

MEDYA-SİYASET-İKTİDAR ÜÇGENİNDE MEDYA GERÇEĞİ

Sedat Şimşek*

ÖZET

Medya organları özgür ülkelerde insanların gözü kulağı konumundadır. Fakat bazı durumlarda medya organları bağlı oldukları medya patronu veya diğer güçlerin etkisi altında kalarak haber vermektedirler. Medya organlarının asıl görevleri verdikleri tarafsız haberler ile insanların doğru bir şekilde bilgilenmelerini sağlamaktır. Ancak bu görevlerini her zaman doğru bir şekilde yerine getirememektedirler.

Günümüzde medya organları bir tarafın görüşlerini diğerine göre daha çok gündeme taşımaktadır; bu davranış şekli de basın etiği, ülke gerekleri ve toplum yaşamıyla örtüşmemektedir. Başka alanlarda faaliyet gösterirken medya alanında da söz sahibi olan (çapraz mülkiyet kavramı çerçevesinde) patronlar gerek kendi çıkarlarını korumak gerekse ekonomik ya da siyasi olsun ülke gündeminde söz sahibi olabilmek için taraflı davranışlar sergilemektedirler. Bazen kendi çıkarları bazen de başkalarının çıkarları için medya organlarının serbest hareket etmesine engel olmaktadır. Eşdeyişle istedikleri konuların manşetlere ya da ekranlara çıkmasını sağlamaktadırlar. Konunun önemi nedeniyle bu alanda propaganda modeli gibi modeller geliştirilmiş ve ilgililerin dikkatine sunulmuştur.

Bu çalışmada ise taraflı davranış sergilediği düşünülen medya organlarının 2009 yerel seçimleri çerçevesinde nasıl hareket ettikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlardan ise medya organlarının mevcut hükümetler ve muhalefet partilerinden herhangi birinin lehinde ya da aleyhinde davranış sergiledikleri belirlenmiştir. Yapılan uygulama çalışmasıyla da konu örneklerle desteklenmeye çalışmıştır.

Anahtar sözcükler: Medya, siyaset, iktidar, seçim.

MEDIA PHENOMENON IN THE TRIANGLE OF MEDIA, POLICY AND GOVERNMENT

ABSTRACT

Mass media instruments are in the condition of eyes and ears of the people in liberal countries. However, in some conditions, media organs could give the news under the effects of the employers they belong to or other powers. The main task of media instruments is that they have got to provide their readers with accurate information. However, they may not be able to perform their tasks accurately.

Nowadays, media instruments emphasize the sense of a group more strongly than others, and this attitude conflicts with media ethics, the facts of the country and traditions of the society. As well as their businesses in other sectors, bosses also working in media sector display subjective behaviours in order to come to the forth in the agenda of the country in both economic and political ways. They sometimes prevent media organs from working liberally in terms of their own benefits or the benefits of other groups. In other words, they cause the subjects in favour of them to come to the forth in the papers or screens. Because of the significance of the subject, even some propaganda methods have been developed and started to be used in media sector.

However, in this study, mass media instruments considered to behave subjectively during 2009 local elections were tried to determine how to display their attitudes. As a result of the accumulated data, it was detected that the mass media instruments showed up subjective approaches in favour of the political parties or groups they supported. With the help of the applied trials, this notion was tried to be supported.

Keywords: Media, policy, government, election.

* Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

GİRİŞ

Medya organlarının insanları eğlendirmek, eğitmek ve bilgilendirmek gibi birçok işlevi bulunmaktadır. Toplum hayatı içinde yaşayan bireyler bu ihtiyaçlarını kitle iletişim aracı olarak da nitelendirilen bu medya organlarından sağlamaktadırlar. Çevrelerinde olup biten olaylar hakkında bilgi almak, boş zamanlarını hoş bir şekilde geçirmek için eğlence programlarını seyretmek, magazin sayfalarını okumak, ülke ve dünya ekonomisinde olup bitenleri öğrenerek birikimlerine yön vermek, hastalıklarıyla ilgili ya da fazla kilolarından kurtulmak için diyet uzmanlarının görüşlerinden faydalanmak gibi insanları yakından ilgilendiren konuları işleyen medya organları verdikleri siyasi haberlerle de ülke yönetimi hakkında çoğu zaman söz sahibi olabilmektedir. Demokrasilerin olmazsa olmazı, yasama yürütme ve yargı organlarından sonra kendinden dördüncü güç olarak bahsettiren medya organları toplumun gündemini oluşturmak için birçok habere imza atmaktadırlar.

Kitle iletişim etkileri hakkında ortaya atılan hipotezlerin içinde yaşamını sürdüren hatta son zamanlarda serpilip gelişen bir tanesi, kitle iletişim araçlarının bazı konulara ilgi duyarak ve diğerlerini göz ardı ederek kamuoyu üzerinde etki yapacağını ileri süren “Gündem Koyma ve Saptama” modelidir. Bu modele göre insanlar kitle iletişim araçlarının ilgilendiği şeyleri bilmek ve değişik konulara verdikleri öncelik sırasını kabul etmek eğilimini göstermektedirler. Eşdeşiyle McCombs ve Shaw’ın 1972 yılında ortaya koydukları “Gündem Koyma ve Saptama” modelinde, izleyici kamusal ve diğer konularla ilgili haberleri kitle iletişim araçları vasıtasıyla öğrenmekle kalmaz, bir konuya ne kadar önem vereceklerini kitle iletişim araçlarının bunlara verdikleri önemden öğrenirler (McQuail ve Windahl 2005: 132). Medyanın kamuya, ne düşüneceğini değil ancak daha çok ne hakkında düşüneceğini söylemedeki başarısının ön gerçek olarak kabul eden (Yüksel 2001:25) bu yaklaşımının aynı zamanda etki araştırmaları içinde birçok yaklaşımla örneğin sessizlik sarmalı, bant vagon, sosyal hareketler, haber olaylarının yayılması, eğlence, eğitim, medya savunuculuğu, Hollywood lobi stratejileri, medya eşik bekliliği, medya sistem bağımlılığı ve propaganda analizi ile ilgili olduğu kabul edilmektedir. Gündem belir-

leme yaklaşımının, özellikle iletişimcilerin her çeşit haber, mesaj, içeriği seçme, süzme değerlendirme, değiştirme hakkına sahip olduğu hareket tarzını işaret eden, eşik bekliliği kavramının devamı olduğu işaret edilmektedir (Terkan 2005: 34-35). Eşik bekliliği kavramı başka bir ifadeyle; bir mesajın medya organları aracılığıyla, bireysel izleyici veya dinleyicilere iletilirken bu mesaja müdahale eden kişilere verilen isimdir (Yüksel 2001: 25).

Gündem belirleme yaklaşımı ile bağımlı olduğu düşünülen ve Elisabeth Noelle-Neumann tarafından geliştirilen “Sessizlik Sarmalı Modeli”nde de insanlar toplum içinde yalnız kalmak istemedikleri için toplumun genelinin kabul ettiği fikirleri kabul etmiş gibi görünürler ve onlarla beraber hareket ederler (Mcquail ve Windal 2005: 146). Bu da göstermektedir ki toplumun gündemini belirleyen kitle iletişim araçlarının etkisinde kalan topluluklar, kararsız olan yalnız kalmaktan korkan bireylerin katılımıyla büyük bir güç haline gelmekte ve toplumun çeşitli kararlar vermesinde (iktidarı seçme vb.) etkili olmaktadır.

Aslında medya organları halkın bilgilenmesinden ziyade haberleri manşetlerinde ve ana haber bültenlerinde kendi önem sıralarına göre vermektedirler. Fakat insanların büyük bir kısmı onların verdiği önem sırasını benimseyerek haberleri önemliden önemsiz doğru değerlendirmektedirler. Çünkü bireylerin çevresinde olup bitenlerin tamamını öğrenmeleri veya kendilerini yönetecek siyasi vekillerin her birini birebir tanımaları mümkün değildir. Özellikle siyasi seçimlerin (yerel veya genel) olduğu dönemlerde medya organlarının siyasi partilerin haberlerine verdikleri önem sırası ya da her hangi bir siyasi partinin görüşlerini diğerine göre daha fazla ya da daha az yer vermesi o ülkenin geleceği için önemli rol oynayabilmektedir. Çünkü medya organlarının, ülkenin geleceğinde söz sahibi olacak siyasi parti veya partilerinin alacakları oy miktarını belirleyecek seçmen kitlesini, verdikleri haberlerle yönlendirmeleri mümkün olabilmektedir.

Medya ile toplum arasında var olduğu farzedilen bir sözleşme gereği medya bazı yükümlülüklerin altındadır. Bu nedenle meydanının etik açıdan uygun faaliyet gösterebilmesinin temel koşulu, insanların hayatını ilgilendiren önemli konuları doğru ve eksiksiz bir biçimde haber yapmasıdır. Medya organlarının uymakla yü-

kümlü olduğu düşünülen en alt düzeydeki etik sınırlamalar, sadece haberin doğru verilmesi, gerçeğe uygunluğu ve nesnelliği gibi konuları kapsamamakta haberin gerçekleştiği bağlamın da doğru ve tam bir biçimde aktarılmasını da kapsamaktadır. Başka bir ifadeyle gazetecilerin etik yükümlülüğü olayları doğru bir biçimde yani gerçekleştiği biçimde aktarmaktır (Çaplı 2002: 88). Fakat günümüzde durum böyle olmadığı için bu çalışmada işlendiği üzere de medya organları; dünyanın içinde bulunduğu siyasi konjonktürde insanların siyasi kararlarını verirken, onları verdikleri haberlerle yönlendirirken, kendilerini de daha güçlü kılmak (ekonomik ve diğer alanlarda) adına iktidar partileri veya iktidar partisi adaylarıyla verdikleri haberler aracılığıyla iyi diyaloglar kurma peşindedirler. Bu da doğal olarak medya organlarının; toplum içinde bir tarafa yönelik haberleri daha fazla önemsemelerini ve bu şekilde düzenlenmelerini beraberinde getirmektedir.

MEDYA KAVRAMI VE MEDYA HAKKINDAKİ POLEMİKLER

Halkın gözü kulağı olan medyanın yöneticileri haber konusundaki seçimlerinin, mesleki ve nesnel ölçütlere dayandığını, tarafsızlık ilkesine bağlı olduğunu iddia etmektedirler. Medya yöneticilerinin bu iddiaları toplum içinde aydın kesim olarak nitelendirilen okumuşlar tarafından da destek bulunmaktadır. Bununla beraber güçlü kesimler haber söyleminin ilkelerini belirleyebiliyorlarsa, halkın neyi okuyup-seyredip-dinleyebileceğine ve eşdeyişle ne düşüneceğine karar verebiliyorlarsa (Herman ve Chomsky 1998: 9-10) bağımsız bir medyanın değil işini doğru düzgün yapmayan hatta taraflı bir medyanın varlığından söz edilebilir.

Dünya üzerinde birçok medya profesyoneli habercilik olayında tarafsızlığın sağlanmasının hayali bir şey olduğu görüşünde birleşmektedirler (İnceoğlu 1994: 35, Çaplı 2002: 88). Çünkü medya organları, sektörün acımasızlığı içinde varlığını sürdürebilmek, hayatını idame ettirebilmek, maddi olarak gelirinin devamını sağlayabilmek için tarafsız bir şekilde ve hür irade ile hareket etme olayını bir kenara bırakmak zorunda kalmaktadır. Taraf tutan medya kavramı tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de varlığını sürdürmektedir. Vereceği bağımsız ve tarafsız haberler aracılığıyla demokrasilerin dördüncü gücü olan medya organları, halkın doğru haberleri zamanında alabilmesi için

gayret göstermesi gerekirken, çeşitli sebeplerden dolayı bazı çıkar çevrelerinin söylediklerini yapmaktadır. Medya organları bazen özel sektörün sahipliği ve baskısı sonucu bazen de devlet yaptırımları sonucu bu şekilde hareket etmektedir.

Medya grubuna dahil olan egemen güçler (asıl işi medya olan veya medyaya dışardan giren sermaye grupları) kendileri de aynı şeyi yapmalarına rağmen rakiplerini sürekli kitle iletişim araçlarını silah olarak bu araçlarda gazetecilik yapan medya profesyonellerini ise tetikçi olarak kullanmakla eleştirmişlerdir (Sönmez 2003: 9). Tetikçi olarak nitelendirilen bu haber adamları çalıştıkları grupların lehine, diğer grupların ise aleyhine haber yaparak yanlı bir tavır sergilemektedirler. Asıl işi medya olmayan ancak medyanın gücünü kullanmak için giren sermaye sahiplerinin hegemonyası yanı sıra kağıt fiyatları üzerinde oynanan oyunlar, resmi ilanlar, devlet bankalarının verdiği ucuz krediler, yatırım teşvikleri, devletin ekonomik kuruluşlarının reklam bütçeleri (Sönmez’den aktaran Cangöz: 2008) gibi enstrümanlar aracılığıyla devlet baskıları medyayı ister istemez yanlı haber yapmaya itmektedir.

1960’lı yıllarda gazeteler yayıncının düşüncesi doğrultusunda ya da yazı işlerinin çalışanlarının bilinçli olarak taraf tutmaları bakımından eleştirilseler de geçmiş yıllar içinde yapılan en ilgi çekici eleştiri, gazetecilerin istemeden veya farkında olmadan “siyasi” oldukları eleştirisidir (İnceoğlu 1994: 35). Bu siyasi olma durumu ilk başlarda gazeteciye veya gazeteciliğini icra ettiği medya organına çıkar sağlar gibi görünse de zamanla kendi kendini vuran bir mekanizmaya dönüşebilmektedir.

Edward Fouhy yaşadığı bir olayla yandaş medya (tarafli medya-siyasileşmiş medya vb.) çıkmasının ilerleyen dönemlerde aynı medya organını nasıl sıkıntıya sokabildiğini yaşadığı şu olayla dile getirmektedir.

“Askeri diktatörlükten demokrasiye geçmiş bir ülkedeydim. Devletin televizyon yayın şebekesini, haberler müdürü ile birlikte ziyaret etmekte idik. Kendisi bana ‘bizim yaptığımız haber yayınlarına inanmaları için ne yapabiliriz’ dedi. Ben ‘ne demek istiyorsunuz’ dedim. ‘Yakınlarda bir anket yaptırarak ve televizyon seyredenlerden sadece % 25’inin söylediklerimizden inandıkları ortaya çıktı’ dedi. ‘Olay nedir’

dedim. 'Yıllardan beri, askeri hükümet, liderlerinin her akşam haberlerde televizyonda görünmesi için ısrar etmekteydi. Kendileri de liderlerinin haberlerde gözükmeleri için ellerinden geleni yapmaktaydılar. Dolayısıyla inanabilirliğimizi kaybettik, halk için itimat edilebilirliğimizi kaybettik. Bunun geri gelmesi çok zaman alır mı?' dedi. 'Evet' dedim, alır. Gazeteci uzun zamandır, demokraside, inanabilirliğin çok kıymetli, çabuk kırılan bir şey olduğunu öğrenmiştir; ancak daha önce belirttiğimiz gibi, elimizde olan tek şey de budur. Konferansa katılanlardan birine daha evvel dediğimiz gibi, elimizde olan tek şey odur. Dolayısıyla evvelce kendisine verdiğim reçeteyi yine vereceğim. 'Yaptığınız işi uzun süre mümkün olduğunca dürüst olarak yapın.' Diyerek haber adamlarına yol göstermektedir (aktaran Şahin 1997: 186).

Amerikan Senatör'lerinden Joseph McCarthy bir haberi doğrudan yalın haliyle tarafsız bir şekilde yazan muhabiri 'deli gömleği giymiş muhabir' olarak nitelermektedir. McCarthy'nin bu değerlendirmesine birçok gözlemciye katılmaktadır. Gazetecileri siyasi çıkarları için kullanmaktan sakınmayan McCarthy hakkında Richard Rovere "Muhabirleri adeta Pavlov'un köpekleri gibi kullanırdı" diye ifade etmiştir (İnceoğlu 1994: 35-36). Bu da göstermektedir ki gazeteciler, siyasiler için kendi çıkarları için haber yapmaktan başka bir işe yaramayan ara elemanlarından başka bir şey değildir. Ancak bu tür siyasetçiler sadece Amerika'da değil dünyanın her yerinde bulunmaktadır.

Kendi çıkarları için siyasilerin şahsi emellerine hizmet eden gazeteciler ve bunların görev yaptıkları, bir tarafı diğerine göre daha çok gözetmen medyanın yanı sıra; demokrasilerin dördüncü gücü olmanın farkında olarak işini dürüstçe yapan, insanları dünyada ve kendi ülkesinde olup bitenlerle ilgili doğru bilgilendiren medya organları da bulunmaktadır. Fakat gerçek işi olan haberciliği hakkıyla yapan bu medya kuruluşlarının sayısı diğerlerine göre oldukça azdır.

ULUSAL (YAYGIN) BASINDA TARAFLLIK SORUNU

Medya pahalı bir sektördür. Köşe yazarlarının bir çoğunun aldığı astronomik transfer ücretleri ve maaşlar, her gün değişen teknolojiye ayak uydurmak, dev medya plazalarını ayakta tut-

mak, çalışanların sosyal hak ve maaşlarını karşılamak vb. gerçekten medyayı büyük bir ekonomik baskı altına sokmaktadır. Bu ekonomik baskıları azaltmak anlamında siyasi iktidarlara yakın olma çabası medyayı ister istemez bazı taraflara daha yakın olma zorunluluğunu ortaya çıkarmaktadır. Örneğin Turgut Özal döneminde siyasi iktidarın medya organları üzerindeki etkisi artmış, medya organlarına verilen teşvikler, imtiyazlar Babiâli yokuşunda bulunan küçük ve yetersiz medya binalarından İkitelli'de bulunan dev medya plazalarına geçiş dönemini başlatmıştır. Tabii ki bu değişimin bir bedeli bulunmaktadır. Bu bedel ise siyasi iktidarın veya siyasetçilerin medya üzerinde etkin bir konuma gelmeleridir. Medya organları kendilerine imtiyaz sağlayan siyasetçilerin istediklerini yapar hale gelmişlerdir. Bu medya organları kendi görüşlerinden ziyade halkın gözünde itibar kazanmak veya seçim kazanmak isteyen siyasetçilerin görüşlerini dile getirmeye başlamışlar hatta iktidara geldiği zaman medya siyasetçi ilişkisini keseceğini söyleyenler dahi medya organlarını kendi çıkarları için kullanmaktan geri kalmamışlardır (Gürel 2008).

Türk medyasına dış sermaye olarak giren ve Anti-Doğan grubunun içinde yer alan Çukurova Grubunun Başkanı Mehmet Emin Karamehmet 19 Haziran 2002 tarihinde sahibi olduğu Pamukbank'a Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından el konulup kapatılınca, medya güçlerini tahkim etmek için sahibi olduğu Show Tv ve Akşam Gazete'sinin başına Doğan Grubu'ndan Tuncay Özkan ile Nurcan Akad'ı transfer etmiştir. Bu sayede Doğan Grubu'nun her atağına vakit kaybetmeden cevap veren Karamehmet astronomik transfer ücretleri ödediği bu gazetecilere rakipleri ile ilgili 'Kirlî Çamaşlırları' bulmaları ve yayınlamaları için talimat üzerine talimat vermiştir. Bu düşünce doğrultusunda 9 Ekim 2002 tarihli Akşam Gazetesi'nde daha önce Bozüyük'te Ak Parti Genel Başkanı Tayip Erdoğan ile toplantı yapan, üç batık bankanın patronu, M. Emin Karamehmet, Toprak Holding'in sahibi Halis Toprak ve Süzer Holdingin sahibi Mustafa Süzer'in Doğan Grubu yayın organlarında çıkan 'Gizli Pazarlık' haberlerine karşılık olarak, Aydın Doğan'ın işadamı Mustafa Özkan'ın yalısında CHP Başkanı Deniz Baykal'la buluştuğu, Doğan Grubunun Frankfurt'taki matbaasının açılışı için özel uçakla Tayyip Erdoğan dahil bir çok siyasi lideri götürdüğü,

birçok parti liderini Çamlıca'daki evinde defalarca ağırladığı gibi haber bombardımanına başlamıştır (Sönmez 2003: 19-20). Bu ve buna benzer olaylar siyasileri etkilemek için basın organlarının nasıl bir silah olarak kullanıldığını göstermekle birlikte taraf tutan medya kavramının varlığını açık bir şekilde gözler önüne sermektedir. Medya organları patronlarının çıkarlarını korumak için siyasi parti ve bu siyasi partilerin yöneticileri ile ilgili işlerine geldiği gibi olumlu-olumsuz haber yapmaktan hiç çekinmemektedirler.

Türkiye'de medya yapılanmasında kendinden söz ettiren ve mevcut duruma göre gerek kendi işleri yoluna koymak için olsun gerekse çıkarları doğrultusunda diğer sermaye sahiplerinin olumsuz yönlerini ortaya koymak adına olsun hareket eden Doğan ve Anti-Doğan olmak üzere iki büyük grup bulunmaktaydı. Doğan grubu bazı artı ve eksileri ile bugün yoluna devam ederken, Anti-Doğan Grubu içinde bulunan Karamehmet, Bilgin, Ciner ve Uzan gruplarından günümüzde sadece Karamehmet grubu bazı kayıplarla yoluna devam ederken, 1 Mart 2009'da Haber Türk Gazetesi ile tekrar medya alanına giren Turgay Ciner de tekrar bu yarışa katılmıştır. Fatih Altaylı'nın genel yayın yönetmenliğinde, kuşe kağıda basılı 5 farklı gazete halinde çıkarılan Haber Türk gazetesi diğer gazetelere göre daha küçük boyutlarda çıkmakta ve 200-250 bin civarlarında bir tirajla okuyucusuyla buluşmaktadır.

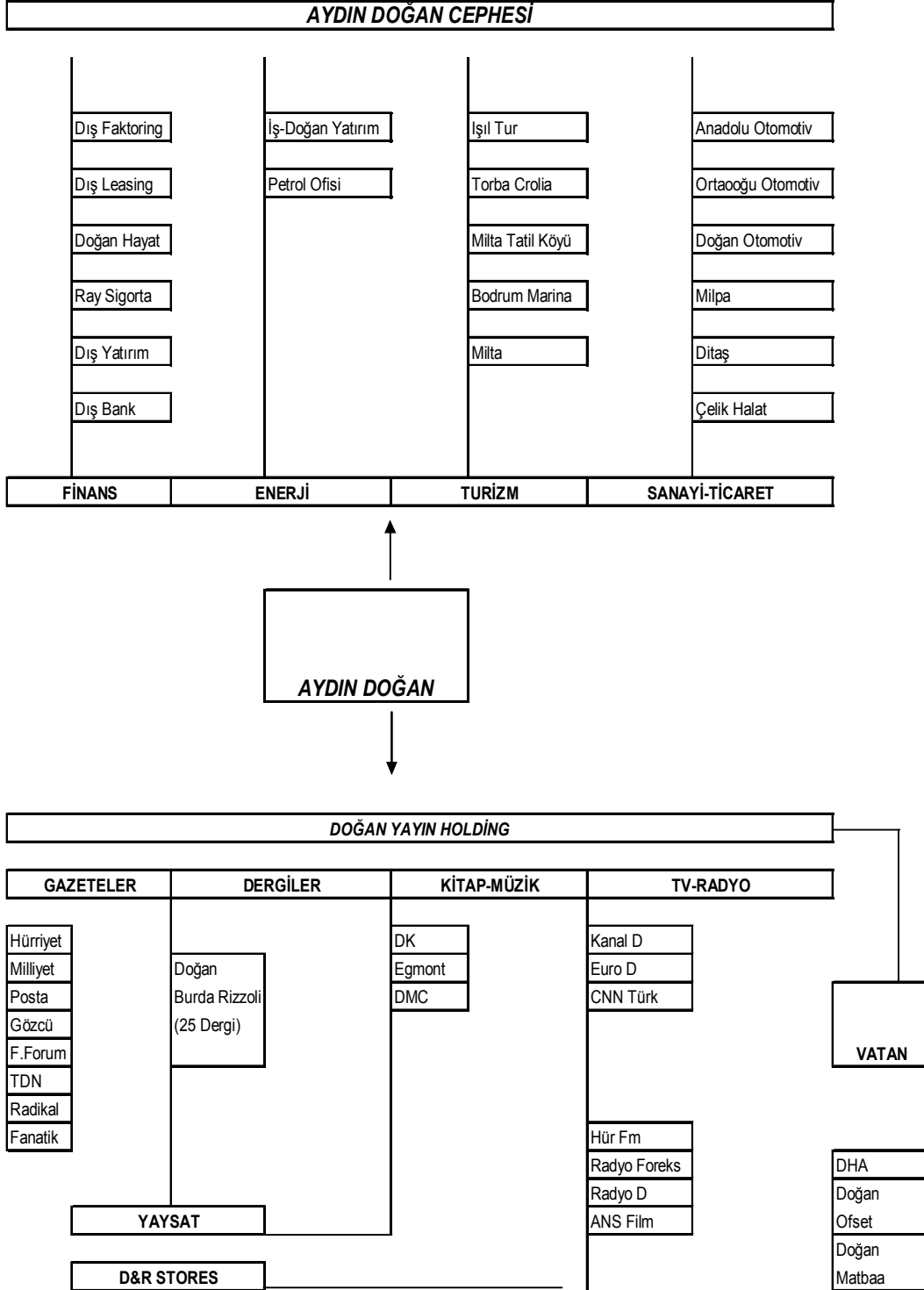
Doğan Grubu ve gücünü kaybeden Anti-Doğan Grubunun güçlerinin maksimum seviyede olduğu dönemlerdeki sahip oldukları medya dışı ve medyaya dair şirketleri aşağıdaki tablolarla sunulmuştur. Bu tablolar bize göstermektedir ki Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede siyaset, iktidar, ticaret ortamlarında söz sahibi olabilmek için illa ki medya sektöründe de adından söz ettirmek gerekmektedir. Bu grupların yapılarından anlaşılacağı gibi de her sermaye grubu varlığını sürdürebilmek için büyük ya da küçük bir medya organına sahip olmuştur.

Günümüzde, daha önce de değinildiği üzere Doğan grubu bazı eksiler ve artılar ile yoluna devam ederken; Uzan, Dinç Bilgin ve Turgay Ciner grubu dağılmış (1 Mart 2009 da Haber Türk'ü yayın hayatına kazandırmıştır) ancak Mehmet Emin Karamehmet'in sahibi olduğu Çukurova grubu önemli eksikliklerle (Pamuk-

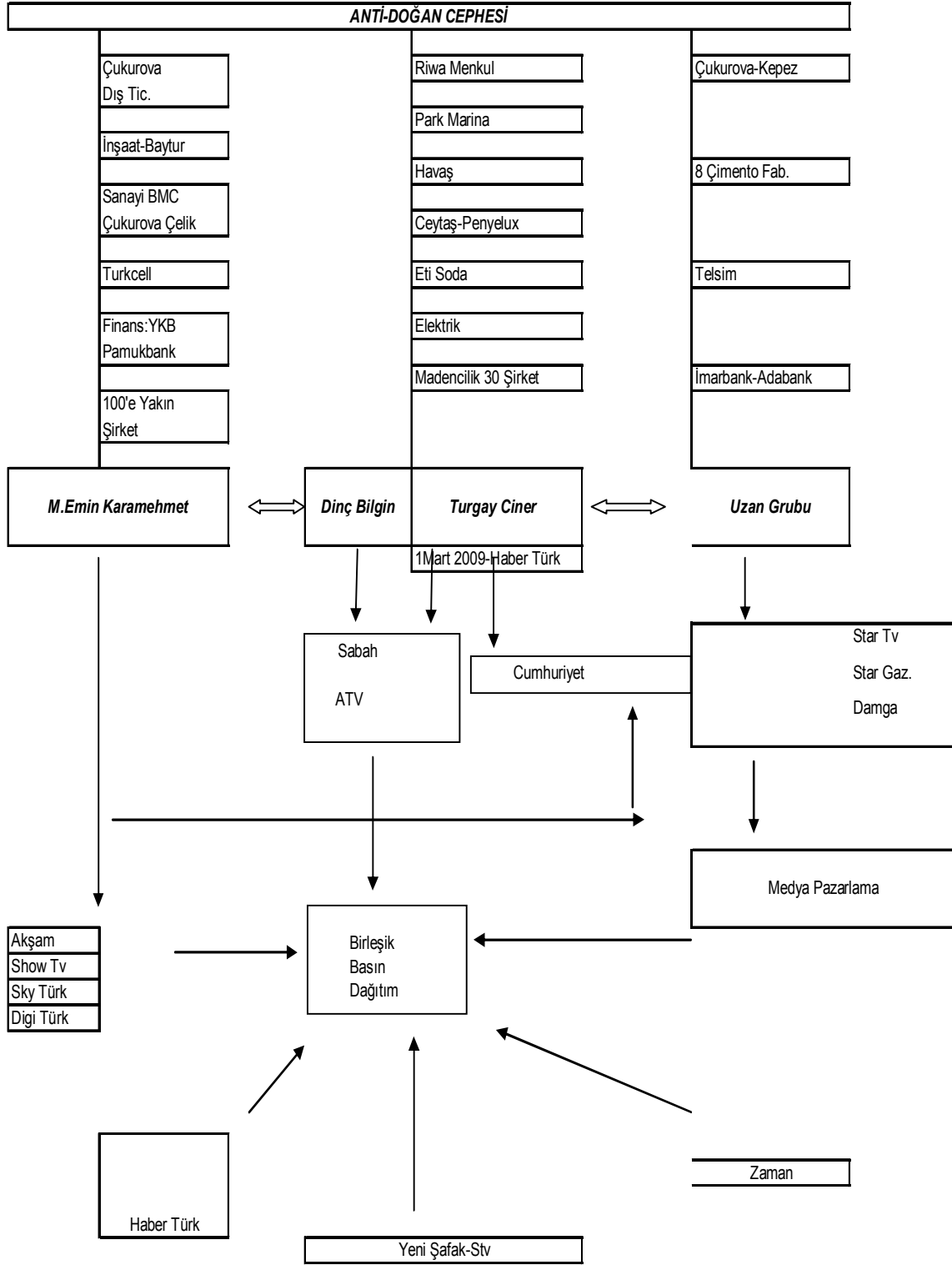
bank, Yapı Kredi Bankası vb.) ayakta kalmaya çalışmaktadır. Karamehmet grubu 20.Yüzyılın yükselen değeri olan GSM sektörü (Turkcell) sayesinde bunu başarabilmiştir. Bu gruplar medya organları yanı sıra dağıtım ağlarını da ellerinde bulundurmaktadırlar. Muhafazakâr olarak nitelendirilen Yeni Şafak ve Zaman gibi gazetelerin dağıtımını da yine Sabah ve Hürriyet gazeteleri ortaklığında 1993 yılında kurulan Birleşik Basın Dağıtım tarafından yapılmakta (Wikipedia 2008) ve diğer medya grupları üzerinde baskısını dağıtım alanında da hissettirmektedir.

Bu gruplardan sadece İzmir'li bir ailenin oğlu olan ve Yeni Asır gazetesi'nin velihtü Dinç Bilgin gazetecilik sektöründen gelmektedir. Doğan, Uzan, Karamehmet ve Ciner grupları medyaya sonradan giren medya dışı sermaye diye adlandırılan ve medyayı bir silah gazetecileri ise tetikçi zihniyetinde değerlendiren gruplardır. Fakat değişen bir şey olmamış Dinç Bilgin'de İzmir Bölgesi'nde ulusal basından fazla satan ve fazla reklam alan Yeni Asır gazetesine benzer bir yerel medya kurmak hedefiyle geldiği İstanbul'da Sabah gazetesi ile birlikte kendisini kurtlar sofrasında bulmuştur. Bu kurtlar sofrasına ise, halkı bilgilendirmekten ziyade ülke siyasetini nasıl yönlendiririz düşüncesi hâkimdir. Dinç Bilgin'de Sabah'la birlikte bu sofrada önemli misafirlerden birisi konumuna gelmiştir. Sabah'ın ilk yıllarında gazete, Başbakan olan Özal'ın Cumhurbaşkanı olarak Çankaya köşküne çıkışına, siyasi yasaklı Süleyman Demirel'in siyaset sahnesine dönüşüne, Çankaya Köşküne çıkışına ve inişine, Ahmet Necdet Sezer'in Cumhurbaşkanı oluşuna, Mesut Yılmaz, Tansu Çiller, Necmettin Erbakan ve Bülent Ecevit'in başbakanlık dönemlerine, ekonomik krizlere, 28 Şubat sürecine şahitlik etmiştir. Ancak Sabah gazetesi bu dönemlerde sadece şahit değil aynı zamanda taraf olması ile de (Seymen 2001: 7) yandaş medya olayına örnek teşkil etmiştir. Refahiyol hükümetinin iş başına gelişinden başlamak üzere gerek yazılı gerekse görsel medya organlarının Türkiye'nin gündemini belirleme çabaları ağırlık kazanmıştır. Bu dönemde öncelikle Doğan grubu dönemin hükümet ve yöneticileri aleyhine yayın yaparken Sabah grubu bu yanlı yayına katılmak yerine aksine haberlere imza atmıştır. Fakat bir süre sonra kamuoyundan, Doğan grubunun yayınlarına gelen tasvip nedeniyle Sabah gazetesi de hükümetin aleyhinde

yanlı haber yapmaya başlamıştır (Güner 1999: 263). Çünkü amaç halkı bilgilendirmekten ziyade kendi çıkarları doğrultusunda haber yapmak olunca bu dönüş çok da zor olmamış gibi görünmektedir



(Sönmez 2003:26)



(Sönmez 2003:27).

Dünya üzerinde birçok örneklerinin de görüldüğü üzere yanlı medya-tarafli medya olgusu birçok bilim dalında olduğu gibi iletişim alanında da bazı incelenmelere ve modellere konu olmuştur. Bu modellerden birisi olan ve iletişim alanında geliştirilen bununla birlikte kitle iletişim araçlarını baz alan ayrıca tarafli medya örneği olma adına, devlet ya da özel çıkar sağlama konusunda destekçi olan medya organlarını inceleyen modellerden birisi “Propaganda Modeli”dir. Herman ve Chomsky gibi yazarlar tarafından geliştirilen ‘Propaganda Modeli’ taraf olan medya konusunda insanlara farklı bir yaklaşım sunmaktadır.

MEDYANIN ÇIKAR VE SEÇİMLERİNİ İNCELEYEN PROPAGANDA MODELİ

Medya siyasete göre genç olmakla birlikte zaman içinde merkezîyetçilikten çok çabuk sıyrılmıştır. Medyanın kendisi ile birlikte globalleştiği en önemli unsur siyaset olmuştur (Filiz 2008: 39). Siyasetin ise propagandasını yapabileceği en önemli silahı medya organlarıdır. Medya organları da var olduğu günden bugüne birilerinin ya da grupların eşdeyişle siyasilerin veya siyasi iktidarların sesi olmuştur. Ancak bu ses çoğunlukla taraflilığı da beraberinde getirmiştir. İşte bu taraflilik olayını inceleyen modellerden birisi de propaganda modelidir.

Tarafli haber veren medya kavramı çerçevesinde medyanın çıkar ve haber seçimlerine çeşitli düzeylerde etkisi üzerine yoğunlaşan propaganda modeli daha önce de değinildiği üzere Herman ve Chomsky tarafından oluşturulmuştur. Bu iki düşünce adamının propaganda modelini ortaya koymalarındaki ana sebep medyanın devlete ve özel sektör etkinliklerine hükmeden özel çıkarlara destek sağlama işlevini üstlenmiş olmasıdır. Medyanın nelere önem verdiğini neleri ise ihmal ettiğini anlamak ve olayın iç yüzünü bütün çıplaklığıyla görebilmek için medyanın bu sınırlar çerçevesinde incelenmesi gerekmektedir (Herman ve Chomsky 1998: 9). Propaganda modelinin en önemli öğeleri ise;

*Egemen medya şirketlerinin büyüklüğü, yoğunlaşmış mülkiyeti, kar amaçlı oluşu ve sahiplerinin serveti.

*Reklamcılığın medyanın en önemli gelir kaynağı olması,

*Medyanın, iki temel kaynak ve iktidar odağı olan hükümet ile iş çevrelerinden ve bunların mali destek sağlayıp onayladığı uzmanlardan sağladığı bilgileri temel alması,

*Medyayı hizaya sokmak amacıyla kullanılan bir yöntem olan medyaya yönelik tepki üretimi,

*Ulusal bir din ve bir denetleme mekanizması olan anti-komünizm.

İşlenmemiş haber malzemeleri basılmaya uygun hale gelinceye kadar bu süzgeçlerden geçmek zorundadır. Adı geçen bu süzgeçler söylemin ve yorumun ilkelerini belirlemektedir. Eşdeyişle neyin öncelikle haber olabileceğini tanımlarlar. Bu maddeler çerçevesinde haberler üzerinde yapılan kısıtlamalar ve denetlemeler öyle güçlü ve sistemin içinde o kadar esaslı bir yere sahiptir ki, haber seçiminde alınacak başka bir kuralı hayal etmek bile çok zordur ((Herman ve Chomsky 1998: 21-24).

Birinci maddede bahsedildiği üzere medya kuruluşları üzerinde söz sahibi olan şirketlerin büyüklüğü mal ve nakit sermaye büyüklükleri ülkenin gündemini belirlemede siyasileri etkilemek için son derece önem arz etmektedir. Bununla birlikte medya organları piyasada para kazanmak amacıyla olan sermayedarların etkisi altındadır. Reklamcılığın ve reklam olgusunun medya sektöründeki yaptırım gücü ise yine birinci maddenin yaptırım gücünden az değildir. Reklam verme karşılığında; haber yaptırma isteklerinin bitmediği bir ortamda, yandaş medya kavramının göz ardı edilmesi oldukça zordur. Medyanın vereceği haberleri elde edeceği haber kaynaklarının tutumları ise yine yandaş medya olgusu ile doğrudan ilintilidir. Medya organları zaman ve para sıkıntısından dolayı birçok haberi güvendiği haber kaynaklarından (resmi ve özel haber kaynakları) almaktadır. Durum böyle olunca da bazı haberlerin doğruluğunun kontrolü zorlaşmaktadır. Bunun bilincinde olan haber kaynakları da kendi lehlerine haber yaptırabilmek için bu açıktan faydalanmaktan geri durmamaktadırlar. Yapılan haberlere gelen tepkiler de bazen medya organlarının çalışanlarını işten çıkarmaya, görüşlerinden taviz vermeye zorlayabilmekte-

dir. Örneğin, bir grup hakkında yapılan bir haber sonrasında reklamların kesilmesi, mahkemelik olunması, resmi kurumlardan gelen desteğin kesilmesi gibi olaylar medya organlarının ister istemez yanlı davranması sonucunu (yanlı haber verme) ortaya çıkarabilmektedir. Herman ve Chomsky'nin haberlerle ilgili süzgeç mekanizmasının sonucu maddesi olan ve yandaş medya kavramının propoganda süreci ile bağdaştırılmaya çalışıldığı anti-komünizm düşüncesi, komünizmdeki mülkiyet kavramı ve onların her şey üzerinde olduğu gibi medya üzerindeki baskılarının kaldırılması için ortaya konulmuş bir durum analizidir. Çünkü; belirtmekte fayda vardır ki "Anti-komünizm rüzgarları estirildiğinde, 'komünistlerin yaptığı iddia edilen kötü muameleleri kanıtlayacak ciddi bilgilere gerek duyulmaz ve şarlatanlar güvenilir kaynaklar haline gelirler" (Age 1998: 84). Onların verdikleri bilgiler ışığında ortaya çıkan haberlerin de yansız olmasından bahsedilemez. İncelenen bu beş süzgeç medyada yayınlanacak haberlerin belirlenmesinde elbette ki bir sınır oluşturmaktadır. Fakat verilen haberler karşı tarafı zor durumda bırakacak nitelikteyse bu süzgeçlerden fazla incelenmeden geçmekte ve yanlı bir şekilde medyada yer alabilmektedir.

GENETİĞİ BOZULMUŞ (YANDAŞ) MEDYANIN SEBEP OLDUĞU OLUMSUZLUKLAR

Yandaş medya kavramının varlığı konusunda Cumhuriyet gazetesinin 3 Mart 2009 tarihli sayısının dördüncü sayfasında Zafer Temoçin'in 'İğneli Fırça' köşesinde çizdiği karikatür, bu tür bir basın varlığını ilginç bir yaklaşımla ortaya koymaktadır (Cumhuriyet Mart-2009: 4).



Ayrıca, Hürriyet gazetesi yazarlarından Ahmet Hakan'ın 1 Ocak 2009 tarihli köşe yazısında yine yandaş medya gerçeği ile ilgili güzel bir örneğe yer verilmiştir. İlgili yazıda Hakan, Yeni Şafak'ta "Yandaşlığa devam ettiler" sözleriyle grubun çıkarları için Başbakan Recep Tayyip Erdoğan hakkında yaptıkları haberlere gönderme yapmaktadır (Hürriyet Ocak-2009: 4).

Halkın haber alma ihtiyacını karşılayan gazetelerin ve gazetecilik mesleğinin ortaya çıkmasında en büyük etken, insanların yakın çevresinde ve dünyanın çeşitli yerlerinde olan olaylar hakkında bilgi sahibi olmak istemesi yatmaktadır (Gezgin 2008: 15). Daha sonra gazetelere görsel medyanın yani televizyonun da eklenmesiyle, halka mesajlar ve simgeler ileten bir sistem haline gelen medyanın işlevleri arasına bireyleri eğlendirmek, bilgilendirmek ve onları toplumun kurumsal yapısıyla bütünleştirecek değerleri, inançları ve davranış şekillerini aşlamak da eklenmiştir. Sermayenin belli sınıfların elinde toplandığı ve büyük sınıfsal çıkar çatışmalarının yaşandığı bugünün dünyasında medya (Herman ve Chomsky 1998: 21), çeşitli dönemlerde kendi çıkarları için hükümetler kurmaya, siyasal ilişkileri manipüle etmeye kalkmış ve devlet üstünden zenginleşme politikası uğruna asli işi olan halkın sesi olma görevini geri plana itmiştir. Başka bir ifadeyle genetiği bozulmuştur. Bunun sonucunda ise medya okur-izleyici karşısında inanılmayan güvenilmeyen bir kurum haline gelmiştir. Medyanın kamu gücünün denetçisi olmaktan vazgeçtiği ülkelerde demokrasininin temel kurumlarından birisi işlevini yerine getiremediği gibi medyanın denetiminin kalkması sonucunda meclis çoğunluğunu kontrol edebilen eşdeyişle iktidarı ele geçirmiş olan siyasi partiler sorumsuz davranışlar sergileyebilmekte ve ülke kaynaklarını kötü niyetli bir şekilde kullanabilmektedirler (Babahan'dan aktaran Kongar 2008).

Medya ile siyaset arasındaki ilişki en genel ifadeyle karşılıklıdır. Fakat kuşatıcı çerçeveyi oluşturan basından ziyade siyasettir. Bundan dolayı söylenebilir ki nasıl bir siyasal rejim varsa öylesine bir basın rejimi vardır. Çünkü hiçbir basın rejimi, asla hâkim siyasal sistemden bağımsız hareket edemez (Arabacı 2004: 109). Bu nedenle dünyanın hemen her yerinde medya

organları, ister siyasetçiler isterse diğer sermayedarlar için olsun büyük bir güç olarak kabul edilmektedir.

Bazı ülkelerde hükümetler kuran hükümetler yıkan, ekonomik kararlara hükümetmiş gibi karar veren istediğini başa getiren istediğini alışıya eden medya Türkiye’de de siyasi iktidara bağımlıdır. Bu bağı karşılıklı bir çıkar bağıdır. Fakat bu çıkar bağı sonucunda Ankara’ya güvenerek devlet üzerinden zenginleşme politikası izleyen birçok medya grubu ya batmış, ya da zora girmiştir. Bununla birlikte siyasi arenada da medyaya güvenerek-dayanarak iktidarını devam ettirenler hızla yok olmuşlardır (Babahan’dan aktaran Kongar 2008).

Yandaş medyanın meydana getirdiğı olumsuzluklardan biri de basını bir silah gibi kullanan sermaye gruplarının gazeteciyi tüccar izleyici-okuyucuyu ise müşteri gibi görmeleridir. Çünkü, medya sektöründeki medya dışı sermaye sahibi yeni patron profili, medya organlarını bir fikir yayma eşdeyişle haber verme aracı olarak değil de kar elde edebilecekleri ticari bir meta olarak görmektedirler (Gezgin 2008: 21). Bu da siyasilere ve iktidar sahiplerine yakın olmalarını ve onların lehine yanlı haber yapmalarının nedenlerinden birini oluşturmaktadır.

ARAŞTIRMANIN AMACI

Demokrasilerde dördüncü güç olarak nitelendirilen medya organlarının büyük çoğunluğu günümüzde birkaç güç odağının elinde bulunmaktadır. Bu da medya organlarında tekelleşmeye neden olmaktadır. Tekel konumundaki bu güç odakları da kendi çıkarları doğrultusunda medyayı kullanmaktan çekinmemektedirler. Kendi menfaatleri doğrultusunda bazen mevcut hükümetlerin ve muhalefetin lehinde bazen de aleyhinde haberlere imza atmaktadırlar. Bununla birlikte iktidara sahip olan siyasi güçlerde medya içinde ayırım yapabilmektedirler. Bu davranış şekilleri de doğal olarak yanlı haber yapan bir medya gerçeğini gündeme getirmektedir. Bu çalışmanın amacı ise haberleri ile bir tarafın görüşlerine daha çok veya daha az yer veren medya organlarının varlığına örnek teşkil etmesi adına bir uygulama çalışması gerçekleştirmektir.

YÖNTEM

Görevi halkı doğru bilgilendirmek olan medya organlarının, bu çizgiden uzaklaşarak içine girdikleri davranış şekillerini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Bu nedenle ülkenin gündemini belirlemede etkisinin daha çok olduğu düşünülen ve ulusal yayın yapan yazılı basının ele alındığı bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Çalışmada 29 Mart 2009 Yerel Seçimlerinin yakın olmasından ve siyasi partilerin seçim faaliyetlerinin ve haber malzemesinin artmasından dolayı Mart ayında yayın yapan basılı yayın organları seçilmiştir. Bu gazetelerin baş sayfa olarak da nitelendirilen birinci sayfaları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Çalışmada sadece gazetelerin baş sayfalarında yer alan siyasi parti haberlerinin incelemeye tabi tutulması çalışmanın sınırlıklarını belirlemektedir. Çalışmanın evrenini ulusal yazılı basın oluşturmaktadır. Örneklemi ise merkezde olan ve yüksek tirajlara sahip Hürriyet, Sabah gazeteleri; merkezden sağa giden çizgide olan Yeni Şafak ve merkezden sola giden çizgide Cumhuriyet gazeteleri oluşturmaktadır.

Tablo 1. Gazetelere Göre Haber Dağılımı

	Sayı	Yüzde
Cumhuriyet	66	28,7
Yeni Şafak	48	20,9
Sabah	51	22,2
Hürriyet	65	28,3
Toplam	230	100

İncelemeye tabi tutulan 1-29 Mart 2009 tarihleri arasında yayınlanan gazetelerden; bu tarihler arasında Cumhuriyetin ilk sayfasında içinde siyasi parti ismi geçen % 28,7 oranla 66 adet haber, Yeni Şafak gazetesinin ilk sayfasında %20,9 oranla 48 haber, Sabah gazetesinin ilk sayfasında %22,2 oranla 51 adet haber ve Hürriyet gazetesinde ise %28,3 oranla 65 adet haber yayınlanmıştır.

Tablodan da anlaşılacağı üzere 2009 yerel seçimlerinden bir ay önce başlayan incelemeye göre içinde siyasi parti ismi geçen en çok haber, 66 haber ile Cumhuriyet gazetesinde yayınlanmıştır.

Tablo 2. Partilere Göre Haber Dağılımı

	Sayı	Yüzde
Parti Haberi Yok	18	7,8
AKP	93	40,4
CHP	50	21,7
MHP	9	3,9
SP	3	1,3
BBP	20	8,7
DSP	35	15,2
DTP	2	0,9
Toplam	230	100

İncelemeye tabi tutulan 1-29 Mart 2009 tarihleri arasında yayınlanan gazetelerin 18 adetinin, eşdeyişle % 7,8'inin ilk sayfasında içinde siyasi parti ismi geçen hiç haber yayınlanmamıştır. Aynı gazetelerin diğer sayfalarında ise % 40,4 oran ve 93 adet haber ile AKP haberi yayınlanmıştır. Bunu takiben % 21,7 oran ve 50 adet haber ile CHP, %15,2 oran ve 35 adet haber ile DSP, % 8,7 oran ve 20 adet haber ile BBP, % 3,9 oran ve 9 adet haber ile MHP, % 1,3 oran ve 3 adet haber ile SP, % 0,9 oran ve 2 adet haber ile DTP haberleri yayınlanmıştır.

Mevcut tabloya göre incelenen dönem içinde en çok haber % 40,4 oran ve 93 adetle iktidarda olan AKP haberi yayınlanmıştır.

Tablo 3. Haber Kaynağı

	Sayı	Yüzde
Parti Haberi Yok	18	7,8
Genel Başkan	93	40,4
Milletvekili	3	1,3
İl Başkanı	2	0,9
Mevcut Belediye Başkanları	5	2,2
Belediye Başkan Adayları	10	4,3
Parti Üst Düzey Yöneticisi	8	3,5
Parti Üyesi	3	1,3
Muhabir	88	38,3
Toplam	230	100

İncelenen haberlerin kaynakları ele alındığında % 40,4 oranla 93 adeti 'Genel Başkanlar' % 38,3 oranla 88 adeti muhabir, % 4,3 oranla 10 adeti 'Belediye Başkan Adayları', % 3,5 oranla 8 adeti 'Parti Üst Düzey Yöneticileri' % 2,2 oranla 5 adeti 'Mevcut Belediye Başkanları', % 1,3 oran ve 3 adet haber 'Milletvekilleri ve Parti Üyeleri' kaynak gösterilerek yayınlanmıştır.

Yapılan analize göre % 40,4 oran ve 93 adet haberde en çok genel başkanlar haber kaynağı olarak gösterilmiştir.

Tablo 4. Haber Konusuna Göre Parti Haberleri

	Sayı	Yüzde
Parti Haberi Yok	18	7,8
AKP ile ilgili yolsuzluk haber	18	7,8
CHP ile ilgili yolsuzluk haberi	5	2,2
DSP ile ilgili yolsuzluk haberi	3	1,3
AKP ile ilgili olumsuz haber	48	20,9
CHP ile ilgili olumsuz haber	19	8,3
MHP ile ilgili olumsuz haber	2	0,9
Ergenekon ile ilgili haber	8	3,5
Deniz Feneri ile ilgili haber	2	0,9
Davos haberleri	3	1,3
İktidar (hükümet) haberleri	27	11,7
Muhsin Yazıcıoğlu (BBP) kazası haberi	21	9,1
Hizmet	17	7,4
Siyaset haberleri (Yerel Seçimlerle ilgili genel haberler, ülke gündemindeki diğer siyasi olay haberleri vb.)	26	11,3
Medyayı yergi haberleri	3	1,3
Medyayı övgü haberleri	1	0,4
Toplam	230	100

İlgili tarihler arasında yayınlanan haberlerin konularına göre parti sınıflandırması yapıldığında % 20,9 oran ve 48 haber ile 'AKP ile ilgili olumsuz haber' yayınlandığı tespit edilmiştir. Bunu takiben % 11,7 oran ve 27 haber ile 'İktidar (hükümet) haberleri', % 11,3 oran ve 26 haber ile 'Siyaset haberleri (Yerel seçimlerle ilgili genel haberler, ülke gündemindeki diğer siyasi olay haberleri vb.)', % 9,1 oran ve 21 adet haber ile 'Muhsin Yazıcıoğlu (BBP) kazası haberi', % 8,3 oran ve 19 haber ile 'CHP ile ilgili olumsuz haber', % 7,8 oran ve 18 haber ile 'AKP ile ilgili yolsuzluk haberi', % 7,4 oran ve 17 haber ile 'Hizmet', % 3,5 oran ve 8 adet haber ile 'Ergenekon ile ilgili haber', % 2,2 oran ve 5 haber ile 'CHP ile ilgili yolsuzluk haberi', % 1,3 oran ve 3'er haber ile 'DSP ile ilgili yolsuzluk, Medyayı yergi ve Davos haberleri' % 0,9 oran ve 2'şer haberle 'MHP ile ilgili olumsuz haber ve Deniz Feneri ile ilgili haberler' ve % 0,4 oran ve 1 adet haber ile 'Medyayı övgü haberleri' yayınlanmıştır.

Mevcut tabloya göre % 20,9 oran ve 48 haber ile ‘AKP ile ilgili olumsuz haber’ yayınlanmıştır. Bu oranlara % 7,8 oranla 18 haberle ‘AKP ile ilgili yolsuzluk haberleri’ de ilave edilecek olursa, toplamda % 28,7 oran ve 66 haberle en çok AKP ile ilgili olumsuz haber yayınlanmıştır. Ana muhalefet partisi CHP ile ilgili ise

%8,3 oranla 19 adet ‘Olumsuz haber’ yayınlanmıştır. Bu orana, % 2,2 oranla 5 adet CHP ile ilgili yolsuzluk haberi de ilave edilecek olursa toplamda % 10,5 oran ve 24 haberle ikinci sırada en çok olumsuz haber CHP ile ilgili yayınlanmıştır.

Tablo 5. Gazetelerin Birinci Sayfalarındaki Haberlerin Konulara Göre Dağılımı

	Cumhuriyet		Yeni Şafak		Sabah		Hürriyet		Toplam Sayı
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
Parti Haberi Yok	6	33,3	6	33,3	2	11,1	4	22,2	18
AKP ile ilgili yolsuzluk haberi	8	44,4	0	0	0	0	10	55,6	18
CHP ile ilgili yolsuzluk haberi	0	0	2	40	3	60	0	0	5
DSP ile ilgili yolsuzluk haber	0	0	2	66,7	1	33,3	0	0	3
AKP ile ilgili olumsuz haber	25	52,1	0	0	3	6,3	20	41,7	48
CHP ile ilgili olumsuz haber	3	15,8	3	15,8	12	63,2	1	5,3	19
MHP ile ilgili yolsuzluk haberi	1	100	0	0	0	0	0	0	1
AKP ile ilgili olumlu haber	2	28,6	3	42,9	2	28,6	0	0	7
CHP ile ilgili olumlu haber	0	0	1	100	0	0	0	0	1
MHP ile ilgili olumsuz haber	1	50	0	0	0	0	1	50	2
Ergenekon ile ilgili haber	4	50	3	37,5	0	0	1	12,5	8
Deniz Feneri ile ilgili haber	2	100	0	0	0	0	0	0	2
Davos (One Minute) haberleri	1	33,3	2	66,7	0	0	0	0	3
İktidar (hükümet) haberleri	2	7,4	10	37	7	25,9	8	29,6	27
Muhsin Yazıcıoğlu (BBP) Kazası Haberi	5	23,8	5	23,8	4	19	7	33,3	21
Hizmet haberleri	1	5,9	5	29,4	8	47,1	3	17,6	17
Siyaset haberleri	1	3,8	6	23,1	9	34,6	10	38,5	26
Medyayı yergi haberleri	3	100	0	0	0	0	0	0	3
Medyayı övgü haberleri	1	100	0	0	0	0	0	0	1
Toplam	66	28,7	48	20,9	51	22,2	65	28,3	230

İlgili tarihler arasında Cumhuriyet, Yeni Şafak, Sabah ve Hürriyet gazetelerinin birinci sayfalarında yer alan parti haberlerinin sayısal dağılımları ve yüzdeleri Tablo 5’te de görüldüğü üzere şu şekildedir.

Cumhuriyet gazetesinin % 33,3 oranla 6 sayısının baş sayfasında içinde siyasi parti isimlerinin yer aldığı bir habere rastlanamamıştır. 1-29 Mart 2009 tarihleri arasında, incelemeye tabi tutulan gazetelerin baş sayfalarında yayınlanan ve araştırma çerçevesi içinde haberlerin değerlendirilmesi açısından ortaya konulan konu başlıklarından olan;

“AKP ile ilgili yolsuzluk haberi” kapsamında Cumhuriyet gazetesinde % 44,4 oran ile 8

haber, Hürriyet gazetesinde ise % 55,6 oranla 10 haber yayınlanmıştır.

“CHP ile ilgili yolsuzluk haberi” konu başlığında ise Yeni Şafak gazetesinde % 40 oranla 2 haber, Sabah gazetesinde ise % 60 oranla 3 haber yayınlanmıştır.

“DSP ile ilgili yolsuzluk haberi” konu başlığında % 66,7 oranla 2, Sabah gazetesinde ise % 33,3 oranla 1 haber yayınlanmıştır.

“AKP ile ilgili olumsuz haber” konu başlığında Cumhuriyet gazetesinde %5 2,1 oranla 25 haber, Sabah gazetesinde % 6,3 oranla 3 haber, Hürriyet gazetesinde ise % 41,7 oranla 20 haber yayınlanmıştır.

“CHP ile ilgili olumsuz haber” konu başlığında Cumhuriyet gazetesinde % 15,8 oranla 3 haber, Yeni Şafak gazetesinde % 15,8 oranla 3 haber, Sabah gazetesinde % 63,2 oranla 12 haber, Hürriyet gazetesinde ise % 5,3 oranla 1 haber yayınlanmıştır.

“MHP ile ilgili yolsuzluk haberi” konu başlığında sadece Cumhuriyet gazetesinde % 100 oranla 1 haber yayınlanmıştır.

“AKP ile ilgili olumlu haber konu başlığında” Cumhuriyet gazetesinde % 28,6 oranla 2 haber, Yeni Şafak gazetesinde % 42,9 oranla 3 haber, Sabah gazetesinde % 28,6 oranla 2 haber yayınlanmıştır.

“CHP ile ilgili olumlu haber” konu başlığında sadece Yeni Şafak gazetesinde % 100 oranla 1 haber yayınlanmıştır.

“MHP ile ilgili olumsuz haber” konu başlığında Cumhuriyet gazetesinde % 50 oranla 1, Hürriyet gazetesinde % 50 oranla 1 haber yayınlanmıştır.

“Ergenekonla ilgili haber” konu başlığında” Cumhuriyet gazetesinde % 50 oranla 4 haber, Yeni Şafak gazetesinde % 37,5 oranla 3 haber, Hürriyet gazetesinde % 12,5 oranla 1 haber yayınlanmıştır.

“Deniz Feneri ile ilgili haber” konu başlığında, sadece Cumhuriyet gazetesinde % 100 oranla 2 haber yayınlanmıştır.

“Davos haberleri (One Minute)” konu başlığında, Cumhuriyet gazetesinde % 33,3 oranla 1 haber, Yeni Şafak gazetesinde % 66,7 oranla 2 haber yayınlanmıştır.

“İktidar (hükümet) haberleri” konu başlığında, Cumhuriyet gazetesinde % 7,4 oranla 2 haber, Yeni Şafak gazetesinde % 37 oranla 10 haber, Sabah gazetesinde % 25,9 oranla 7 haber, Hürriyet gazetesinde % 29,6 oranla 8 haber yayınlanmıştır.

“Muhsin Yazıcıoğlu (BBP) kazası ile ilgili haber” konu başlığında, Cumhuriyet gazetesinde % 23,8 oranla 5 haber, Yeni Şafak gazetesinde % 23,8 oranla 5 haber, Sabah gazetesinde % 19 oranla 4 haber, Hürriyet gazetesinde % 33,3 oranla 7 haber yayınlanmıştır.

“Hizmet haberleri” konu başlığında, Cumhuriyet gazetesinde % 5,9 oranla 1 haber, Yeni

Şafak gazetesinde % 29,4 oranla 5 haber, Sabah gazetesinde % 47,1 oranla 8 haber, Hürriyet gazetesinde % 17,6 oranla 3 haber yayınlanmıştır.

“Siyaset haberleri” konu başlığında, Cumhuriyet gazetesinde % 3,8 oranla 1 haber, Yeni Şafak gazetesinde % 23,1 oranla 6 haber, Sabah gazetesinde % 34,6 oranla 9 haber, Hürriyet gazetesinde % 38,5 oranla 10 haber yayınlanmıştır.

“Medyayı yergi haberleri” konu başlığında sadece Cumhuriyet gazetesinde % 100 oranla 3 haber yayınlanmıştır.

“Medyayı övgü haberleri” konu başlığında ise sadece Cumhuriyet gazetesinde % 100 oranla 1 haber yayınlanmıştır.

İncelenen 1-29 Mart 2009 tarihleri arasında Cumhuriyet, Yeni Şafak, Sabah ve Hürriyet gazetelerinde yer alan konularına göre parti haberleri şu şekildedir. AKP ile ilgili en çok olumlu haber 3 haberle Yeni Şafak gazetesinde çıkmıştır. Cumhuriyet ve Sabah gazetelerinde ise 2’şer adet olumlu haberi çıkmış toplamda ise 7 olumlu haberi yayınlanmıştır. CHP ile ilgili sadece 1 olumlu haber, yine en çok olumlu haberin yayınlandığı AKP örneğinde olduğu gibi, Yeni Şafak gazetesinde yayınlanmıştır.

İlgili dönemde AKP ile ilgili en çok olumsuz haber 25 haberle Cumhuriyet gazetesinde çıkmıştır. Hürriyet gazetesinde 20, Sabah gazetesinde ise 3 olumsuz haberi yayınlanan AKP’nin bu dönemde toplam 48 olumsuz haberi yayınlanmıştır. AKP’nin bu dönemde Cumhuriyet gazetesinde 8, Hürriyet gazetesinde ise 10 adet olmak üzere toplamda 18 yolsuzluklarla ilgili haberi yayınlanmıştır. Yolsuzluk haberleri de olumsuz haber olarak nitelendirilecek olursa 1-29 Mart 2009 tarihleri arasında iktidar partisi AKP’nin toplam 66 adet olumsuz haberi yayınlanmıştır.

Ana muhalefet partisi CHP’nin ise ilgili dönemde en çok olumsuz haberi 12 haberle Sabah gazetesinde yayınlanmıştır. CHP’nin Cumhuriyet’te 3, Yeni Şafak’ta 3 ve Hürriyet’te de 1 haber olmak üzere toplamda 19 olumsuz haberi yayınlanmıştır. Araştırmada ele alınan yolsuzluk haberleri başlığında ise CHP’nin Sabah

gazetesinde 3 ve Yeni Şafak gazetesinde de 2 olmak üzere 5 yolsuzluk haberi yayınlanmıştır. Yolsuzluk haberleri de olumsuz haber olarak nitelendirildiğinde 1-29 Mart 2009 tarihleri arasında ana muhalefet partisi CHP'nin toplam 24 olumsuz haberi yayınlanmıştır.

Elde edilen bu sonuçlardan incelenen gazetelerde yayınlanan olumlu haberlerden daha çok olumsuz haberlerin verildiği gazetelerin ve haber sayılarının taraflı (yanlı) medya hakkında öngörü yapmak için etkili olacağı sonucu ortaya çıkmaktadır. Eşdeşiyle Cumhuriyet gazetesinde AKP ile ilgili 25 olumsuz haber yayınlanırken CHP ile ilgili sadece 3 olumsuz haberin yayınlanmış olması, Sabah gazetesinde ise CHP ile ilgili 12 olumsuz haber yayınlanırken, AKP ile ilgili sadece 3 olumsuz haberin yayınlanmış olması yayın organlarının siyasi partilerden birine daha yakın olduğu eşdeşiyle çalışmanın ortaya koymaya çalıştığı gazetelerin taraflı yayın yönünde hareket ettikleri öngörüsünü desteklemektedir.

Tablo 6. Haberin Veriliş Şekli

	Sayı	Yüzde
Parti Haberi Yok	18	7,8
Sürmanşet	21	9,1
Manşet	42	18,3
Etek	149	64,8
Toplam	230	100

İlgili tarihler arasında incelenen gazetelerde yayınlanan, içinde siyasi parti ismi geçen haberlerin % 64,8 oran ile 149 adeti 'Etek' (gazete sayfasının alt kısımları), % 18,3 oran ile 42 adeti 'Manşet', % 9,1 oran ile 21 adeti ise Sürmanşetten yayınlanmıştır.

Mevcut incelemeye göre Cumhuriyet, Yeni Şafak, Sabah ve Hürriyet gazetelerinin birinci sayfalarında yayınlanan, içinde siyasi parti haberlerinin geçtiği haberlerin % 9,1 oranla 21 tanesi sürmanşetten verildiği tespit edilmiştir. Sürmanşetten verilen haberlerin bir çoğunu BBP Genel Başkanı Muhsin Yazıcıoğlu'nun hayatını kaybettiği helikopter kazası ile ilgili haberler oluşturmaktadır. İlgili haberlerin 42 tanesinin manşetten, 149 tanesinin ise etek olarak da tabir edilen gazete sayfasının alt kısımlarında verildiği görülmüştür.

Tablo 7. Haberde Görsellik

	Sayı	Yüzde
Parti Haberi Yok	18	7,8
Fotoğraf	138	60
Karikatür	5	2,2
Sadece Metin	69	30
Toplam	230	100

İlgili tarihler arasında incelenen haberlerden % 60 oran ile 138 tanesinde 'fotoğraf', % 30 oran ile 69 tanesinde 'sadece metin', % 2,2 oran ile 5 tanesinde ise 'karikatür' kullanılmıştır.

İncelemeye tabi tutulan dönem içinde ilgili gazetelerin birinci sayfalarında yayınlanan siyasi parti haberlerini desteklemek amacıyla en çok % 60 oranla 138 adetinde fotoğraf kullanıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 8. Baş Sayfa Karikatürünün Türü

	Sayı	Yüzde
Karikatür Yok	197	85,7
AKP ile ilgili karikatür	0	0
CHP ile ilgili karikatür	0	0
R.Tayyip Erdoğan ile ilgili karikatür	12	5,2
Deniz Baykal'la ilgili karikatür	1	0,4
Maganda da siyasi literatüre girdi	1	0,4
Kenan Evren'le ilgili karikatür	2	0,9
Kadının yeri ile ilgili karikatür	1	0,4
Ekonomik kriz ile ilgili	1	0,4
Su uzmanları (Medyayı sulandırmayın) karikatürü	1	0,4
Darbe ile ilgili karikatür	1	0,4
Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ile ilgili karikatür	2	0,9
Ergenekon ile ilgili karikatür	2	0,9
PKK ile ilgili karikatür	2	0,9
Yerel seçimlerle ilgili karikatür	2	0,9
Tübitak ile ilgili karikatür	2	0,9
Liderler R.T.Erdoğan, D.Baykal, D.Bahçeli karikatürü	1	0,4
Rant (Belediye Başkanı) aday karikatürü	1	0,4
Melih Gökçek ile ilgili karikatür	1	0,4
Toplam	230	100

İncelenen haberlerin % 85,7 oranla 197 sayısında karikatür yayınlanmamıştır. AKP ve CHP ile ilgili de herhangi bir karikatür yayınlanmamıştır. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan ile ilgili % 5,2 oran ile 12 adet, Ana Muhalefet Partisi Genel Başkanı Deniz Baykal'la ilgili % 0,4 oran ile 1 karikatür yayınlanmıştır. Bunu takiben yine % 0,4 oranla 'Maganda da literatüre girdi', 'Kadının yeri ile ilgili', 'Ekonomik kriz ile ilgili', 'Su uzmanları (Medyayı sulandırmayın) ile ilgili', 'Darbe ile ilgili', 'Liderler R.T. Erdoğan, D. Baykal, D. Bahçeli ile ilgili', 'Rant (Belediye Başkan Adayı) ile ilgili' ve

'Melih Gökçek ile ilgili birer karikatür yayınlanmıştır.

% 0,9 oranla 'Kenan Evren'le ilgili, 'Cumhurbaşkanı Abdullah Gül ile ilgili', 'Ergenekon ile ilgili', 'PKK ile ilgili', 'Yerel seçimlerle ilgili' ve 'Tübitak ile ilgili' ikişer karikatür yayınlanmıştır.

1-29 Mart 2009 tarihleri arasında yayınlanan Cumhuriyet, Yeni Şafak, Sabah ve Hürriyet gazetelerinin birinci sayfalarında en çok Başbakan R. Tayyip Erdoğan ile ilgili % 5,2 oranla 12 karikatürü yayınlanmıştır.

Tablo 9. Gazetelerdeki Partilere Göre Haber Sayısı

	Cumhuriyet		Yeni şafak		Sabah		Hürriyet		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Parti yok	6	33,3	6	33,3	2	11,1	4	22,4	18	7,8
AKP	27	29	16	17,2	29	31,2	21	22,6	93	40,4
CHP	19	38	11	22	8	16	12	24	50	21,7
MHP	4	44,4	Haber Yok	0	Haber Yok	0	5	55,6	9	3,9
SP	1	33,3	Haber Yok	0	Haber Yok	0	2	66,7	3	13
BBP	5	25	4	20	4	20	7	35	20	8,7
DSP	4	11,4	9	25,7	8	22,9	14	40	35	15,2
DTP	Haber Yok	0	2	4,2	Haber Yok	0	Haber Yok	0	2	0,9
Toplam	66	28,7	48	20,9	51,0	22,2	65	28,3	230	100

Yapılan çalışmada 1-29 Mart arasında ilgili gazetelerde yayınlanan siyasi parti haberlerinden gazetelere göre haber dağılımları şöyledir. Cumhuriyet gazetesinin bu tarihler arasında yayınlanan % 33,3 oranla, 6 sayısının baş sayfasında siyasi partilerle ilgili hiç haber yayınlanmamıştır. Yine bu tarihler arasında 1-29 Mart tarihleri arasında Cumhuriyet gazetesinde % 29 oranla AKP ile ilgili 27 haber, % 38 oranla CHP ile ilgili 19 haber, % 44,4 oranla MHP ile ilgili 4 haber, % 33,3 oranla SP ile ilgili 1 haber, % 25 oranla BBP ile ilgili 5 haber, % 11,4 oranla DSP ile ilgili 4 haber yayınlanmıştır. DTP'nin ise Cumhuriyet gazetesinin baş sayfasında haberine rastlanmamıştır.

1-29 Mart 2009 tarihleri arasında Yeni Şafak gazetesinin de % 33,3 oranla 6 sayısında siyasi partilerle ilgili hiç haber yayınlanmamıştır. AKP'nin ise % 17,2 oranla 16 haberi, CHP'nin % 22 oranla 11 haberi, BBP'nin %20 oranla 4

haberi, DSP'nin % 25,7 oranla 9 haberi, DTP'nin % 4,2 ile 2 haberi yayınlanmıştır. MHP'nin ve SP'nin ise Yeni Şafak gazetesinin incelen dönem içinde baş sayfasında haberinin olmadığı tespit edilmiştir.

Sabah gazetesinin 1-29 Mart 2009 tarihleri arasında % 11,1 oranla 2 sayısının baş sayfasında içinde siyasi parti ismi geçen habere rastlanmamıştır. % 31,2 oranla AKP'nin 29 haberi, % 16 oranla CHP'nin 8 haberi, % 20 oranla BBP'nin 4 haberi, % 22,9 oranla DSP'nin 8 haberi yayınlanmıştır. MHP, SP ve DTP'nin ise Sabah gazetesinin incelemeye tabi tutulan dönem içinde baş sayfalarında isimlerinin geçtiği bir haber tespit edilememiştir.

Hürriyet gazetesinin 1-29 Mart 2009 tarihleri arasında % 22,4 oranla 2 sayısının baş sayfalarında siyasi partilerle ilgili bir haber yayınlanmamıştır. % 22,6 oranla AKP'nin 21 haberi, %

24 oranla CHP'nin 12 haberi, % 55,6 oranla MHP'nin 5 haberi, % 66,7 oranla SP'nin 2 haberi, % 35 oranla BBP'nin 7 haberi, % 40 oranla DSP'nin 14 haberi yayınlanmıştır. DTP'in ise incelenen dönem içinde Hürriyet gazetesinin baş sayfalarında herhangi bir haberi tespit edilememiştir.

Mevcut tabloya göre ilgili dönem içinde incelenen gazetelerin ilk sayfalarında toplam 230 siyasi parti haberi yayınlanmıştır. Bu haberlerin

93 tanesinin AKP ile ilgili 50 tanesinin ise ana muhalefet partisi CHP ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Diğer partilerle ilgili çıkan haber sayıları ise DSP 35, BBP 20, MHP 9, SP 3, DTP 2 haber olarak sıralanmaktadır. Gazetelere göre haber dağılımlarına bakıldığında ise iktidar partisi AKP'nin en çok haberinin 29 haberle Sabah gazetesinde, ana muhalefet partisi CHP'nin ise en çok haberinin 19 haberle Cumhuriyet gazetesinde yayınlandığı tespit edilmiştir.

Tablo 10. Partilere Göre Haberin Veriliş Şekli

	Parti Haberi Yok		Sürmanşet		Manşet		Etek		Toplam
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	
Parti Haberi Yok	18	100	0	0	0	0	0	0	18
AKP	0	0	10	10,8	17	18,3	66	71	93
CHP	0	0	2	4	8	16	40	80	50
MHP	0	0	0	0	1	11,1	8	88,9	9
SP	0	0	1	33,3	0	0	2	66,7	3
BBP	0	0	2	10	8	40	10	50	20
DSP	0	0	6	17,1	7	20	22	62,9	35
DTP	0	0	0	0	1	50	1	50	2
Toplam	18	7,8	21	9,1	42	18,3	149	64,8	230-%100

1-29 Mart 2009 tarihli incelemeye tabi tutulan gazetelerin birinci sayfalarında sürmanşet, manşet ve etek kısmında yer alan parti haberlerinin sayısal değerleri ve yüzdeleri şu şekildedir. İncelenen gazetelerin toplam 18 tanesinin birinci sayfasında içinde siyasi parti ismi geçen habere rastlanamamıştır. Tespit edilen 230 haberden toplam 93 AKP haberinden % 10,8 oranla 10 haberi sürmanşetten, %18,3 oranla 17 haberi manşetten, % 71 oranla 66 haberi ise etekte verilmiştir. Toplamda 50 CHP haberinden % 4 oranla 2 tanesi sürmanşetten, % 16 oranla 8 tanesi manşetten, % 80 oranla 40 haberi etekte, 9 MHP haberinden, % 11,1 oranla 1 haberi sürmanşetten, % 88,9 oranla 8 haberi etekte, 3 SP haberinden % 33,3 oranla 1 haberi sürmanşetten, % 66,7 oranla 2 haberi etekte, 20 BBP haberinden % 10 oranla 2 haberi sürmanşetten, %40 oranla 8 haberi manşetten, % 50 oranla 10 haberi etekte, 35 DSP haberinden %17,1 oranla 6 tanesi sürmanşetten, % 20 oranla 7 tanesi manşetten, % 62,9 oranla 22 tanesi etekte, 2 DTP haberinden % 50 oranla 1 haberi manşetten, 50 oranla 1 haberi ise etekte yayınlanmıştır.

İncelemeye tabi tutulan dönemde 10 haberle en çok sürmanşetten iktidar partisi AKP'nin haberi yayınlanmıştır. Ana muhalefet partisinin ise sadece 2 haberi sürmanşetten verilmiştir. Bununla birlikte AKP'nin 17, CHP'nin 8 haberi manşetten verilirken, AKP'nin 66 CHP'nin ise 40 haberi gazete sayfalarının alt kısımlarında (etek) yayınlanmıştır.

1-29 Mart 2009 tarihleri arasında yayınlanan ve incelemeye tabi tutulan gazetelerin 18 sayısının birinci sayfasında yayınlanan haberlerin içinde herhangi bir siyasi parti ismine rastlanmamıştır. Bununla birlikte yayınlanan haberlerde kullanılan görsel öğelerin partilere göre dağılımı ise şu şekildedir. AKP ile ilgili yayınlanan haberlerin % 65,6 oranla 61 adetinde fotoğraf, % 3,2 oranla 3 adetinde karikatür, % 31,2 oranla 29 adetinde sadece metin yayınlanmıştır. CHP ile ilgili yayınlanan haberlerin % 60 oranla 30 adetinde fotoğraf, % 4 oranla 2 adetinde karikatür, % 36 oranla 18 adetinde ise sadece metin yayınlanmıştır. MHP ile ilgili yayınlanan haberlerin % 33,3 oranla 3 adetinde fotoğraf, % 66,7 oranla 6 adetinde ise sadece metin yayınlanmıştır. SP ile ilgili yayınlanan haberlerin % 33,3 oranla 1 adetinde fotoğraf, % 66,7 oranla

2 adetinde sadece metin, BBP ile ilgili yayınlanan haberlerin % 90 oranla 18 tanesinde fotoğraf, % 10 oranla 2 adetinde ise sadece metin yayınlanmıştır. DSP ile ilgili yayınlanan haberlerin % 65,7 oranla 23 adetinde fotoğraf, %

34,3 oranla 12 adetinde ise sadece metin yayınlanmıştır. DTP ile ilgili yayınlanan haberlerin % 100 oranla 2 tanesinde fotoğraf yayınlanmıştır.

Tablo 11. Partilere Göre Haberde Görsellik

	Parti Haberi Yok		Fotoğraf		Karikatür		Sadece Metin		
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Toplam
Parti Haberi Yok	18	100	0	0	0	0	0	0	18
AKP	0	0	61	65,6	3	3,2	29	31,2	93
CHP	0	0	30	60	2	4	18	36	9
MHP	0	0	3	33,3	0	0	6	66,7	3,9
SP	0	0	1	33,3	0	0	2	66,7	3
BBP	0	0	18	90	0	0	2	10	20
DSP	0	0	23	65,7	0	0	12	34,3	35
DTP	0	0	2	100	0	0	0	0	2
Toplam	18	7,8	138	60	5	2,2	69	30	230- %100

İlgili dönemde incelenen gazetelerin birinci sayfalarında iktidar partisinin haberlerinin 61 tanesinde fotoğraf kullanılmışken, ana muhalefet partisi CHP'nin ise sadece 30 haberinde fotoğraf kullanılmıştır. Bununla birlikte AKP'nin haberlerinin üçünde, CHP'nin ise 2 haberinde karikatür kullanılmıştır. İncelenen gazetelerin birinci (baş) sayfalarında, içinde siyasi parti ismi geçen haberlerden AKP ile ilgili olan haberlerin 29, CHP haberlerinin ise

18'inde sadece metin yayınlanmış bu haberler herhangi bir fotoğraf veya karikatür ile desteklenmemiştir.

Tabloda verilen bilgilerin yanı sıra gazetelerin birinci sayfaları içerik analizine tabi tutulurken özellikle Cumhuriyet gazetesinde AKP haberlerinin CHP haberlerinin altında ve daha az yer kaplayarak verildiği bununla birlikte CHP haberlerinde daha çok fotoğraf kullanıldığı gözlenmiştir.

Tablo 12. Gazetelerdeki Haberlerin Haber Kaynakları

	Haber Yok		Genel Bşk		Milletvekili		İl Başkanı		Mevcut Bel.Bşk.		Bel. Bşk.Aday		Parti Üst Düz.Yönt.		Parti Üyesi		Muhabir		Topl. Sayı
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	
	Cumh.	6	9,1	26	39,4	0	0	1	1,5	0	0	0	0	6	9,1	1	1,5	26	
Y. Şaf	6	12,5	15	31,3	1	2,1	0	0	1	2,1	3	6,3	1	2,1	1	2,1	20	41,7	48
Sabah	2	3,9	27	52,9	1	2	0	0	2	3,9	1	2	0	0	1	2	17	33,3	51
Hür.	4	6,2	25	38,5	1	1,5	1	1,5	2	3,1	6	9,2	1	1,5	0	0	25	38,5	65
Toplam	18	7,8	93	40,4	3	1,3	2	0,9	5	2,2	10	4,3	8	3,5	3	1,3	88	38,3	230- %100

İncelenen dönem içinde Cumhuriyet, Yeni Şafak, Sabah ve Hürriyet gazetelerinin birinci sayfalarında yer alan siyasi parti haberlerinin kaynaklarına göre dağılımları şu şekildedir. Cumhuriyet gazetesinin % 9,1 oranla 6 tanesinin ilk sayfasında siyasi partilerle ilgili hiç haber yayınlanmamıştır. % 39,4 oranla 26 haberin kaynağı genel başkan, % 1,5 oranla 1 haberin kaynağı il başkanı, % 9,1 oranla 6

haber kaynağı parti üst düzey yöneticisi, % 1,5 oranla 1 haberin kaynağı parti üyesi, % 39,4 oranla 26 haberin kaynağı ise muhabirdir.

Yeni Şafak gazetesinin % 12,5 oranla 6 tanesinin ilk sayfasında siyasi partilerle ilgili hiç haber yayınlanmamıştır. % 31,3 oranla 15 haberin kaynağı genel başkan, % 2,1 oranla 1 haberin kaynağı milletvekili, % 2,1 oranla 1 haberin kaynağı mevcut belediye başkanları, %

6,3 oranla 3 haberin kaynağı belediye başkan adayları, % 2,1 oranla 1 haberin kaynağı parti üst düzey yöneticisi, % 2,1 oranla 1 haberin kaynağı parti üyesi, % 41,7 oranla 20 haberin kaynağı ise muhabirdir.

Sabah gazetesinin % 3,9 oranla 2 tanesinin ilk sayfasında siyasi partilerle ilgili hiç haber yayınlanmamıştır. % 52,9 oranla 27 tanesinin kaynağı genel bakan, % 2 oranla 1 tanesinin kaynağı milletvekili, % 3,9 oranla 2 tanesinin kaynağı mevcut belediye başkanları, % 2 oranla 1 haberin kaynağı belediye başkan adayları, % 2 oranla 1 haberin kaynağı parti üyesi, % 33,3 oranla 17 haberin kaynağı ise muhabirdir.

Hürriyet gazetesinin % 6,2 oranla 4 sayısının birinci sayfasında siyasi partilerle ilgili hiç haber yayınlanmamıştır. % 38,5 oranla 25 haberin kaynağı genel başkan, % 1,5 oranla 1 haberin kaynağı milletvekili, % 1,5 oranla 1 haberin kaynağı il başkanı, % 3,1 oranla 2 haberin kaynağı mevcut belediye başkanları, % 9,2 oranla 6 haberin kaynağı belediye başkan adayları, % 1,5 oranla 1 haberin kaynağı parti üst düzey yöneticisi, % 38,5 oranla 25 haberin kaynağı ise muhabirdir.

1-29 Mart 2009 döneminde içinde siyasi parti ismi geçen haberler haber kaynakları bakımından incelendiğinde; 27 haberle en çok Sabah gazetesinde parti genel başkanları haber kaynağı olarak tespit edilmiştir. Sabah gazetesinin ilk sayfalarında yayınlanan haberlerin 17'sinin kaynağı ise muhabirler olarak belirlenmiştir. Bunu takiben Cumhuriyet gazetesinde 26 haberle siyasi parti genel başkanları ve yine 26 haberle muhabirler haber kaynağı olarak tespit edilmiştir. 25'er haberle Hürriyet gazetesinde genel başkanlar ve muhabirler, 20 haberle Yeni Şafak gazetesinde muhabirler ve 15 haberle siyasi parti genel başkanları haber kaynağı olarak tespit edilmiştir.

SONUÇ

İnsanların bağımsız medyadan istediği tek şey kendilerine doğru haber vermesidir. Fakat demokrasilerde insanların gözü kulağı olan medya organları ister yerel ister ulusal olsun her zaman siyasilerin baskısı altında olmuştur. Medyanın ve siyasetin birbirinden etkilendiği ya da birbirlerinin hegemonyası altında kaldığı

birçok kişinin kabul ettiği bir gerçektir. Fakat her zaman siyaset çemberi medya çemberinden büyük olmuştur. Bir de siyasi düşünce sahipleri iktidarı ele geçirdiklerinde medyayı içine alan çemberin kırılması daha zor hale gelmektedir. İktidar sahipleri köşe yazarlarına ve muhabirlerle karşı, istedikleri eşdeyişle kendi lehlerine olan haberleri ya da konuları gündeme taşımaları için çeşitli yöntemlere başvurumaktadırlar.

Bu yöntemler arasında habercilere ya da yöneticilerine maddi veya manevi çıkar sağlamanın yanı sıra medya organını kapatmakla tehdit etmek, kağıt ve mürekkep gibi malzemelerin fiyatlarını arttırmak, yayın izni için istenilen belgeleri verirken zorluk çıkarmak vb. sayılabilir. Siyasilerin ya da iktidar sahibi siyasilerin medyayı bu şekilde baskı altına almak istemelerinin en büyük sebebi halkı kendi yanlarına çekebilmek için yanlı haber yaptırmak ve bunun sonucunda da daha güçlü bir hale gelmektir. Bütün ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de medya organları insanların yönlendirilmesinde etkili silah konumundadır. Bu silah kimin elinde ise o karşısındakine istediğini yaptırabilmektedir. Yandaş medya olarak nitelendirilmeyen ve bu polemğin içinde yer almayan ya da almak istemeyen gerçekten halkı bilgilendirmek ve gerçek görevini yapmak isteyen medya organları da vardır. Fakat zaman içinde onlar da siyasilerin ya da iktidara sahip siyasilerin baskıları sonucu taraf olmak zorunda kalabilmektedirler.

Günümüzde teknolojinin bütün nimetlerinden yararlanan Türk medya organları önemli sermaye gruplarının elinde toplanmış durumdadır. Bu sermaye gruplarının başında ise Doğan Grubu gelmektedir. Birçok basılı ve görsel medya organını elinde bulunduran bu grup birçok insanın üzerinde görüş birliğine vardığı gibi ülke gündemini oluşturmak ve dolayısıyla da iktidarı etkilemek anlamında birçok habere imza atmaktadır. Bazen iktidarın lehinde bazen de iktidarın aleyhinde tutum sergileyen bu grup kendi çıkarları doğrultusunda her iki durumda da yandaş medya polemğinin merkezinde yer almaktadır. Bu grupla birlikte günümüz Türkiye'sinde medya sektöründe söz sahibi olan ve 2008 yılında TMSF'den Sabah-Atv grubunu satın alarak Sabah'ın yeni sahibi olan Çalık Grubu ve muhafazakâr basın diye nitelendirilen medya organları dönem dönem ikti-

darın lehinde ve aleyhinde yayınlar yaparak yandaş medya polemiğini unutturmayacak nitelikteki haberlere imza atmaktadırlar. Eşdeyişle Türkiye'nin içinde bulunduğu konjunktürde medya siyaset ilişkisi, parçalanmış unufak olmuş ve bütünlüğünden koparılmış materyalist bir metafiziksel ahlak ile mutlaklaştırılmış idealist ama işlevselliğini kaybetmiş bir ahlak anlayışı içine sıkışmıştır (Filiz 2008: 55).

1-29 Mart 2009 yerel seçimlerden bir ay önce başlayan ve son güne kadar dört ulusal gazetesinin baş sayfalarının içerik analizi yöntemi ile incelendiği bu çalışmada; incelemeye tabi tutulan dönemde en çok 66 haberle Cumhuriyet gazetesinde siyasi partilerle ilgili haber yayınlanmıştır. İlgili dönemde araştırmaya konu olan siyasi haberlerin en çok Cumhuriyet gazetesinde yayınlanmış olması Cumhuriyet gazetesinin 'Sadece gazete veren' tek gazete söylemine yakışan bir tutumla amacının sadece halkı bilgilendirmek olmasından kaynaklandığı düşünülebilir.

En çok siyasi parti haberi ise 93 haberle AKP hakkında yayınlanmıştır. İncelenen dönemde AKP'nin 93 haberle ilgili gazetelerde en çok haberinin yayınlanmasında bu partinin mevcut siyasi iktidara sahip olmasının payı olduğu düşünülmektedir. Eşdeyişle AKP herkesin dikkatle takip ettiği bir siyasi parti konumundadır. En çok haberi yayınlanan AKP'yi ise 50 haberle CHP haberleri takip etmektedir. İkinci sırada en çok haberi yayınlanan CHP'nin ise bu kadar çok haberinin yayınlanmasında, Ana Muhalefet Partisi olmasından dolayı eşdeyişle TBMM'nde en çok milletvekili bulunduran ikinci parti olmasının payı büyüktür. Haber kaynağı açısından en çok 93 haberle genel başkanların kaynak oldukları tespit edilmiştir. Bu sonuç ise Türkiye'deki siyasi partilerde lider kavramının ne kadar önemli ve ön planda olduğunu göstermek açısından önemlidir.

Siyasi partilerle ilgili en çok olumsuz haber (yolsuzluk haberleri ile birlikte) 66 adet haberle AKP hakkında çıkmış onu ise 24 olumsuz haberle (yolsuzluk haberleri ile birlikte) CHP hakkında yayınlanan olumsuz haberler takip etmiştir. İncelenen dönem içinde yayınlanan siyasi parti haberlerinden toplam 21 tanesi sürmanşetten, 42'si manşetten geri kalanı ise gazetelerin etek kısımlarında (sayfa alt kısımla-

rı) yer almıştır. Bu haberlerin 138 tanesinde fotoğraf, 5 tanesinde ise karikatür kullanılmıştır. İncelenen gazetelerin birinci sayfalarında siyasi parti haberlerinin yanı sıra yine siyasi partilerle ilgili haberden bağımsız karikatürler yayınlanmıştır. Bu karikatürlerde en çok 12 adet ile Başbakan Recep Tayyip Erdoğan konu alınmıştır. AKP'nin 10 haberi CHP'nin ise 2 haberi sürmanşetten verilmiştir. AKP'nin 64 haberinde (fotoğraf ve karikatür) görsel malzeme, CHP'nin ise 32 haberinde (fotoğraf ve karikatür) görsel malzeme kullanılmıştır. İlgili haberler, haber kaynağı bakımından incelendiğinde ise 27 haberle en çok Sabah gazetesinde siyasi parti genel başkanları haberin kaynağı olarak tespit edilmiştir. Tüm sayılan bu verilere ilaveten;

Geleneksel medya olarak da nitelendirilen ve çalışmada uygulamaya konu olan gazetelerden birisi olan Cumhuriyet gazetesinde, AKP ile ilgili 25 olumsuz haber yayınlanırken CHP ile ilgili sadece 3 olumsuz haberin yayınlanmış olması, Sabah gazetesinde ise CHP ile ilgili 12 olumsuz haber yayınlanırken, AKP ile ilgili sadece 3 olumsuz haberin yayınlanmış olması yayın organlarının siyasi partilerden birine daha yakın olduğu eşdeyişle çalışmanın ortaya koymaya çalıştığı gazetelerin taraflı yayın yönünde hareket ettikleri öngörüsünü desteklemektedir.

Cumhuriyet gazetesinin verdiği haberlerle iktidar partisi AKP ile ilgili olumsuzluklara yer verdiği, Sabah gazetesi ise iktidar partisi AKP'den yana olan haberlere yer verirken ana muhalefet partisi CHP ile ilgili olumsuz haberlere yer verdiği tespit edilmiştir. Bu sonuç ise demokrasilerde insanların serbestçe haber almasını sağlayan basın organlarının görüşleri doğrultusunda bir siyasi partiden tarafa yönelik haberlere imza atabildikleri öngörüsünü desteklemektedir. Bu doğrultuda çalışmada tespit edilen haberlerle ilgili bulgular yandaş medya kavramının varlığını ortaya koyacak nitelikte gözükmektedir. Ancak yine de bu konu ile ilgili yapılacak başka çalışmaların konunun önemi açısından yararlı olacağı, araştırmacı tarafından öngörülmektedir. Bununla birlikte hangi tarafı desteklerlerse desteklesinler medya organlarının bu şekilde bir hareket tarzı içinde olmaları bile hiç olmamalarından iyidir.

Çünkü Ergun Babahan'ın da dediği gibi bir gün gelecek:

“Türkiye idam sorununu, insan hakları sorununu aştığı gibi, medya sorununu da aşacaktır” (aktaran Kongar 2008).

KAYNAKLAR

Arabacı C (2004) Basın ve Siyaset Üzerine, Metin Işık (ed.), Medyada Yeni Yaklaşımlar, Eğitim Kitabevi, Konya.

Birleşik Basın Dağıtım, “http://tr.wikipedia.org/wiki/Gazete_da%C4%9F%C4%B1t%C4%B1m%C4%B1, 27.12.2008.

Cangöz İ (2008) Medyanın Siyaseti Kimin Siyaseti, www.bianet.org/bianet/kategori/medya/11854/medyanin-siyaseti-kimin-siyaseti, 18.11.2008.

Cumhuriyet Gazetesi (3 Mart 2009) Yandaş Medya Karikatürü.

Cumhuriyet, Yeni Şafak, Sabah, Hürriyet gazetelerinin 1-29 Mart arasında yayınlanan sayıları.

Çaplı B (2002) Medya ve Etik, İmge Kitabevi, Ankara.

Filiz Ş (2008) Ahlak Felsefesinin Temel İlkeleleri Perspektifinden Türkiye’de Medya-Siyaset İlişkileri, Metin Işık ve Zülfikar Damlapınar (ed.), Medya ve Siyaset, Eğitim Kitabevi, Konya.

Gezgin S (2008) Gazeteciliğin Türkiye’deki Serüveni, Metin Işık ve ark (ed.), Medya ve İletişim, Eğitim Kitabevi, Konya.

Güner A (1999) Bâbüâli Ölürken, Boğaziçi Yayınları, İstanbul.

Gürel N (2008) Yerel Basının Sorunlarından Meslek İçi Eğitime Bakış, http://www.byegm.gov.tr/SEMINERLER/kayseri-x/kayseri_10.htm 26.11.2008.

Hakan A (1 Ocak 2009) Üstü Çizilmiş Bir Grup Albayraklar, Hürriyet Gazetesi.

Herman S E ve Chomsky N (1998) Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir, Berfu Akyoldaş ve ark (çev), Minerva Yayınları.

İnceoğlu Y G (1994) Çeşitli Ülkelerde Medya, Der Yayınları, İstanbul.

Kongar E (2008) “Medya Siyaset İlişkileri” Medya Notu-Aydınlanma Yazıları, www.kongar.org/medyanotu/239_Medya_Siyaset_Iliskileri.php, 17.11.2008.

Mequail D ve Windal S (2005) İletişim Modelleri, Konca Yumlu (çev), 2. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara.

Seymen S (2001) Sabah Grubunun Öyküsü-Amiral Battı, Metis Yayınları, İstanbul.

Sönmez M (2003) Filler ve Çimenler, İletişim Yayınları, İstanbul.

Şahin H (3-4 Haziran 1997) “Halk ve Medya”, ABD ve Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Sorunları, Aydın Doğan Vakfı İle Amerikan Basın ve Kültür Merkezi Ortak Sempozyumu, İstanbul.

Terkan B (2005) Gündem Belirleme, Tablet Kitabevi, Konya.

Yüksel E (2001) Medyanın Gücü, Çizgi Kitabevi, Konya.