışmakla birlikte, pek çok şahsi kitabı bulunan bir yazardır. Son dönemde geleneksel medyadan uzaklaşmış, Youtube yayıncılığına yönelmiştir. 2018 yılından beri “Veryansın TV” isimli bir kanalda içerik üretmekte, bu içeriklerde Türkiye gündemini ve siyasi iklimini yorumlamaktadır. Kendisine Whatsapp üzerinden ulaşılan Nihat Genç, Veryansın TV’yi üç kişi kurduklarını (Erdem ve Barış ile birlikte) ve kuruluş aşamasında bir iş anlaşmasına imza attıklarını belirtmiştir. Veryansın TV’nin 10 Ocak 2020 itibariyle yaklaşık 122.000 abonesi vardır.

Soruları cevaplayan ikinci gazeteci Yavuz Oğhan; profesyonel kariyerine ATV’de muhabir olarak başlamış; Star, CNN Türk, Artı1 gibi televizyon kanallarında, ayrıca Posta ve Radikal gazetelerinde çeşitli pozisyonlarda çalışmıştır. Aynı zamanda radyo yayıncılığı da yapan Oğhan, 2018 yılında, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti (TGC) tarafından verilen Sedat Simavi Ödülleri’ne “en iyi radyo programı” dalında layık görülmüştür. Yavuz Oğhan, 2015 yılından beri de Youtube’a içerik üretmektedir. “Bidebunuihle” adlı kanalının 10 Ocak 2020 itibariyle takriben 47.000 abonesi vardır. Malleşme yoluyla iletişim kurulan Yavuz Oğhan, teknoloji ile arasında mesafe olduğu için yardıma ihtiyaç duyduğunu, bu nedenle kanalını bir ekiple yürüttüğünü ifade etmiştir.

Soruları cevaplayan üçüncü gazeteci Gökhan Özbek’in ise Twitter’da 10 Ocak 2020 itibariyle yaklaşık 211.000 takipçisi bulunmaktadır. Ayrıca Özbek’in Twitter biyografisinde “Bağımsız Gazeteci, Önce İnsan, Önce Hukuk” yazdığı görülmektedir. Geleneksel medyada uzun

bir kariyeri olmayan Özbek, 2017’de bir Youtube kanalı açmıştır. “23 Derece” ismini verdiği bu kanal, 10 Ocak 2020 itibariyle yaklaşık 38.600 aboneye sahiptir. Kendisine Whatsapp üzerinden ulaşılan Özbek, Youtube kanalını tek başına kurduğunu ve henüz bir ekibi olmadığını belirtmiş, son dönemdeki mesleki faaliyetlerini de şu cümlelerle özetlemiştir: “Ben 5 Ocak 2018’de adını ‘23 Derece’ koyduğum yayınlara Periscope uygulaması üzerinden başladım. Periscope üzerinden 108 yayın yaptıktan sonra, önce eş zamanlı olarak Periscope ve Youtube’u, en sonunda da sadece Youtube’u kullanmaya başladım. Bugün ikinci yılım ve şu ana kadar 435 yayınum var” (Özbek ile kişisel iletişim, 5 Ocak 2020).

4. Bulgular ve Analiz

Medya sektöründeki tekelleşmeler, gazetecilerin bağımsızlık anlayışını tehdit etmektedir. “Tekellerin başındaki patronlar, iktidarı paylaşmak ve hükümetten çıkar elde etmek için türlü türlü ödünler vermekte ve gazetecileri baskı altına almaktadır (Yıldız, 2018: 67 ve 73). Nihat Genç’in ilk soruya verdiği cevap, bu psikolojik baskıyı örnekler niteliktedir:

“Ben en çok kovulan yazarım. (...) SKY Türk’e ağır ceza yazdılar, patron da mesajı aldı ve önce beni kovdu, yıl 2007-2008 falan olmalı. İkinci meşhur kovulmam Halk TV’de ki 2010’lu yıllarda Halk TV’yi yeniden kurmak için çok gayret sarf ettim. Önce Gezi mezi Halk TV şöhret oldu, ardından, önce Sarıgül’ün adaylığını, sonra Ekmeleddin adaylığını eleştirdim, kapıya koyuldum. Ama en çok neo-liberal yazarlara yaptığım ağır eleştiriler kaldırılmadı. Sonraki yayın organları da -ART, Ulusal Kanal- zamanla

en temel politikalarını değiştirdiler” (Nihat Genç ile kişisel iletişim, 20 Aralık 2019).

Yavuz Oğhan da benzer bir şekilde, Türkiye’deki siyasi atmosferin onu Youtube yayıncılığına ittiğini belirtmiştir:

“Çok basit; bağımsızlık arzusu, doğru bildiğini söyleme çabası. Meslek hayatım boyunca büyük televizyon kanallarında muhabirlik ve yöneticilik yaptım. 2011 yılına kadar sorunlu da olsa nispeten gazetecilik yapılabilecek bir ülke idi Türkiye. Sonrasında (...) siyasi partilerin gazeteciliğe bakışı ile meslek ilkelerinin çelişmesi sadece beni değil, birçok meslektaşı başka alanlarda arayışlara itti. O arayışın bir sonucudur Youtube üzerinden haber verme süreci” (Yavuz Oğhan ile kişisel iletişim, 6 Ocak 2020).

Genç ve Oğhan’dan farklı olarak Gökhan Özbek, onu Youtube’a yönlendiren dinamiğin okurları ve izleyicileriyle arasındaki maddi manevi etkileşim olduğunu öne sürmüştür:

“Ben bu dinamiğe ‘birliktelikçi gazetecilik’ diyorum. Yeni bir terminoloji. (...) Klasik medyanın -bizden önceki medyanın- yarattığı izleyici ve okuyucu profili sadece izleyici ve okuyucuydu. Oysa birliktelikçi gazetecilik sayesinde ‘üreten paydaşlar’ hâline geldiler. Dahası yazdıklarım, söylediklerime okur ve izleyiciler anında içerik katkısı sunarak, (ürettiklerimi) yaygınlaştırarak ve finansal açıdan destekleyerek yeni bir terminoloji inşa ettiler” (Gökhan Özbek ile kişisel iletişim, 5 Ocak 2020).

Görüşmelerde dikkat çeken bir başka nokta, gazetecilerin “Youtuber” sözcüğü karşısındaki olumsuz tepkileridir. Nihat Genç ikinci soruyu cevaplarken “Youtuber ismini sevmiyorum, çünkü ben Türk televizyonlarında yirmi yıldır yedi yüze yakın ve her biri bir saati aşkın

konuşmalar yapmış ve tanınmış birisiyim” diyerek “Youtuber” unvanını reddetmiştir. Diğer yandan Gökhan Özbek, “Youtuber değil, bağımsız gazeteciyiz. Zira ikisi farklı kavramlar. Yani Youtube olduğu için değil, gazeteci olduğumuz ve periyodik olarak çıkacak bir ekran bulamadığımız için Youtube'da kanal açıp ilerledik” diyerek benzer bir tepki vermiştir.

Görüşme yapılan gazetecilerin üçü de Youtube'dan kazandığı paranın yeterli olmadığını, bazı dönemlerde veya rutin bir şekilde ekonomik sıkıntılar yaşadığını belirtmiştir. Bu bağlamda, “Youtube gazeteciliğinin en önemli zorluklarıyla” ilgili ikinci soruya Genç şu yanıtı vermiştir:

“Paradır. İki yüz liralık zavallı bir kamerayla, evin bir odasına arkamıza kilim asarak başladık. (...) Bizim yazılarımızı ve fikri karakterimizi bilmeyenler sürekli şikâyet ediyor, Youtube da şikâyetleri ciddiye alıp ceza kesiyor, reklama kapatmak gibi... Her hafta iki yüz bin, üç yüz bin izleyiciye ulaşırsak bile gelen para birkaç bin lira -ki bu da yetmiyor” (Genç, 2019).

Nihat Genç'in beyanından anlaşılacağı üzere Youtube, izleyiciler tarafından şikâyet edilen bazı videolara reklam kısıtlaması uygulamakta, böylece kanal sahiplerine önemli ölçüde gelir kaybı yaşatmaktadır. Bu durum, Youtube yöneticileri ile kanal sahipleri arasında bir tahakküm ilişkisi olduğunu gösterir. Başka bir deyişle, Youtube platformundaki üretim ilişkileri işbirliğine değil, işbölümüne, yani bir hiyerarşiye dayanmaktadır. Yöneticilerin sabit sermayesi (dolaşımı örgütleyen altyapı, ofisler vs.) büyük oranda sabit bir değişim değeri taşıırken; kanal sahiplerinin değişken sermayesi (kafa ve kol

emeğiyle hazırladıkları videolar) belirsiz bir değişim değeri taşımaktadır. Hâliyle Genç gibi gazeteciler günlük ya da aylık ne kadar gelir elde edeceklerini öngörememektedirler.

Geleneksel medyada çalışan bir kişi, kurumunun müdürüyle veya patronuyla doğrudan bir ilişki kurabilir. Bu sayede kurum içerisinde teleolojik bir işbirliği olup olmadığını bizzat görebilir. Ancak bir Youtuber'ın patronlarıyla (platformun bizzat sahipleriyle) bu tür bir ilişki kurması mümkün değildir. Youtuber'ın patronlarıyla ilişkisi, tıpkı aboneleriyle arasındaki ilişki gibi araç dolayımıdır. Dolayısıyla Youtuber, toplumsal ilişkilerinin önemli bir kısmını araç dolayımı kurmakta ve yüz yüze ilişkilerden hızla uzaklaşmaktadır.

Diğer yandan Youtube'un, yani üretim aracının hissedarları, milyonlarca kişinin soyut emeğini sömürmekte, yüksek kârlar elde ederek zenginleşmekte ve ömürlerini “Nereye yatırım yapacağım?”, “Nerede pozisyon alacağım?”, “Kiminle ortaklık kuracağım?” gibi ilişki sorunsallarla geçirmektedir. Yüz yüze ilişkilere hâliyle daha çok zaman ayırabilen bu kapitalistler artık sadece “ürettiren” değil, aynı zamanda “dolaşımı kontrol altında tutan”lardır.

“Youtube gazeteciliğinin en önemli zorluklarıyla” ile ilgili ikinci soruya Yavuz Oğhan şöyle yanıt vermiştir:

“Ben tek başıma yapamıyorum yayınları, o nedenle yardım edenlerin de hayatlarını idame ettirebilecek bir finansman ihtiyacı doğuyor. Bir dönem internet üzerinden haber sitesi ile, bir dönem radyo yayıncılığı ile ve şimdi de gazete ile bu finansmanı karşılamaya çalışıyoruz. Youtube önemli bir

alan, ancak reklam gelirleri yayını yapanı yaşatacak kadar değil” (Oğhan, 2020).

Oğhan, Youtube’daki mesleki faaliyetlerini yardımcılılarıyla birlikte yürüttüğünü (Ekibinin kaç kişiden oluştuğuna dair bir açıklama yapmamıştır); bir dönem haber sitesi, bir dönem radyo yayıncılığı ve şimdilerde de imtiyaz sahibi olduğu dijital gazete sayesinde yardımcılarına bir miktar finansman sağlayabildiğini öne sürmektedir. Bahsi geçen bu finansmanın sayısal karşılıkları ve toplam kazanca göre oranları sorulmamıştır, fakat Marksist anlayışa göre, Oğhan ve ekibinin kazandığı toplam ücret, ekip üyelerinin her birinin ihtiyaç şiddetine göre pay edilmelidir. Öte yandan, Oğhan’ın imtiyaz sahibi olduğu internet gazetesinin ismi “Gazete Pencere”dir (gazetepencere.com). Günlük yayınlanan bu gazete herkese açık değildir, sadece web sitesi üzerinden ödeme yaparak abone olanlara SMS ve mail yoluyla gönderilmektedir.

Gökhan Özbek ikinci soruya farklı bir açıdan yaklaşmış, üretim araçlarındaki (İnternet ve Periscope) teknik ve hukuki sıkıntılardan bahsetmiştir:

“Her ne kadar bilişim çağında yaşıyor olsak da birincisi kesintisiz ve kaliteli internete ulaşmakta zorlanıyoruz. Diğer bir önemli sorun ise Türkiye'nin kapital dostu hukuk sistemidir. 2018 yılında alınan bir kararla, Türkiye Süper Lig maçları oynandığı sırada Türkiye'de Periscope erişimi engellenmektedir. Gerekçe ise yayıncı kuruluşun korsan yayınlar yüzünden hak kaybına uğramasıdır. Oysa Türkiye'de yasak gelene kadar günde 19 bini aşkın tekil Periscope yayını yapılmakta, bunlardan yaklaşık sadece 150'si korsan maç yayınları içermekteydi. Demokratik

hukuk devletinde korsan yayın yapanlar hakkında yasal işlem başlatılır, fakat kapital dostu hukukumuz tüm Türkiye'yi potansiyel hırsız gibi görmekte, Cumhurbaşkanı Erdoğan bile maç saatinde basın açıklaması yapsa, şahsi hesabı veya Cumhurbaşkanlığı resmi hesabından Periscope yayını yapamamaktadır. Gerekçe korsan yayın olabilir. Bu yüzden yasağın daha az olduğu Youtube'a yöneldik. Oysa biz bağımsız gazeteciler için fikirlerimizi açıkça ifade ettiğimiz platform Twitter'dır. Periscope ise Twitter'ın bir alt kuruluşu olduğundan izleyiciye ulaşmamız Youtube'a oranla en az yirmi kat daha kolaydır. Kısacası Twitter kullanıcıları, yayın ve çalışmalarımızı Twitter platformu içinde izlemeyi tercih etmektedir. Üçüncü bir uygulama olan Youtube'a geçişler azalmakta, bu da bize hem maddi zarar hem de ulaşacağımız kitle kaybı yaşatmaktadır” (Özbek, 2020).

Görüşme yapılan gazetecilerin gelir modellerini daha iyi anlamak için Youtube'un reklam politikasını incelememiz gerekir. Şirketin 2017'deki politikasına göre, kullanıcıların para kazanmaya başlayabilmeleri için kanallarına ait tek bir videonun en az 10.000 defa görüntülenmesi yeterliydi. Ancak bu politika 2018'de kanal sahipleri aleyhine değiştirilmiştir. Makalenin yazıldığı gün itibariyle kanal sahipleri, en az 1000 abone edinmeleri ve videolarının son bir yıl içinde en az 4000 saat izlenmiş olması ön şartıyla reklam geliri elde edebilmektedir (“Youtube İş Ortağı Programı”, 2018).

Marx'a göre (2003: 281) bir metanın değeri, meta içinde gerçekleşen emeğin miktarıyla aynı yönde, üretkenliğin miktarıyla ters yönde değişir. Youtuber'ların kanallarına sıkça video yüklemesi, dolayısıyla bu platformda çok uzun vakitler geçirmeleri şirketin lehinedir, çünkü kullanıcıların artan etkileşimiyle birlikte veri metaları da

çoğalmaktadır. Diğer taraftan, Youtuber'ların (reklam geliri olanlar) pasif kullanıcılardan (çoğu zaman sadece izleyici rolünde olanlar) sayıca fazla olması, sitenin diyalektiğini bozacağı için metanın değerini de düşürecektir. Tam da bu yüzden şirket 2018 yılında politikasını değiştirmiş ve pek çok “yetersiz” Youtuber'ın reklam ortaklığını sonlandırmıştır. Özetle Youtube şirketi, elindeki veri metalarının miktarını (reklam verenlere satılacak tüm bilgiler) Youtuber popülasyonundan daha fazla önemsemektedir. Bunun sonucu olarak da, gelir elde etmek isteyen kanal sahipleri, 2018 itibariyle daha fazla çalışmak zorunda bırakılmıştır.

Gelir modeliyle ilgili olan üçüncü soruya Nihat Genç şu yanıtı vermiştir:

“Takipçi sayısı gelire çok alakalı, ancak buna rağmen 'tık avcılığı' denilen bir program hiç yapmam, yapmadım. (...) Biz siyasi konuşmalar yaparız, bir fikri omurgamız var, bizimle reklam ve sponsorluk anlaşmaları yapmaya kimse yanaşmaz, yanaşmadı” (Genç, 2019).

Genç, takipçi sayısı ile kazancın doğrudan ilişkili olduğunu kabul etmesine karşın asla ‘tık avcılığı’ yapmadığını belirtmiştir. Ayrıca hiçbir kişi ve kuruluşun siyasi içeriğinden dolayı Veryansın TV ile reklam ve sponsorluk anlaşması yapmaya yanaşmayacağını ifade etmiştir. Bu bağlamda gazeteci Yavuz Oğhan da benzer bir yanıt vermektedir:

“Youtube’da reklam gelirleri çok düşük. Özellikle haberi Youtube’dan izletmek çok zor, sayı sınırlı. Bizim kanalımız ve yaptığımız yayınlar benzerlerine göre hayli fazla izleniyor ama finansman açısından yine de yeterli değil.

Birçok Youtube yayıncısı sponsorlarla ayakta duruyor, ancak iş gelip doğru habere dayandığında sponsorlar da o yayınlarla isimlerinin anılmasına cesaret edemiyor. Bu bugün yaşanan siyasi atmosferin sonucu. Bu atmosfer dağılırsa haberciler için de daha rahat bir dönem başlayabilir ama bugün Youtube yayıncılığı gelir açısından cazip bir zemin değil” (Oğhan, 2020).

Son olarak Gökhan Özbek, geleneksel bir gazetede sabit maaş karşılığı çalışmak ile Youtube üzerinden gelir elde etmek (sponsor, bağış, reklam tıklaması vs.) arasındaki farkı şu şekilde açıklamıştır:

“Sabit maaş eğer Türkiye koşullarında düşünürsek ek iş yapma zorunluluğu getirmektedir. Ama elbette sağlık, gelecek ve ekonomi kaygılarını azaltan bir durumdur. Youtube üzerinden reklam gelirleri ise çok değişkendir; izleyici kitlesi, demografisi, coğrafyası ve yaş grubuna göre farklılıklar gösterebilir. Ayrıca bizim içeriklerimiz kalıcı değil, günlük haber ve yorumlardan oluşmakta, onlar da hemen eskidiğinden ötürü ertesi güne ek gelir sağlamamaktadır... Şu ana kadar herhangi bir kurum, kuruluş, dernek, vakıf, STK, fon veya şirket ile reklam anlaşması yapmadım... Son olarak, gelirlerin artışı izlenme ile paralel olduğundan ve abonelerin yüzde 17'si ‘düzenli izleyici’ statüsünde alışkanlık gösterdiğinden dolayı yeni aboneler de ekonomik kazancı arttırmaktadır” (Özbek, 2020).

Haber, kamuoyunun ilgisini uyandırdığı sürece haberdır. Bir kere yayımlandıktan ve önemi kavrandıktan sonra “tarih” olur. Gazetecinin kas ve kafa emeğiyle hazırladığı bir haber, kullanım değerine sahip olmasına karşın stoklanabilir bir sermaye değildir. Özbek, haberin hemen eskiyen tabiatından dolayı, yayınladığı bir videonun ertesine güne gelir sağlamadığını belirtmiştir. Bu durum onu, gelirini sabitlemek adına her gün video hazırlamak zorunda bırakmaktadır. Bu çerçeveden

bakıldığında, Youtube’da gazetecilik yapanların eğlenceli içerikler üreten diğer Youtuber’lara nazaran dezavantajlı bir konumda oldukları söylenebilir. Söz gelimi, Enes Batur’un yayınladığı bir video günlerce, haftalarca, belki de yıllarca izlenmekteyken; Gökhan Özbek’in yayınladığı bir haber videosu tabiatı gereği kısa zamanda eskimektedir.

Güler’in belirttiği gibi (2018: 168), yaratılan içerik sayısı, abone sayısı, video görüntülenme sayısı, yorum sayısı gibi veriler birer ekonomik değere karşılık gelmekte ve bu veriler ancak Youtube yönetimi tarafından belirlenen düzeye geldiğinde kanallar reklam alabilmektedir. Reklam almak, böylece daha çok gelir elde etmek isteyen içerik üreticiler, hedef kitleyi genişletmek amacıyla çalışma zamanlarını arttırmakta, ayrıca içeriklerinin metinlerini de reklam verenlerin istekleri doğrultusunda hazırlamaktadır.

“Youtube kanallarının maddi manevi devamlılık arz etmesini sağlayan üretim ilişkileriyle” ilgili dördüncü soruya Genç şu yanıtı vermiştir:

“Üç kişi çalışıyoruz; röportajları yapan Erdem, montaj ve kameradan sorumlu Barış ve konuşan ben. Ekibimde çalışan arkadaşlarla yazılı bir anlaşmamız yok, on yılların açlığı ve parasızlığının verdiği, çok yakın arkadaş olmanın getirdiği bir güven ilişkisi var. Ancak şimdi Veryansın sitesini kurduk ve burada iş anlaşmamız mevcut... Tek başına sürdürülebilecek bir mecradır. Sonsuza kadar buradan konuşabilirim. Çünkü ben hikâyeleri milyonlara ulaştırmış, kitap baskısı toplamda iki üç milyona ulaştırmış bir yazarım; yani beni Leman'da yazdığım günlerden beri takip eden yüz binler var. Ayrıca hikâye yaza yaza, konferans vere vere hikâye anlatma becerim de gelişti. Teklemeden, tık demeden her girişti konuyu dramatize ederek anlatabiliyorum. Üstelik konuşmalarım sosyal kültür,

edebiyat, siyaset felsefesi ve siyaset kültürü üzerinedir. Teşekkür ederim” (Genç, 2019).

Nihat Genç, yıllar içinde edindiği etkili konuşma becerisinin sonsuz bir kullanım değeri taşıdığına inanmaktadır. Nitekim Veryansın TV'nin yaklaşık 122.000 aboneye ulaşmasının başlıca nedeni, Genç'in bu becerisinin gerek Youtube şirketi gerekse izleyiciler açısından kullanım değeri taşıyor olmasıdır. Video biçimine girdikten sonra artık “değişken bir sermaye” olan bu becerinin, ne kadar ücretle mübadele edileceği, yani değişim değerinin ne olacağı tamamen Youtube'un inisiyatifindedir.

“Tek başına bu yayınları yürütenler var, ancak benim teknoloji ile aramda mesafe olmasından da kaynaklanıyor, tek başıma yürütemiyorum yayınları. (Ayrıca) formatım ahkam kesmek değil, haber vermek üzerine olduğu için yardımcıları ihtiyacı duyuyorum. Onların giderlerini de diğer alanlardaki faaliyetlerden karşılamaya çalışıyoruz” (Oğhan, 2020).

Oğhan kanalındaki yayınları, yardımcılarının teknolojik bilgisinden (kafa emeğinden) yararlanarak yürüttüğünü belirtmiştir. Ancak yardımcılarıyla arasında teleolojik bir işbirliği mi, yoksa hiyerarşiye dayalı bir işbölümü mü olduğunu anlamamıza yetecek kadar bilgi paylaşmamıştır. (Alınan cevaplar böyle bir çıkarım için yeterli değildir.)

“Evet, Youtube üzerinden gazetecilik yapmak tek başına sürdürülebilir. En çok da okuyucu ve izleyicinin bizleri fonlamasıyla mümkündür. Keza reklam gelirleri hâlâ sembolik düzeyde olduğundan bizi destekleyen izleyici ve okuyuculara Patreon, Kreosus ve Youtube üyeliği olmak üzere üç farklı destek modeli sunuyoruz. Bu da bizlere

ortalama bir gazeteci geliri sağlıyor... Ben şimdilik tek kişi çalışıyorum. Ama izleyicilerimle, okurlarımla 'birliktelikçi gazetecilik' yaptığım ve özellikle de diplomasi ve dış politika haberleri ürettiğim için; 41 ülkeden teyit edilmiş, süreç içerisinde defalarca güven sağlamış, yüzü aşkın farklı meslek ve statüdeki okurlarımdan her gün en az 10 haber alıyorum. Kimisi kendi ülkesinde çıkan ama Türkiye'de yayınlanmayan bir haber, kimisi bir kupür, kimisi bir fotoğraf” (Özbek, 2020).

Özbek, kanalının yegâne sahibi olsa da içerik üretirken takipçilerinden destek almaktadır. “Birliktelikçi gazetecilik” adını verdiği bu süreç, 41 ülkeden muhtelif okurlarının soyut emeğiyle yürümektedir. Dolayısıyla Özbek ile takipçileri arasında bir ilişkiden ziyade (relation), bir etkileşim (interaction) olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır.

5. Sonuç

Yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular, mesleklerini Youtube’da icra eden gazetecilerin ekonomik açıdan çok rahat hissetmediklerini göstermiştir. Youtube hissedarlarının (burjuvazi üyelerinin) sabit sermayelerine karşılık, değişken bir sermayeyle üretim ilişkilerine dahil olan gazeteciler, ay sonunda ne kadar gelir elde edeceklerini öngörememektedirler. Nitekim Youtube ile kanal sahipleri arasında işbirliği değil, işbölümü; yani “ortaklık” kisvesine bürünmüş, hiyerarşiye dayalı bir tahakküm ilişkisi vardır. Youtube, videolara gelen çeşitli şikâyetler üzerine kanal sahiplerine reklam sınırlaması gibi cezalar verebilmekte ve onların aylık gelirlerini düşürebilmektedir. Diğer yandan Genç ve Oğhan, ürettikleri içeriklerden ötürü reklam veya sponsorluk anlaşması yapmalarının güç olduğuna dikkat çekmişlerdir.

Benzer şekilde Özbek de hiçbir kurum, kuruluş, dernek, vakıf, STK, fon ve şirketle reklam anlaşması yapmadığını vurgulamıştır. Elbette ki bu durum gazetecilerin geçim kaynaklarını daraltmaktadır. Son olarak, “haber” denilen olgu çabuk eskiyen bir tabiata sahip olduğundan, kafa ve kol emeğiyle hazırlanmış bir haber videosu da oldukça kısa bir süre kazanç sağlamaktadır. Dolayısıyla gazetecilerin, eğlenceli içerikler üreten diğer Youtuber’lara nazaran dezavantajlı bir konumda oldukları açıktır.

Kitlelerin bu platformda geçirdikleri süre, Youtube şirketi için önemli bir kullanım değeri taşımaktadır. Zira kullanıcıların tıklama alışkanlıkları, reklam veren şirketlere satılabilecek veri metalarına dönüşmektedir. Fakat reklam geliri elde eden Youtuber’ların sayısı arttığında, şirket ilgili politikasını değiştirme yoluna gitmekte, para kazanmayı zorlaştırmaktadır. Nitekim 2017’de, bir videosu 10.000 defa görüntülenme barajını aşan her kanal sahibi gelir elde etmeye başlayabilmekteyken; 2018’den itibaren şartlar kanal sahibi aleyhine değiştirilmiştir. Mevcut politika, son bir yıl içinde en az 4000 saat izlenmek ve en az 1000 aboneye sahip olmaktır.

Genç ve Oğhan siyasi baskılardan ötürü geleneksel medyadan uzaklaşıp Youtube’u tercih ettiğini belirtirken; Özbek bu platformun “birliktelikçi gazeteciliğe” imkân sağladığını, başka bir deyişle, takipçileriyle kurabildiği maddi manevi etkileşimin Twitter ve Youtube’a yönelmesinde başlıca dinamik olduğunu ifade etmiştir. Özbek ayrıca Türkiye futbol ligi maçları oynanırken Periscope’dan canlı yayın

yapılamadığını (hukuki sebeplerle), bunun da Youtube'a odaklanmasında bir başka faktör olduğunu öne sürmüştür.

Genç, yaklaşık 122.000 abonesi olan Veryansın TV'nin üç kişiyle kurulduğunu ve hâlen üç kişiyle yönetildiğini açıklamıştır. Özbek ise yaklaşık 38.600 abonesi bulunan kanalını tek başına kurmuştur ve hâlâ tek başına yönetmektedir. Son olarak Oğhan, kişi sayısı vermemekle birlikte yardımcıları olduğunu ifade etmiştir. Oğhan'ın yaklaşık 47.000 abonesi olan kanalını tek başına idare edememesinin nedenlerinden biri, ona göre teknolojiyle arasındaki mesafedir. Dolayısıyla Youtube gazeteciliğinin tek kişiyle veya bir ekiple icra edilebildiği görülmektedir. Bu konu, gazetecinin kişisel tercihinin ve/veya teknik becerisine bağlıdır.

Sonuç olarak, Youtube şirketi kullanıcılarının soyut emeğini açıkça sömürmektedir, fakat üç gazeteci de geleneksel medyadaki tekelleşmelerden ve teknolojinin getirdiği hızlı etkileşim imkânından dolayı bu platformdan kısa vadede vazgeçecek gibi görünmemektedir. Bu makale, yeni nesil gazetecilere bağımsız internet yayıncılığına yönelmelerini, ancak kendi yayın organlarını inşa ederek (mesela Yavuz Oğhan'ın yaptığı gibi müstakil bir internet gazetesi kurarak) Youtube'un tekelinden kurtulmalarını önermektedir.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2006). *Türkiye’de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*. Ankara: Ütopya Yayınevi, s.218.
- Agger, B. (2011). *Sanal Benlik*. Volkan Hacıoğlu (Çev.). İstanbul: Babil Yayınları, s.158, 220.
- Çakmur, B. (1998). Kültürel Üretim Ekonomisi Politigi: Kültürün Metalaşmasında Genel Eğilimler. (Ed: Halil Nalçaoğlu). *Kültür ve İletişim Dergisi*, 1(2), Yaz Sayısı, s.138.
- Dağtaş, B. (2009). *Reklam, Kültür, Toplum*. Ankara: Ütopya Yayınevi, s.90.
- Fuchs, C. (2015). *Dijital Emek ve Karl Marx*. Tahir Emre Kalaycı ve Senem Oğuz (Çev.). Ankara: NotaBene Yayınları, s.11-12.
- Güler, M. (2018). Dijitalleşen Kapitalizmin Yeni Aktörleri: Youtuberlar. *Intermedia International e-Journal*, 5(9), s.147, 151, 152, 159, 160, 168.
- Marx, K. (1979). *Grundrisse, Ekonomi Politigin Eleştirisi İçin Ön Çalışma*. (Ed: Sevan Nişanyan). İstanbul: Birikim Yayınları. (Orijinal Eser: 1953), s.29, 291.
- Marx, K. (2003). *Kapital Birinci Cilt*. Alaattin Bilgi (Çev.). (s.281). <https://www.marxists.org/turkce/m-e/kapital/kapital1.pdf> (Özgün eser 1867 tarihlidir. Siteye son erişim tarihi 12 Ocak 2020’dir.)
- Mcluhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Londra: Routledge, s.23 ve 198.

- Mora, N. (2008). *Medya Çalışmaları: Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. İstanbul: Alt Kitap, s.36.
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. (Second edition). London: Sage Publications, s.25.
- Standing, G. (2014). *Precariat: The New Dangerous Class*. New York: Bloomsbury Academic, s.19.
- Stevenson, N. (2008). *Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*. Ankara: Ütopya Yayınevi, s.208.
- Toffler, A. (2008). *Üçüncü Dalga: Bir Fütürist Ekonomi Analizi Klasığı*. Selim Yeniçeri (Çev.). İstanbul: Koridor Yayıncılık, s.340.
- Williams, R. (1980). *Culture and Materialism*. London: Verso Books, s.50.
- Yıldız, A. (2018). Gazeteciliğin Geleceği Açısından Türkiye’de Patronsuz Gazetecilik. *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 47, s.67 ve 73.
- Youtube İş Ortağı Programı. (2018). Erişim adresi <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=tr>

Görüşmeler

- Nihat Genç ile 20.12.2019 tarihinde gerçekleştirilen kişisel iletişim.
- Yavuz Oğhan ile 06.01.2020 tarihinde gerçekleştirilen kişisel iletişim.
- Gökhan Özbek ile 05.01.2020 tarihinde gerçekleştirilen kişisel iletişim.



IKSAD

Publishing House



978-625-7914-19-2