

HABER ÜRETİM SÜRECİNDE MEDYANIN EKONOMİ POLİTİĞİ: STAR GAZETESİ ÖRNEĞİ

Hülya ÖZTEKİN*

Öz

1980'li yıllar Türkiye'de ve dünyada önemli değişimlerin yaşandığı bir dönemdir. İletişim sistemleri de bu değişimden fazlasıyla etkilenmiş, 80'lerden sonra medyanın sahiplik yapısı hızla değişmiştir. Gazeteci ailelerin faaliyet gösterdiği basın sektöründen, holdingler bünyesinde yayın yapan medya sektörüne geçilmiştir. Değişen sahiplik yapısı ve tekelleşme, yayın kuruluşlarının haber üretim sürecini de belirleyen ana faktörlerden biri haline gelmiştir. Ortaya çıkan yeni habercilik anlayışında, medyanın ekonomi politigi haberin içeriğini ve söylemini etkilemektedir. Haber seçim sürecinde, medya sahibinin çıkarlarına uyan haberler yayınlanmaya değer görülürken, haberlerin söylemi de mevcut ekonomik ve politik güç ilişkilerini yeniden üretmeye hizmet etmektedir. Bu çalışma, haber üretim sürecinde medyanın ekonomi politiginin nasıl belirleyici olduğunu; haber içeriklerinin ve haber söyleminin, medya mülkiyet yapısına ve bu yapının ekonomik/siyasi güç ilişkilerine göre nasıl belirlendiğini ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda söylem analizi yapılarak Star Gazetesi'nin haberleri analiz edilmiştir. Bu bağlamda öncelikle Star Gazetesi'nin 2002 ve 2004 seçim dönemlerindeki mülkiyet yapısının nasıl olduğu ortaya konmuş; bu mülkiyet yapılarının, AKP ve Genç Parti ile ilgili haberlerin söylemine nasıl yansıtıldığı incelenmiştir. İnceleme sonucunda Star Gazetesi'nin sahiplik yapısının, haberin içeriğinin belirlenmesinde ve söylemin inşasında doğrudan etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar sözcükler: Haber üretim süreci, ekonomi politik, Star Gazetesi.

Abstract: Political Economy of Media in News Production Process: As A Case of Star Newspaper

Important changes were lived in both Turkey and in the world during 1980's. Communication systems were also affected by these changes and after 80's, ownership structure of media was rapidly changed, too. Changing ownership structure and being monopoly became one of the main factors that determine news production process. A new approach on this news production process, political economy of media affects the content and discourse of the news. This study aims to lighten up, how media becomes a determiner of the political economy of the news production process and how news contents and discourse are determined according to media ownership structure and economical/political power relationship of this structure. According to this aim, news of the Star Newspaper were analysed by using discourse analysis method. In this context, firstly, it was brought up how the ownership of the Star Newspaper was in 2002 and 2004 election term and it has also researched how this ownership structure reflected on the news discourse about AKP and Genç Party. At the end of the research, it brought up that ownership structure of the Star Newspaper is affective directly on determining of the news content and reconstructing of the discourse.

* Araş.Gör., Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, hoztekin@erciyes.edu.tr

Key words: News production process, political economy, Star Newspaper.

GİRİŞ

1980'li yıllar gerek dünyada gerekse Türkiye'de önemli değişim ve dönüşümlerin yaşandığı bir dönem olmuştur. Bu dönemde Amerika'da Reagan, İngiltere'de ise Thatcher ile sembolleşen neo-liberal politikalar ekonomik, siyasi ve sosyal alanda önemli gelişmelere neden olmuştur. Ekonominin her alanında deregülasyon (küralsızlaştırma) ve özelleşme öngören bu ekonomik politikalar, devletin de küçülmesi ve piyasalardan çekilerek düzenleyici bir hakem rolü üstlenmesini öngörmüştür.

Neo-liberalizm adı verilen bu süreçte iletişim sistemleri de yeniden yapılanma içine girmiştir. Bu dönemde devletin küçülmesi ve ekonominin kapılarının ardına kadar özel girişimcilere açılmasıyla kamu yayın kurumları eski gücünü kaybederken, ticari yayın kuruluşlarının sayısı ve etki alanı da hızla artmıştır. Bu sürecin yayıncılık alanındaki en belirgin özelliği, medya dışı sermayenin sektöre hızlı bir giriş yapması ve yayıncılık faaliyetinin ticarileşmesidir. Özellikle 1980'lerden sonra medyanın böyle bir dönüşüm yaşamasında, mülkiyet yapısındaki değişimin önemi büyüktür. Ülkemiz açısından 1980'lere kadar gazeteci ailelerin kontrolündeki gazetelerin faaliyet gösterdiği basın sektörü, 1980'ler ve özellikle 1990'lı yıllardan itibaren 'holdinglerin medyaya girişi'yle yeni bir nitelik kazanmış; medyadaki her etkili grup, gazetesi, radyosu, televizyonu, bankası ve diğer sınaî-ticari kuruluşlarıyla holding yapısına kavuşmuştur. "Diğer sektörlerden veya sanayi-hizmet faaliyetlerinden farklı olarak medyanın, toplumsal düzende gereksinim duyulan haber, bilgi, eğ

lence gibi mesajların üretildiği ve dağıtıldığı, bir başka deyişle toplumsal iletişimin sağlandığı merkez olarak yaşamsal öneme sahip olması, ticari açıdan bakıldığında böyle bir alanda mülkiyet sahibi olmayı, stratejik bir konuma yerleştirmektedir. Nitekim gerek dünya ölçeğinde küresel medya şirketlerinin, gerekse ülke ölçeğindeki medya holdinglerinin, sahip oldukları medya kuruluşlarından yararlanma biçimleri bu stratejinin ipuçlarını vermektedir" (Pekman, 2003: 183). Hızlı bir tekelleşme sürecine giren medya, günümüz koşullarında patronların çıkarları doğrultusunda hizmet veren bir araca dönüşmüştür. Güçlenen her işadamı, sahip olduğu şirketlerin arasına bir ya da birkaç televizyon, radyo, gazete, vs. katmayı kendisine amaç edinmiş, elindeki yayın organlarını da kendi ekonomik ve siyasi çıkarları için kullanmayı ihmal etmemiştir. Bu yeni düzende medyanın görevi, kendisine sahip olan ve kontrol eden sınıfların çıkarlarını meşrulaştırmaktır.

Ticarileşme ve tekelleşme süreci, haber üretim sürecini de etkilemiştir. Bu süreçte haber, yayın kurumunun ticari ve siyasi çıkarları doğrultusunda belirlenen yayın politikalarına uygun olarak üretilmiş sıradan bir meta haline gelmiştir. Artık haberler, yayın kurumunun ekonomi politikası çerçevesinde belli bir seçime tabi tutulmakta, şirket çıkarlarını besleyen haberler yayınlanmaya değer görülürken, bu çıkarlara uymayan haberler elenmektedir. Bu seçme işlemi gazeteciliğin olağan bir pratiği haline gelmekte, gazeteciler bu süreci sorgulamaksızın 'profesyonellik' adı altında egemen ideolojiyi yeniden

üreten günlük pratiklerine devam etmektedir.

Bu çalışma, medyanın ekonomi politikasının, haber üretim sürecini, haber seçme işlemini ve haber içeriğinin oluşumunu nasıl şekillendirdiğini; sahiplik yapısının haberin söylemine nasıl yansıdığını; ekonomik ve siyasi güç ilişkilerinin haberlerde nasıl yeniden üretildiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda *Star Gazetesi*'nin haberleri incelenmiştir. Bilindiği üzere *Star Gazetesi* 2004 yılı Şubat ayına kadar, Genç Parti Genel Başkanı Cem Uzan'ın yönetim kurulu başkanlığını yaptığı Rumeli Holding bünyesinde yayın yapmaktaydı. Ancak 2004 yılında, bünyesindeki şirketlere usulsüz kredi kullanılması ve kredi taahhütlerinin yok edilmesi gerekçesiyle Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından *Star Gazetesi* de dahil olmak üzere Rumeli Holding'e ait şirketlere el konmuştur. Dolayısıyla 2002 genel seçimlerinde *Star Gazetesi*, Cem Uzan'a ait Rumeli Holding bünyesinde yayın hayatına devam ederken, 2004 yerel seçimlerinde TMSF yönetiminde yayın yapmıştır. Bu bağlamda *Star Gazetesi*'nin mülkiyet yapısı ile haberin söylemi arasında ilişki olduğu hipotezinden hareketle, çalışmada önce *Star Gazetesi*'nin her iki seçim dönemindeki sahiplik yapısının ve mülkiyet ilişkilerinin nasıl olduğu ortaya konmuş; ardından da bu yapıların, AKP ve Genç Parti ile ilgili haberlerin söylemine nasıl yansıdığı analiz edilmiştir.

Haber Üretim Süreci ve Haberın Ekonomi Politikası

En genel tanımıyla haber, yeni ve ilginç bir olayın medya tarafından 'aktarılmış' biçimidir. Bu tanımdan hareketle, günlük hayatta gerçekleşen her olay haber olma niteliği taşımazken, belli olaylar yenilik, ilginçlik, önemlilik, zamanlılık, etki gibi özellikleri taşıdığı gerekçesiyle haber medyası tarafından

'profesyonellik' kriterleri çerçevesinde haber haline getirilerek iletilmektedir. "Profesyonel haber pratikleri içinde haber dilinin, nesnellik ve tarafsızlık gibi iki unsuru bünyesinde barındırması gerekmektedir. Nesnellik ilkesiyle birlikte gelişen bir diğer profesyonel norm ise haberin olaya ilişkin olması gerektiği (factual/facticity) olgusudur" (İnal, 1996: 17). Yani haberin gerçeğe ilişkin olması ve gerçeğin kendisini yansıtmayı. "Haberin gerçeğe ilişkin olduğu görüşünü savunan ve basını dördüncü güç olarak gören çoğulcu liberal anlayışa göre haberde nesnellik, tarafsızlık ve dengelilik sağlanabilir ve gazetecinin bu çerçevede haber üretmesi gerekir" (İnal, 1994: 156). Ancak haber medyası, liberal görüşün iddia ettiği gibi haberin üretimi ve sunumunda gerçekliği olduğu gibi nesnel, dengeli ve tarafsız bir şekilde yansıtan bir 'ayna' değil; tam tersine gerçekliğin siyasal ve ekonomik güç ilişkilerinden ve örgütlü yapılardan geçerek yeniden inşa edildiği bir yapıdır.

Bu yeniden inşa sürecini belirleyen bazı faktörler vardır. "Haber üretim sürecinin yapısını ele alan çalışmalarda, haber metninin nihai belirleyenleri olarak şunlar belirtilmektedir:

- Haber yapımı sürecinde içinde muhabirlerin yer aldıkları kurumun politikalarına ve önceliklerine yönelik iş görme pratikleri içinde olmaları,
- Yine muhabirlerin haber konusuna kendi değer yargıları ve dünya görüşünün getirdiği çerçeveselendirme biçimi içinde bakmaları,
- Gazeteciliğin kapitalist bir ekonomik sistemde süregidiyor olmasının dayattığı önceliklerin varlığı" (Dursun, 2003: 71).

"Gaye Tuchman'a göre de gazetelerin ve televizyonların iş yapma tarzlarını belirleyen kaçınılmaz süreçler vardır. Haber yapılırken, profesyonellikten kaynaklandığı düşünülen

birtakım kararların verilmesini etkileyen de tamamen haber kuruluşlarının kaygılarıdır” (Dursun, 2004: 40). Bu kaygılar kişisel olabileceği gibi, kurumsal ve ekonomik kaygılar da olabilir.

Herman ve Chomsky (1999), haber üretim sürecini, bir eleme yani seçme süreci olarak ele alır ve ekonomik/siyasi seçkinlerin birtakım haber eleme süzgeçlerini kullanarak haberleri eleyip basılmaya uygun olanları seçtiklerini, bu sayede muhalif düşünceleri kenara itip önemsizleştirerek istedikleri mesajları halka kolayca ulaştırdıklarını söylerler. ‘Propaganda Modeli’ adını verdikleri çalışmada beş haber eleme süzgecinden bahsederler:

- 1-Egemen medya şirketlerinin büyüklüğü, yoğunlaşmış mülkiyeti, kar amaçlı oluşu ve sahiplerinin serveti,
- 2-Reklamcılığın medyanın en önemli gelir kaynağı olması,
- 3-Medyanın, iki temel kaynak ve iktidar odağı olan hükümet ve iş çevrelerinde ve bunların mali destek sağlayıp onayladığı ‘uzmanlardan’ sağladığı bilgileri temel alması,
- 4-Medyaı hizaya sokmak amacıyla kullanılan bir yöntem olan ‘medyaya yönelik tepki üretimi’,
- 5-Ulusal bir din ve bir denetleme mekanizması olan ‘anti-komünizm’.

“Bu süzgeçler haberde söylemin ve yorumun ilkelerini belirler, neyin öncelikle haber olabileceğini tanımlar ve propaganda kampanyalarına dönüşen sürecin temelini ve işleyişini açıklar.” (Herman ve Chomsky, 1999: 22).

Medya kurumları, kapitalist ekonomik sistem içinde kapitalizmin gerektirdiği türden örgütlenmiş ekonomik yapılardır. Ticari birer işletme olarak faaliyet gösteren medya

kurumlarının gerçekleştirdiği üretim ise bir meta üreimidir ve bu üretim sonunda elde edilen ürünler (haber, TV programı, sinema filmi, vs.) kültürel değeri kadar ekonomik değeri de olan metaldır. Metaların sahip olduğu ekonomik değer, onların üretim biçimini ve üretim koşullarını da belirlemektedir.

Propaganda modelinde de ele alındığı gibi basın kuruluşlarının ekonomik örgütlenmesi ve mülkiyet yapısı, haber üretim sürecinin temel belirleyicilerinden biridir ve mesaj üretim sürecini doğrudan etkilemektedir. “Gazetelerin temel işlevi olan haber üretim süreci, bilinçli bir seleksiyon sürecine tabidir ve bu seleksiyon sürecinde aracın ekonomi politikası haber değerinin temel belirleyicilerinden biridir” (Arık, 2006: 45). Ekonomi politik yaklaşım işte bu noktada medya kurumlarının örgütlenme biçimi, medya ürünlerinin üretim biçimi ve üretim koşullarıyla ilgilenmektedir. “Tekelleşme, yoğunlaşma, ürün ve içerik farklılaşması, metalaşma, tecimselleşme, reklam ve izleyici çekmekte kar güdüsünün işleme ve bunun medya içeriklerine etkisi, vb. süreçler medyanın ekonomi politikasının doğrudan gönderme yaptığı konulardır” (Boyd-Barret, 2006: 1).

Garnham’a (179) göre “medyanın ekonomi politikası, kurumsal temellerini, kitle iletişim araçlarının devletin ideolojik aygıtları olarak görülmesini değiştirme çabasından alan ve kitle iletişim araçlarını her şeyden önce kar amacı güden ekonomik birimler olarak gören bir araştırma perspektifidir.”

“Ekonomi politik yaklaşıma göre, medya içerikleriyle mesajlarının taşıdığı anlamlar esas olarak içinde üretildikleri örgütlerin ekonomik yapısıyla belirlenir” (Curran v.d., 1990: 238). Dolayısıyla haber kuruluşlarının mülkiyet yapıları, bu bağlamda eko-

nomik kaygıları ve çıkarları haber üretim sürecindeki temel belirleyicilerden biridir. Karını maksimize etmeye çalışan mülkiyet sahiplerinin haber içeriklerine kendi ekonomik ve siyasi çıkarları doğrultusunda müdahale etmeleri ve bu çıkarlara bağlı olarak 'genel yayın politikası' adı altında kurumsal önceliklerin sıralandığı kurumsal habercilik ilkelerinin belirlenmesi kaçınılmazdır. Bu süreçte muhabire, editöre ya da genel yayın yönetmenine düşen görev, bu ilkelere bağlı olarak habercilik yapmaktır.

Basın sektöründeki yayıncı kuruluşlarının hemen hemen hepsinde durum böyledir. Mülkiyet sahibinin çıkarları doğrultusunda habercilik yapma işi, çalışanlar arasında öylesine kanıksanmıştır ki yaptıkları işin doğasını sorgulamaksızın, haberleri nesnel bir şekilde profesyonel haber ölçütlerini temel alarak seçip yorumladıklarına kendilerini de inandırırılar.

Böyle bir yapı içinde mülkiyet sahipleri de aynen diğer sektörlerde olduğu gibi sermaye sahibi olmanın verdiği yetkiyle ürünlerin türüne, içeriğine, biçimine müdahale etme hakkını kendinde görmektedir. Bu konuda şu örnekler oldukça çarpıcıdır:

"İngiltere'de Mirror grubunun sahibi olan Robert Maxwell grubun tüm yayın politikasını kendisinin belirlemesini şu sözlerle ifade etmiştir: 'Bu işe doksan milyon pound yatırdım ve bunu hayır duası almak için yapmadım. Bu işin sahibi benim, patron benim.' Avustralya'daki medya yatırımlarından sonra İngiltere'ye gelerek *London Times*'ı satın alan Avustralyalı işadamı Rupert Murdoch, gazeteyi satın aldıktan hemen sonra gazetenin yazı işlerine gidip yayın politikasına ilişkin emirler vermiştir. Yayın içeriklerine karışarak çalışanları Thatcher yanlısı yayın yapmaya zorladığı için toplu

istifalarla karşılaşan Murdoch, bu olaya tepkisini 'Ben bunca yolu gazetenin işlerine karışmamak için mi teptim?' sözleriyle dile getirmiştir" (Duran, 2001: 92-93).

1980'lerden sonra neo-liberal ekonomi politikalarının bir sonucu olarak değişen medya mülkiyet yapısı ve gerek Türkiye'de gerekse dünyada ciddi boyutlara ulaşan tekelleşme olgusuyla birlikte medya sahipliği, sermaye sahiplerinin bankacılıktan inşaaata, giyimden turizme kadar farklı sektörlerdeki faaliyetlerinin reklamını yapmak, kamu ihalelerinden ve sübvansiyonlardan pay almak, medyasiyaset çemberinde karşılıklı çıkar ilişkileri kurmak gibi çeşitli amaçlar için kullanılan etkili bir araca dönüşmüştür. Bu sahiplik yapısı içerisinde de gerçeğe en yakın ve en etkili medya içeriği olarak haber birincil konumdadır.

Star Gazetesi ve Sahiplik Yapısı

Bu çalışmada medyanın ekonomi politigiğinin, haber üretim sürecini, haber seçme işlemini ve haber içeriğinin oluşumunu nasıl şekillendirdiği; sahiplik yapısının haberin söylemine nasıl yansıdığı; ekonomik ve siyasi güç ilişkilerinin haberlerde nasıl yeniden üretildiği ele alınmıştır. Bu doğrultuda, yakın dönemde sahiplik yapısı birkaç defa değişen *Star Gazetesi*'nin haberleri incelenmiş; *Star Gazetesi*'ndeki farklı mülkiyet yapılarının ve bu yapılara bağlı olarak gelişen ekonomik/siyasi ilişkilerin ve çıkarların gazetenin haber üretim sürecini ve haberin söylemini nasıl etkilediği ortaya konmaya çalışılmıştır.

Bunun için de habercilikteki siyasi tarafgirliğin en görünür hale geldiği seçim dönemlerindeki siyasi haberler analiz birimi olarak seçilmiştir. Ancak bu süreci daha iyi anlayabilmek ve analiz edebilmek için önce *Star Gazetesi*'nin sahiplik yapısındaki değişimlerin tarihsel arka planını ve mülkiyet ilişkile-

rinin ekonomik ve siyasi karakterini ortaya koymak gerekmektedir.

Bilindiği üzere *Star Gazetesi*'nin kurucusu ve ilk sahibi Rumeli Holding'tir. Rumeli Holding, Türkiye'de yakın döneme kadar sahip olduğu yüzlerce şirketle yayıncılık sektörü de dahil olmak üzere birçok sektörde tekel haline gelen sermaye gruplarından biridir. "Kemal Uzan'ın 1956'da kurduğu inşaat şirketinin temelleri üzerine kurulan Rumeli Holding" (Taşlıcalı, 2002: 30), asıl yükselişini 1980 sonrasında liberal ekonomiye geçiş sürecinde gerçekleştirmiştir. "Kemal Uzan'ın 1984 yılında işadamı Ayhan Şahenk'ten İmar Bankası'nı satın alması Uzanları, bankası olan birkaç şanslı gruptan biri haline getirmiştir" (Şener, 2004: 30). Uzanları şanslı kılan bir diğer gelişme ise 1990 yılında dönemin Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal ile Magic Box Incorporated şirketini kurup, şirkete ait *Star 1* televizyonuyla medya dünyasına adım atmalarındır. Böylece Uzanlar, medyası olan işadamları kervanına katılmıştır. *Star 1*'i *Teleon* adlı televizyon kanalı izlemiş, söz konusu televizyon daha sonra *Kral TV* adıyla müzik yayınına başlamıştır. Ayrıca grup 1999 yılında Çukurova Grubu'na ait Digitürk'e rakip olarak *Star Digital*'i kurmuş, Mayıs 2001'de de Kanal 6 televizyonunu satın almıştır. 1999 yılında sayfa düzeni ve tarzıyla alışılmışın dışında bir gazete olan *Star Gazetesi*'yle yazılı medya sektörüne de giren grup, ardından *Damga* isimli ikinci gazeteyi kurmuştur.

Bankacılık, finans ve yayıncılık sektöründe faaliyet gösteren grubun enerji, otomotiv, inşaat, telekomünikasyon ve futbol sektöründe de önemli yatırımları olmuştur. İmar Bankası, Adabank, Rumeli Bank, Trabzon Çimento, Gaziantep Çimento, Ladik Çimento, Şanlıurfa Çimento, Bartın Çimento, Çukurova Elektrik, Kepez Elektrik, Türk Oto-

motiv Endüstrisi, Süper Oto, Van Çimento, Ergani Çimento, Gümüşhane Çimento, Rumeli Çimento, Edirne Çimento, Telsim, Unitel, İstanbulspor, Adanaspor, *Star TV*, *Kral TV*, *Teleon*, *Süper FM*, *Joy FM*, *Radio Blue*, *Lokum FM*, *Metro FM*, *Radio Alaturka*, *Rock FM*, *Star Gazetesi*, *Damga Gazetesi*, *Star Digital* Uzanlara ait Rumeli Holding bünyesinde faaliyet gösteren şirketlerin sadece bir kısmıydı.

Ekonominin birçok sektöründe sahip olduğu şirketleriyle, gazeteleriyle, televizyonlarıyla, futbol kulüpleriyle, İtalya Başbakanı Silvio Berlusconi'ye benzetilen Cem Uzan'ın bir sonraki amacı siyasete girmektir. "Uzan Grubu'nun 46. kuruluş yıldönümü kutlamaları, Türkiye'de kurulacak yeni bir siyasal partinin habercisi olmuştur" (Yaylagül ve Dağtaş, 2004: 486).

Genel seçimlerin erken yapılacağı açıklandığı dönemde 10 Temmuz 2002 günü siyasete girdiğini açıklayan Cem Uzan, milliyetçi söyleme sahip bir parti olan Genç Parti'yi kurmuştur. Ancak 3 Kasım'da yapılacak olan seçime dört ay gibi kısa süre kalması ve Genç Parti'nin ülke çapında yeterli düzeyde örgütlenememiş olması nedeniyle Hasan Celal Güzel başkanlığında kurulan Yeniden Doğuş Partisi'yle birleşme yoluna gidilerek bu sorun çözülmüştür. YDP'nin 23 Ağustos 2002 tarihinde yapılan 3. olağanüstü kongresinde Cem Uzan başkan seçilmiştir. "Yaşanan bu olayın sonunda Hasan Celal Güzel, Cem Uzan'ın YDP'yi ele geçirmek için beş parti yöneticisine önce 35 milyar TL, daha sonra her birine 100 milyar TL verdiğini, diğer delegelerin her birine de 3 ila 5 milyar TL dağıtıldığını öne sürmüştür" (Şener, 2004: 167). Cem Uzan'ın bu şekilde apar topar siyasete atılması, reklamcılık ve halkla ilişkiler kampanyalarıyla desteklenmiş yoğun ve hızlı bir siyasi propaganda sürecine

girmesi, aynen Silvio Berlusconi gibi Cem Uzan'ın da amacının dokunulmazlık kazanarak hakkında açılan hukuk davalarında kurtulmak olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

2002 genel seçimleri öncesinde vergileri indirmek, ilacın KDV'sini kaldırmak, il sayısını 250'ye çıkartmak, evi olmayana 200 m² arazi vermek, 30 yıl vadeli ev yaptırmak, ders kitaplarını bedava dağıtmak, üniversite sayısını dört katına çıkarmak, IMF'yi Türkiye'den defetmek gibi seçim vaatlerinde bulunan Cem Uzan, bu süreçte kendisine ait yayın kuruluşlarını Genç Parti'nin yayın organı gibi kullanmıştır.

3 Kasım 2002 seçiminde %7.2 oranında oy alan Genç Parti, %10 barajını geçemediği için parlamentoya girememiş; ancak dört ayda yoktan var olan bir partinin %7.2 oranında oy alarak ülkenin büyük ve köklü partilerini geride bırakması, Türk siyasi tarihine büyük bir başarı olarak geçmiştir. Zaten Cem Uzan da partisinin aldığı sonucu bir başarısızlık olarak değil, gelecekteki daha büyük başarıların habercisi olarak değerlendirmiştir.

Uzan Grubu'nun sona doğru giden yolculuğu, 2003 yılında ÇEAŞ ve Kepez Elektrik'e EPDK tarafından el konmasıyla başlamıştır. 1993'te Uzanlara satılan ve halka açık çok ortaklı bir şirket olan ÇEAŞ'ın karını gizli bir şekilde kendi şirketlerine aktarmakla suçlanan Uzan Grubu hakkında onlarca dava açılmıştır. ÇEAŞ ve Kepez'i, gruba ait İmar Bankası ve Adabank izlemiş, bankaların yönetimini BDDK devralmıştır. Bu devralma işlemine gerekçe olarak da Rumeli Holding şirketlerine usulsüz kredi kullandırılması ve kredi taahhütlerinin yok edilmesi gösterilmiştir. Bu süreçte Rumeli Holding Yönetim Kurulu Başkanvekili ve Genç Parti Genel Başkanı Cem Uzan, siyaset yapmaya devam etmiş; "seçimlerden sonra Genç Parti, mer-

kez sağda Adalet ve Kalkınma Partisi'ne alternatif bir görünüme bürünmüştür" (Erdoğan, 2007: 45).

Son olarak 14 Şubat 2004 günü Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu, yeni çıkarılan Bankacılık Kanunu'na dayanarak *Star Gazetesi*'nin de içinde bulunduğu Uzan Grubu'na ait yaklaşık 219 şirketin yönetimine el koymuştur. Gerekçe olarak, İmar Bankası hâkim ortaklarının, bankanın 7.5 katrilyonluk borcunu ödemek için aylardır adım atmaması, hiçbir ödeme planı sunmaması gösterilmiştir. Aynı gün sabah saatlerinde mali polis, evrak kaçırmaların önüne geçmek için Star Medya binasını göz hapsine almış, ayrıca Cem Uzan'ın evine de polis baskını yapılmıştır.

Türkiye'de amme borcu olup da ödemeyen onlarca şirket olmasına rağmen bu şirketler için hiçbir işlem yapılmazken, tam da 28 Mart 2004 yerel seçimleri öncesinde TMSF yetkililerinin binlerce güvenlik görevlisi eşliğinde Star Medya binasına gelerek 'baskın' yapması ve bu baskının televizyon kanelarından dakika dakika canlı yayınlanan bir şova dönüştürülmesi, AKP iktidarının kendisine muhalif gördüğü Cem Uzan'a yönelik açık bir yıkım operasyonu olarak nitelendirilmiştir (Duran, 2004: 24-25).

14 Şubat'tan hemen sonra Uzan Grubu'nun şirketlerindeki yöneticiler de değiştirilerek TMSF'nin belirlediği isimler yönetici olarak atanmıştır. Söz konusu şirketler, ihale yöntemiyle yeni sahiplerine satılana kadar TMSF yönetiminde faaliyetlerine devam etmişlerdir.

Bu noktada Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu'nun (TMSF) yapısına, görev ve yetkilerine de bakmak yerinde olacaktır. 5411 sayılı Bankacılık Kanunu'nun 111. maddesine göre

TMSF, tasarruf sahiplerinin hak ve menfaatlerinin korunması amacıyla, mevduatın ve katılım fonlarının sigorta edilmesi, Fon bankalarının yönetilmesi, mali bünyelerinin güçlendirilmesi, yeniden yapılandırılması, devri, birleştirilmesi, satışı, tasfiyesi, Fon alacaklarının takip ve tahsili işlemlerinin yürütülmesi ve sonuçlandırılması, Fon varlık ve kaynaklarının idare edilmesi gibi görevleri olan, kamu tüzel kişiliğini haiz, idarî ve mali özerkliğe sahip bir kuruluştur. Kanun ve yönetmelikler çerçevesinde özerk bir kuruluş olan TMSF, tarafsız bir hakem gibi davranmayarak, devraldığı yayın kuruluşlarının yönetimine getirdiği kişiler aracılığıyla yayın içeriklerine müdahale ettiği, yayın politikalarını bütünüyle değiştirdiği ve bazı yazarlara sansür uyguladığı yönünde eleştiriler almış (Çağdaş Gazetesi, 2004), hatta yönetimindeki yayın kuruluşlarını devletin ya da iktidarın yayın organı gibi idare etmekle suçlanmıştır. Vatan Gazetesi'nin 15.02.2004 tarihli sayısının birinci sayfasında Uzanların şirketlerine el konmasıyla ilgili 'Her şeyleri Gitti' başlıklı haberin hemen yanında yer alan 'Cep to Devlet', 'My Devlet', 'Star=TRT 5', 'Star=Resmi Gazete 2' gibi ifadelerle, Uzanlara ait şirketlerin bundan sonraki süreçte TMSF tarafından nasıl bir anlayışla yönetileceğinin ipuçları ironik bir biçimde verilmiştir.

TMSF Başkanı Ahmet Ertürk, bu yöndeki eleştirilere şöyle yanıt vermiştir (dorduncukuvvetmedya: 2008)

Bizim, TMSF olarak medyadaki varlığımız her zaman tartışıldı. TMSF olarak medyada, kendimizi, kamuoyunu çok zora sokacak şeyler yapmadık. Sonuçta, yönetimi devraldığımız her medya organının zaten geleneksel bir çizgisi var. O çizgiyi de biz belirlemiyoruz. O medya organının, gazetenin, televizyonun yıllar içinde oluşturduğu bir çizgi. Ne *Star Gazetesi* ve televizyonunda, ne de *Sa-*

bah gazetesinde her ne ise o çizgi, hiç müdahale etmedik. Ama zorunlu olarak elbette birtakım yönetici değişiklikleri olacaktır. Aksi takdirde, TMSF'nin varlığı sorgulanır. TMSF, oraya yönetici atıyorsa, daha önceki yönetim dönemlerinde atanmış yöneticilerde bir değişiklik yapması çok doğal hakkıdır. Ama bunu yaparken, hiçbir zaman bir politik ya da bir ideolojik taraf sergilememiştir. Tamamen işin gerekleri, performans ve o işin özel, hukuksal durumu dikkate alınarak yapılmıştır.

AMAÇ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, *Star Gazetesi*'nin mülkiyet ilişkilerinin ve sahiplik yapısının haberin söylemini nasıl belirlediğini, Genç Parti ve AKP arasındaki güç/iktidar ilişkilerinin *Star Gazetesi*'nin haber söylemine nasıl yansıdığını ortaya koymak için söylem analizi yapılmıştır.

"Haber, söylemlerin temsil edildiği bir metindir" (İnal, 1996: 98). Toplumdaki ideolojiler, güç ve iktidar ilişkileri söylemler aracılığıyla haber metinlerinde her gün yeniden üretilmektedir.

Dursun (2001: 46)'nin da ifade ettiği gibi, medya çalışmaları açısından söylem kavramı, ideoloji ile birlikte ele alındığında, medya metinlerinin toplumsal iktidarın kurulmasındaki rolünü sergilemekte çıkış noktaları sağlamaktadır. Dolayısıyla haberde güç ve iktidar ilişkilerinin nasıl kurulduğunu, ideolojilerin nasıl temsil edildiğini ortaya koymak için en doğru yaklaşım söylem analizidir.

"Söylem analizi, farklı konuşma yollarıyla yapılan farklı gerçeklikler, söylem etkileri, politik ilişkiler, bilgi ve ideoloji formları, kurumsal bağlantılar ve söylemleri kullananların oluşturduğu düzenlilikler –ya da düzensizliklerle- ilgilenir" (Arık, 2006: 49);

“toplumda var olan güç/iktidar ilişkilerinin dil ve söylem içinde kurulma biçimlerinin açığa çıkarılmasını hedefler” (İnal, 1996: 96). “Söylem analizi bir yöntem değil, bir yaklaşım biçimidir” (Atabek, 2007: 154). Söylem analizinin sonuçları, araştırmacının metni nasıl okuduğu, nasıl anlamlandırdığına bağlıdır. Söylem analizinde “söylemin çözümleme biçimi çok öznel olabilir, çözümleyicinin yorumu olası yorumlardan yalnızca biridir” (Zajacova’dan akt. Atabek, 2007: 152). Dolayısıyla haber metnindeki anlam ya da ideoloji, ancak o metni okuyan ve anlamlandıran öznenin analizinde görünür hale gelmektedir. Haber çözümlemelerinde sıkça kullanılan yöntemlerden biri olan içerik analizinden farklı olarak söylem analizinde haber metni kelime, cümle, fotoğraf gibi parçalara ayrılmaksızın; tarihsel, toplumsal, ekonomik ve politik bağlamı içerisinde bir bütün olarak ele alınır.

Söylem analizinin öznel bir yaklaşım olması, söylem analizi yapan araştırmacının tamamen keyfi ve kuralı hareket ettiği anlamına gelmemelidir. Bu analiz yöntemi de kendi içinde sistematik ve tutarlıdır. Bu noktada dilbilimci Teun Van Dijk bir model geliştirmiştir. Model, araştırmacılara neyi nasıl yapacaklarını söylemekten ziyade, analiz birimleri sunmaktadır.

Söylem çözümlemelerinde yaygın biçimde kullanılan modelinde Van Dijk (1988), haberin yapısını makro ve mikro yapılar olmak üzere iki bölüme ayırmaktadır. Makro yapılar içinde tematik ve şematik yapılar bulunmaktadır. Tematik yapıda başlık, alt ve üst başlıklar, spot ve giriş yer alırken, şematik yapıda ana olay, arka plan bilgileri, bağlam ve yorumlar yer almaktadır. Haberin mikro yapısı ise sözcük seçimleri, sözdizimsel yapı, kelimeler arası bölgesel uyum ve retorik çözümlemesinden oluşmaktadır.

“Habere dair en genel bilgiler özet, başlık ve girişte yer almaktadır. Van Dijk’a göre okuyucuların en iyi hatırladıkları bilgiler de bu kategorilerde yer almaktadır” (Ülkü, 2004: 375). Bu nedenle çalışmada haberin tematik yapıları olan başlık, spot ve girişler söylem analizine tabi tutulmuştur.

Çalışma kapsamında, 3 Kasım 2002 genel seçimleri öncesinde seçim haberlerinin en yoğun olduğu 24 Ekim-2 Kasım 2002 tarihleri arasındaki 10 günlük *Star Gazetesi* nüshaları ile 28 Mart 2004 yerel seçimleri öncesinde seçim haberlerinin en yoğun olduğu 18-27 Mart 2004 tarihleri arasındaki 10 günlük *Star Gazetesi* nüshaları örneklem olarak alınmıştır.

BULGULAR

2002 Genel Seçimleri Öncesi

2002 genel seçimlerinden önce *Star Gazetesi*’nde AKP ve Genç Parti’yle ilgili toplam 44 haber yer almıştır. Seçime toplam 18 parti girmiş olmasına karşın, seçim haberleri ağırlıklı olarak Genç Parti ve AKP ile ilgilidir. Her iki partiyle ilgili haberler birinci sayfada yer alırken, Genç Parti haberleri çoğu kez manşetten verilmiş ve çok uzun tutulmuştur.

Aktörlerin Konumlandırılması

AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan: Devletin kanunlarını ihlal eden, sahte hastalık raporuyla devleti ve halkı kandıran, takiyeci, IMF yandaşı, dış politikada teslimiyetçi, Çankaya Köşkü’yle iyi ilişkileri olmayan, rejime muhalif ve rejimi tehdit eden bir parti lideri olarak konumlandırılmıştır.

Genç Parti Genel Başkanı Cem Uzan: Vatanperver, cesur, dürüst, halkın içinden gelen halktan biri, Türkiye’nin umudu, Türkiye’nin kurtarıcısı, demokrasi savunucusu, IMF ve sömürü karşıtı bir lider olarak sunulmuştur.

Genç Parti Milletvekili Adayları: Haberlerde, Genç Parti milletvekili adaylarının isimleri tek tek verilmemiş olup, genel bir tanımlama ile adayların seçim faaliyetleri anlatılmıştır. Adaylar, Türkiye'nin dört bir tarafını dolaşan memuru, işçisi, köylüsü, şehirli, kadın, erkeği, toplumun tüm kesimleriyle kaynaşan onların dertlerini dinleyen, genç, dinamik, heyecanlı, gece gündüz yoğun bir şekilde bu vatan için çalışan siyasetçiler biçiminde sunulmuştur.

Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer: AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan ile gerginlik yaşayan, Recep Tayyip Erdoğan'ı ve partisini rejim tehdidi olarak gören bir otorite olarak sunulmuştur.

Yukarıda adı geçen ana aktörlerin dışında, AKP ile ilgili birkaç haberde Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı Sabih Kanadoğlu, CHP Genel Başkanı Deniz Baykal da aktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Sabih Kanadoğlu AKP karşıtı, Recep Tayyip Erdoğan'ın parti liderliğinden ayrılması ve AKP'nin kapatılması için uğraşan bir hukuk otoritesi olarak sunulurken, Deniz Baykal ekonomi ve dış ilişkiler konusunda IMF yanlısı, teslimiyetçi bir politikacı olarak Recep Tayyip Erdoğan ile eş tutulmuştur.

AKP-Sistem Karşıtlığı

2002 genel seçimleri öncesinde *Star Gazetesi*'nde AKP rejimi tehdit eden bir parti olarak sunulurken, AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan da sisteme muhalif, hukuk kurallarını hiçe sayan bir siyasetçi olarak gösterilmiştir. Sabıka kaydı nedeniyle herhangi bir siyasi partiye üyeliği yasak olan Recep Tayyip Erdoğan'ın, yasadışı bir şekilde genel başkanlığa devam ettiği için Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı Sabih Kanadoğlu tarafından AKP hakkında kapatma davası açıldığı ve Recep Tayyip Erdoğan'ın da genel baş-

kanlığının önlenmesini istediğinin anlatıldığı *Hiç boşuna uğraşma bu devlet seni başa geçirmez* (24 Ekim 2002) başlıklı haberde, Recep Tayyip Erdoğan'a seslenilerek 'sen sabıkalısın ve rejimi tehdit ediyorsun, hileyle oyunla başa geçmeye çalışma, bu devlet buna müsaade etmez' mesajı verilmiş, Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı Sabih Kanadoğlu devleti temsil eden bir kişi olarak sunulurken, onun görüşleri de devletin görüşleri olarak sunulmuştur. Aynı şekilde *Tayyip Resmen Alay Ediyor* (26 Ekim 2002) başlıklı haberde yer alan "Tayyip Erdoğan AKP'ye Genel Başkan olduktan sonra adeta 'Ben sizin hukukunuzu tanımam' diyerek resmen alay ediyor." ifadesiyle Recep Tayyip Erdoğan, hukuk kurallarını hiçe sayarak devlete meydan okuyan bir parti lideri olarak olumsuzlanmıştır.

Ayrıca haberlerde Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer ile AKP/Recep Tayyip Erdoğan arasında da bir karşıtlık yaratılmış, Ahmet Necdet Sezer'in AKP'yi rejimle çatışan bir parti olarak değerlendirdiğinin altı çizilerek, bu konuda bir otorite olarak sunulmuştur. *Rejim Uyarısı* (25 Ekim 2002) başlıklı haberin "Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer: Rejimle çatışan bir partinin iktidara gelmesinden endişe duyuyorum" şeklindeki spotunda Ahmet Necdet Sezer'in ifadeleri referans gösterilerek rejimin tehlikede olduğu uyarısı yapılırken; *Sezer'in arkadaşları karşı oy kullandı* (2 Kasım 2002) başlıklı haberde AKP'nin kapatılmasıyla ilgili olarak Anayasa Mahkemesi üyelerinden sadece Cumhurbaşkanı Sezer'in arkadaşları Mehmet Ertem ve Enis Tunga'nın AKP aleyhine oy kullandığı vurgulanarak, Ahmet Necdet Sezer ile AKP/Recep Tayyip Erdoğan karşıtlığı yeniden üretilmiştir.

Ahmet Necdet Sezer ile AKP/Recep Tayyip Erdoğan karşıtlığı üzerine kurulan bir diğer haber ise *Köşk'te Düello* (30 Ekim 2002) başlı-

ğıyla verilmiştir. Recep Tayyip Erdoğan'ın da katıldığı 29 Ekim resepsiyonunda, AKP'nin seçilmesi durumunda başbakanı seçme yetkisinin kime ait olacağı üzerine Ahmet Necdet Sezer ve Recep Tayyip Erdoğan'ın yaptığı açıklamalara yer veren haberde, Ahmet Necdet Sezer ve Recep Tayyip Erdoğan ilişkisi bir 'düello'ya benzetilmiştir. Yine bu konuyla ilgili *Sezer de biz de görevimizi biliriz* (31 Ekim 2002) başlıklı bir diğer haberde ise "AKP lideri Tayyip Erdoğan, Sezer'le inatlaşmasını devam ettirdi" ifadesiyle Ahmet Necdet Sezer-Recep Tayyip Erdoğan ilişkisinde Recep Tayyip Erdoğan inatlaşmaya devam ederek ilişkiyi geren taraf olarak sunulmuştur.

Recep Tayyip Erdoğan ve AKP'nin Yasadışılığı

İncelenen haberlerde Recep Tayyip Erdoğan sabıkalı bir siyasetçi olduğu sık sık vurgulanırken, sabıkalı birinin kurucu üye ve genel başkan olarak görevlendirilmesinden ötürü AKP de yasaları çiğneyen bir parti olarak yasadışılaştırılmıştır.

Recep Tayyip Erdoğan'ın genel başkanlığı ve parti üyeliğinin iptali ile AKP'nin kapatılması davasıyla ilgili *Tayyip'e giden oylar iptal olacak iddiası* (29 Ekim 2002), *Tayyip'e tedbir yolda* (30 Ekim 2002), *AKP'ye 2 köyü haber* (31 Ekim 2002), *Tayyip'in zor günü* (1 Kasım 2002) başlıklı haberlerde, AKP'nin seçim öncesinde Anayasa Mahkemesi'nce her an kapatılabilecek yasadışı bir parti olduğu duyurulmuş, AKP'ye oy vermeyi düşünen seçmenler, verdikleri oyların boşa gidebileceği hususunda uyarılmıştır.

Okuduğu şiir Tayyip'in başını daha çok ağrıttacak (27 Ekim 2002) başlıklı haberle ise Recep Tayyip Erdoğan'ın geçmişte okuduğu bir şiir nedeniyle hapis cezası aldığı okuyucuya hatırlatılmıştır.

Recep Tayyip Erdoğan'a Yönelik Olumsuzlama ve Küçümseme

Haberlerin birçoğunda Recep Tayyip Erdoğan'ın ismini tam olarak vermek yerine küçümsemek ve önemsizleştirmek için sadece 'Tayyip' ifadesi kullanılmıştır. Ayrıca 'Tayyip'in AKP'si' şeklindeki ifadeyle de AKP, Recep Tayyip Erdoğan'la özdeşleştirilerek onun şahsına indirgenmiştir.

Recep Tayyip Erdoğan'ın bağırsak bozulması rahatsızlığı nedeniyle rapor almasıyla ilgili *Akut Gastro Enterit* (24 Ekim 2002) başlıklı haberde doğrudan olmasa da, dolaylı bir şekilde Recep Tayyip Erdoğan'ın mal varlığıyla ilgili duruşmaya katılmamak üzere sahte rapor aldığı ima edilmiştir. Konuyla ilgili *İshal Raporlu Tayyip Miting Miting Geziyor* (25 Ekim 2002) başlıklı bir diğer haberde ise raporu veren doktor hakkında soruşturma açıldığı bildirilerek yine örtük bir biçimde raporun sahte olduğu ve Recep Tayyip Erdoğan'ın gerçekte hasta olmadığı ifade edilmiştir.

Ayrıca haberlerde Recep Tayyip Erdoğan, takiyeci bir politikacı olarak sunulmuştur. *Ne dediğini bilmiyor* (27 Ekim 2002) ve *Takiyeci Tayyip* (2 Kasım 2002) başlıklı haberlerde Recep Tayyip Erdoğan'ın AB, IMF, laiklik gibi konularda bir dediğinin bir dediğine uymadığı, zamana ve mekana göre gerçek düşüncelerini gizlediği anlatılmıştır.

Genç Parti'ye Yönelik Olumlama ve Övme

İncelenen haberlerde Genç Parti, Türkiye'yi içinde bulunduğu kötü durumdan kurtaracak bir 'kurtarıcı' biçiminde konumlandırılmıştır. *Eller umuda uzanıyor* (25 Ekim 2002) başlıklı haberde Türk halkının Genç Parti Genel Başkanı Cem Uzan'ı kurtuluş umudu olarak gördüğü ifade edilmiş, *Türkiye'yi düşünün* (27 Ekim 2002) başlıklı haberde

Cem Uzan'ın ifadelerinden alıntılar yapılarak Türk halkına, ülkenin geleceğini düşünen Genç Parti'ye oy vermesi yönünde çağrıda bulunulmuştur.

Ayrıca haberlerde Genç Parti, iktidara aday, güçlü, genç, dinamik, çalışkan bir siyasi parti olarak sunulmuştur. *Adım Adım Anadolu* (27 Ekim 2002), *Genç Parti'nin hafta sonu mesaisi* (28 Ekim 2002), *Büyük Buluşma* (29 Ekim 2002), *Gençler Çalışıyor* (30 Ekim 2002), *Halkla Kucaklaşma* (31 Ekim 2002), *Demokrasi Rekoru* (2 Kasım 2002), *Seçime Hazırlar* (2 Kasım 2002) başlıklı farklı haberlerde Genç Parti'nin bu nitelikleri vurgulanmıştır. *İktidara 8 gün kaldı* (26 Ekim 2002) başlıklı haberle de Genç Parti'nin iktidar yarışındaki iddiası ortaya konmuştur.

Cem Uzan'a Yönelik Olumlama ve Övme

Haberlere göre Genç Parti lideri Cem Uzan, halkın içinden gelen, halka yakın, halkın bir evlat, ağabey, kardeş gibi bağrına bastığı ve sevdiği, ülkesini seven, dürüst bir siyasetçidir. *Allah yolunu açık etsin evladım* (2 Kasım 2002) başlıklı haberde Cem Uzan ile halkın temasının, bir siyasi parti lideri ile seçmen teması değil, ana-oğul, baba-oğul, abi-kardeş teması gibi olduğu anlatılmaktadır. Adanalı bir çiftin, Cem Uzan'a duydukları sevgiden ötürü yeni doğan çocuklarına Cem Uzan adını vermesi olayının anlatıldığı *Cem Uzan Sevgisi* (2 Kasım 2002) başlıklı haberle halkın Cem Uzan'a duyduğu sevgi örneklendirilmiştir.

Genç Parti-IMF Karşıtlığı

2002 seçimi öncesinde siyasal iletişim sürecini milliyetçilik söylemi üzerine kuran Genç Parti'nin gerek parti programında gerekse Cem Uzan'ın mitinglerinde görülen Türklük vurgusu, Batı karşıtlığı, IMF karşıtlığı *Star Gazetesi*'nin haber söylemine de yansımıştır.

Haberlerde Genç Parti yabancı sömürüsüne ve IMF'nin ekonomik programlarına karşı, kendi kendine yetebilen bir ülke ekonomisinden yana bir siyasi parti olarak olumlanmıştır. *Boyun eğmeyeceğiz* (31 Ekim 2002) başlıklı haberin spotunda Cem Uzan'a ait, "Bizler 500 sene dünyaya hükmetmiş bir milletin evlatlarıyız. Bizler, yabancılara boyun eğecek biz millet değiliz. İktidara geldiğimizde ilk işimiz, işgalci IMF'yi bu memleketten defetmek olacaktır" ifadelerine yer verilerek Genç Parti'nin milliyetçi yönüne vurgu yapılmış ve IMF işgalci bir kurum olarak sunulurken Genç Parti'nin IMF işgaline son vereceği ifade edilmiştir. *Yabancılar Türkiye'nin Güçlenmesinden Korkuyor* (30 Ekim 2002) ve *IMF'nin son 48 saati* (1 Kasım 2002) başlıklı haberlerde de Genç Parti'nin IMF ve yabancı karşıtlığı ortaya konmuştur.

Genç Parti'nin IMF ve yabancı karşıtlığı ortaya konurken diğer taraftan da ötekileştirme yapılarak 'Biz ve diğerleri' ya da 'IMF karşıtları ve IMF yandaşları' şeklinde bir karşıtlık yaratılmış, Genç Parti dışındaki diğer siyasi partiler özellikle de seçimin iddialı iki partisi AKP ve CHP, teslimiyetçi ve IMF yanlısı olmakla suçlanmıştır. *IMF'ye kayıtsız şartsız teslimiz* (29 Ekim 2002), *Resmen Teslimiyet* (30 Ekim 2002), *Tayyip IMF Programını Uygulama Sözü Verdi* (25 Ekim 2002) *Baykal ile Tayyip IMF'de uzlaştı* (26 Ekim 2002) başlıklı haberlerde AKP ve CHP, IMF'nin ekonomik programını uygulayacaklarını açıkladıkları ve parti programlarında buna yer verdikleri için olumsuz bir biçimde sunulmuştur.

Türkiye IMF kamburunu taşımaktan kurtulsun (24 Ekim 2002) başlıklı bir diğer haberin spotunda Cem Uzan'ın bir mitingindeki konuşma metninden alınmış "3 Kasım'da oyunuzu IMF'nin karşısındaki tek güç olan Genç Parti'ye verin. Genç Parti'yi tek başına

iktidara getirin ki Türkiye IMF kamburunu taşımaktan kurtulsun.” şeklindeki ifadelerine yer verilerek Genç Parti'nin IMF'ye karşıtı tek parti olduğu yinelenmiştir.

IMF'yi ülkeden defetmezsem namerdim (28 Ekim 2002) başlıklı haberde de yine Cem Uzan'a ait, “İktidar yarışı iki parti arasında. Biri IMF'ye kucak açan bir parti. Diğeri IMF'yi kovmak isteyen Genç Parti. Bakalım kim kazanacak? IMF mi kazanacak? Türkiye mi kazanacak?” ifadeleriyle Genç Parti ile bütün “Türkiye’ birlikte, aynı tarafta konumlandırılmıştır. IMF'ye kucak açan partinin hangi parti olduğu açıkça ifade edilmese de o partinin AKP olduğu ima edilmiş, AKP ile IMF birlikte konumlandırılmıştır. Böylece IMF-Genç Parti karşıtlığı üzerinden dolaylı olarak AKP-Türkiye karşıtlığı yaratılmıştır. Ayrıca bu haberde iktidar yarışının sadece iki parti arasında gerçekleştiği ifade edilmiş; AKP, Genç Parti'nin tek rakibi olarak sunulmuştur.

2004 Yerel Seçimleri Öncesi

28 Mart 2004 yerel seçimleri döneminde TMSF yönetiminde olan *Star Gazetesi*'nde AKP ve Genç Parti ile ilgili toplam 18 haber yer almıştır. Haberlerin büyük bölümü, seçim için özel hazırlanan *Yerel Seçim 2004* başlıklı 11. sayfadan verilmiştir. AKP ile ilgili haberler sayfada ana haber olarak yer alırken; Genç Parti'yle ilgili haberler, 2002 seçim döneminin tam tersine oldukça kısa ve yan haber olarak verilmiştir.

Aktörlerin Konumlandırılışı

AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan: Aşlıklara kapalı, toplumun her kesimini kucaklayan, özgürlükçü iktidar partisinin lideri. 2002 genel seçimleri dönemindeki haberlerde Recep Tayyip Erdoğan için sadece ‘Tayyip’ ifadesi kullanılırken, 2004 yerel seçimleri döneminde ‘AKP Genel Başkanı

Recep Tayyip Erdoğan, Başbakan Erdoğan’ gibi ifadeler kullanılmıştır.

Genç Parti Genel Başkanı Cem Uzan: Seçime katılan 20 siyasi partiden herhangi birinin genel başkanı.

AKP'nin Seçimin Birinci Partisi Olarak Sunulması

2004 yerel seçimleri öncesinde *Star Gazetesi*'nde AKP, seçime en iddialı giren en başarılı siyasi parti olarak sunulmuş, bu sunum araştırma sonuçlarıyla da desteklenmiştir. *AKP 2 büyük kentte önde* (19 Mart 2004) başlıklı haberde Tarhan Erdem'in yaptığı seçim araştırmasının sonucuna göre AKP'nin İstanbul ve Ankara'da önde olduğu anlatılmıştır. Haberin başlığıyla araştırma sonuçları gerçek sonuçlar gibi aktarılmış, haberin girişinde Tarhan Erdem'in 3 Kasım 2002 seçimlerindeki sonucu yüzde 100 tahmin ettiği de ifade edilerek araştırma sonuçlarının inandırıcılığı artırılmaya çalışılmıştır.

Şırmamak yok (20 Mart 2004) başlıklı haberde yine AKP'yi önde gösteren araştırma sonuçlarına atıfta bulunulmuş, Recep Tayyip Erdoğan'ın “Bunlar bize rehavet vermesin. Daha çok çalışacağız, şırmamayacağız” ifadesine yer verilmiştir. Haberin spotunda seçim anketleriyle ilgili “AKP'yi açık ara önde gösteren” tanımlaması yapılarak AKP'nin seçimden birinci parti olarak çıkacağı ima edilmiştir. Recep Tayyip Erdoğan'ın İzmir'de CHP lideri Deniz Baykal'la aynı gün ve saatte miting yaptığının anlatıldığı bir başka haberde (22 Mart 2004) ise spotta yer alan “AKP Lideri Başbakan Recep Tayyip Erdoğan gözünü CHP'nin kalesi İzmir'e dikti” cümlesiyle ‘AKP, İstanbul ve Ankara'da seçimi kazanmayı garantiledi, sıra İzmir'de’ mesajı verilirken, “Erdoğan, meydana Baykal kadar kalabalığı toplamayı başardı” şeklindeki bir sonraki cümleyle ‘AKP, CHP'nin kalesini ele geçirmek üzere’

mesajı verilmiştir. Ayrıca haberin *Gövde gösterisi* şeklindeki başlığıyla da AKP'nin 'güçlü ve başarılı parti' imajı yeniden üretilmektedir.

AKP'nin Herkesi Kucaklayan Bir Parti Olarak Sunulması

Bilindiği üzere Adalet ve Kalkınma Partisi, çoğunluğunu 'milli görüş'ten gelen siyasetçilerin oluşturduğu bir siyasi parti. Bu yüzden AKP kamuoyunda, Saadet Partisi'nin bir uzantısı niteliğinde din merkezli bir parti olarak değerlendiriliyor. Ancak gerek AKP genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan, gerekse AKP'li diğer siyasetçiler bu değerlendirmeyi reddederek, Recep Tayyip Erdoğan'ın ifadesiyle 'milli görüş gömleğini çıkardıklarını' ifade ediyor ve partilerini merkez sağ parti olarak nitelendiriyorlar. *Star Gazetesi*'nin haberlerinde de bu merkez sağ parti olma özelliğinin ön plana çıkarılmaya çalışıldığı görülmüştür.

18 Mart 2004 tarihli haberde Recep Tayyip Erdoğan'ın "AKP'nin kapısı aşırılıklara kapalı" şeklindeki açıklaması, tırnak içine alınmadan birinci çoğul şahıs ekiyle "Aşırılıklara kapalıyız" şeklinde gazetenin kendi ifadesi gibi verilmiştir. Haberin spotunda yer alan "Başbakan Erdoğan, Balıkesir mitinginde partisinin kırmızı çizgilerini yineledi: 1- Bölgesel milliyetçilik yok 2- Irka dayalı milliyetçilik yok 3- Dinsel milliyetçilik yok." açıklamasıyla AKP'nin ayırım yapmaksızın toplumun bütün kesimlerine hitap eden bir parti olduğunun altı çizilerek merkez sağ parti olma iddiası desteklenmiştir.

Genç Parti'nin Seçime Katılan Herhangi Bir Parti Olarak Sunulması

Star Gazetesi'nin daha önceki sahibinin Genç Parti Genel Başkanı Cem Uzan olması, gazetenin TMSF'ye devrinden sadece 1 ay sonra yapılan yerel seçim dönemindeki haberlerde

Cem Uzan ve partisi Genç Parti'nin nasıl sunulduğunu önemli kılmaktadır. 2004 yerel seçimleri öncesinde *Star Gazetesi*'nde yer alan Genç Parti haberleri, *Yerel Seçim 2004* başlıklı seçim özel sayfasında diğer siyasi parti haberleriyle birlikte rutin bilgilendirici haber niteliğinde verilmiş, haberlerde spot kullanılmamıştır. Haberlerde yorumdan kaçınılarak mümkün olduğunca objektiflik ve tarafsızlık görüntüsü verilmeye çalışılmış, başlıklarda Cem Uzan'ın konuşmalarından alıntılara yer verilerek objektiflik ve tarafsızlık görüntüsü desteklenmiştir. *Uzan İstanbul'da seçim turu attı* (24 Mart 2004), *İslahiye'de 10 bin kişiye seslendi* (19 Mart 2004) ve *Uzan dört ilçeyi gezdi* (25 Mart 2004) başlıklı haberlerde yorum yapılmaksızın Cem Uzan'ın seçim faaliyetleri anlatılmıştır.

İncelenen haberlerin birkaçında Genç Parti ve Cem Uzan'ı olumlayan ve yücelten ifadelere de yer verilmiştir. Örneğin Genç Parti Başkanı Cem Uzan'ın, İzmir mitinginin anlatıldığı *Uzan'dan Gövde Gösterisi* (21 Mart 2004) başlıklı haberde, onbinlerce insanın Cem Uzan'ı dinlemek için miting alanına gelmesi, diğer siyasi partilere karşı 'gövde gösterisi' olarak nitelendirilmiştir. *Oylarımızı katlayacağız* (23 Mart 2004) ve *İktidara gelelim işsiz kalmayacak* (18 Mart 2004) başlıklı haberlerde ise Cem Uzan'a ait ifadeler başlığa taşınarak Uzan'ın seçim vaatleri yinelenmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Günlük hayatta en çok tükettiğimiz medya ürünlerinden biri haber metinleridir. Gerçekliğin yeniden inşası sonucu ortaya çıkan haber metinleri, bu inşa sürecinde kurum politikaları ve bu politikalara göre şekillenen iş pratikleri, muhabirlerin tutum ve değer yargıları, medyanın ekonomik ve politik yapılanması gibi çeşitli faktörlerden etkilanmekte ve bu etki sonucunda bir seçim

işlemine tabi tutulmaktadır. Medya içerikle-riyle mesajlarının taşıdığı anlamların, içinde üretildikleri örgütlerin ekonomik yapısıyla belirlendiğini savunan ekonomi politik yaklaşım, haberin üretim sürecinde mülkiyet biçimlenmelerini ve sahiplik ilişkilerini temel belirleyici olarak ele almaktadır. Buna göre “medyanın rolü, medyaya sahip olan ve kontrol eden sınıfın çıkarlarını haber kisvesi altında ileterek eylemlerini meşrulaştırmaktır” (Arık, 2006: 59). Bugün medya dışı sermayenin ana aktör olarak faaliyet gösterdiği iletişim sektöründe, yayın kuruluşları patronların ekonomik ve politik çıkarlarını yeniden üreten bir araca dönüşmüştür.

Bu çalışma kapsamında hem 2002, hem de 2004 yılı seçim döneminde Genç Parti ve AKP ile ilgili haberlerin *Star Gazetesi*'nde ele alınmış biçimi, medyanın sahiplik yapısının ve medya-siyaset-ticaret ilişkisinin haberin içeriğini ve söylemini ne denli biçimlendirdiğini açık bir şekilde ortaya koymaktadır. 2002 seçim döneminde Cem Uzan'a ait Rumeli Holding bünyesinde faaliyet gösteren *Star Gazetesi*, Cem Uzan'ın genel başkanlığını yaptığı Genç Parti'nin propaganda aracı gibi yayın yapmış; açık bir şekilde tarafgirlik sergilenmiştir. İncelenen dönemde Genç Parti'yi ve Cem Uzan'ı olumlayan haberler manşetten tam sayfa verilmiştir. Bu dönemde gazetenin yayın politikası, Genç Parti'nin parti politikasıyla eşgüdümlü olarak yürütülmüş, Genç Parti'nin seçimlerde kendisine en büyük rakip olarak gördüğü AKP'ye ve genel başkanı Recep Tayyip Erdoğan'a yönelik 'saldırı' niteliğinde olumsuz bir tavır sergilenmiştir. Ayrıca Genç Parti'nin politik söylemine paralel olarak, seçim döneminde

Star Gazetesi de milliyetçi söylemi benimsemiş ve haberlerde sıkça yabancı karşıtlığı ve Türklük vurgusu yapılmıştır. *Star Gazetesi*'nin TMSF tarafından yönetildiği 2004 seçim dönemi haberleri incelendiğinde ise iktidar partisi AKP yanlısı bir yayın politikası izlendiği görülmüştür. Ancak bu yanlılık, 2002 yılında Genç Parti'den yana takınılan tarafgirlik politikası kadar kendini doğrudan açığa vurmamış, imalar ve dolaylılamalar yoluyla gizli bir tarafgirlik benimsenmiştir. İncelenen dönemde, dengelilik ilkesi gereği, seçime katılan diğer siyasi partiler gibi Genç Parti'yle ilgili haberlere de hemen her gün yer verilmiştir. Ancak bu haberler Genç Parti'yi 'herhangi bir siyasi parti' olarak ele almaktan öteye geçmemiş ve oldukça da genel ve kısa bir biçimde verilmiştir. *Star Gazetesi*'nin eski sahibi olduğu için Cem Uzan ve partisi Genç Parti'yle ilgili belirgin bir şekilde olumlu ya da olumsuz bir tavır sergilemekten kaçınılmış, tam tersine tarafsız ve objektif bir tutum benimsenmeye çalışılmıştır. Görüldüğü üzere, TMSF özerk bir kamu kuruluşu olmasına rağmen, *Star Gazetesi* TMSF idaresindeyken bile gerçek anlamda tarafsızlık ve objektiflik sağlanamamıştır. Bu da ortaya koyuyor ki medya sahipliği ister ticari yapılanmaların, isterse kamusal yapılanmaların elinde olsun, mülkiyeti elinde bulunduran iktidar yapıları medya içeriklerinin üretim sürecini, kendi ideolojisini ve çıkarlarını yeniden üretecek şekilde biçimlendirmektedir. Dolayısıyla ekonomik ve politik güç ilişkilerinin egemen olduğu bir sistemde objektif, tarafsız ve dengeli habercilik anlayışının bir mitten öteye geçemeyeceği bir kez daha görülmektedir.

KAYNAKLAR

- Arık, M. B. (2006). Pınar Altuğ Olayı Bağlamında Çapraz Tekelleşmenin Habere Etkisi. Bilal Arık (Derleyen), *İletişim Yazıları* (ss. 40-62). Konya: Tablet Kitabevi.
- Atabek, Ü. (2007). Söylem Çözümlemesi. Gülseren Şendur Atabek, Ümit Atabek (Derleyen), *Medya Metinlerini Çözümlemek İçerik, Göstergibilim ve Söylem Çözümleme Yöntemleri* (ss. 151-163). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Boyd-Barret, O. (2006). Ekonomi Politik Yaklaşım. Levent Yaylagül (Derleyen), *Kitle İletişiminin Ekonomi Politikliği* (ss. 1-16). Ankara: Dalbaz Yayıncılık
- Curran, J., Gurevitch M. & Woollacott, J. (1990). İletişim Araçları Üzerine Çalışma: Kuramsal Yaklaşımlar. Meral Özbek (Çeviren). *Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksekokulu Yıllık*, 1989/1990, 229-253.
- Duran, R. (2001). *Burası Dünya Polis Radyosu*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Duran, R. (2004, Mart-Nisan). Özü Gizleyip Ayrıntıya Boğmak. *Çağdaş Gazetesi*, s. 24-25.
- Dursun, Ç. (2001). *TV Haberlerinde İdeoloji*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Dursun, Ç. (2003). Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek. Sevda Alankuş (Derleyen), *Gazetecilik ve Habercilik* (ss. 63-83). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Dursun, Ç. (2004). Haberde Gerçekliğin İnşa Edilmesi Ne Demektir?. Çiler Dursun (Derleyen), *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi* (ss. 37-65). Ankara: Elips Kitap.
- Erdoğan, İ. (2007). *Türkiye'de Gazetecilik ve Bilim İletişimi*. Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayını.
- Garnham, N. (2006). Kitle İletişiminin Ekonomi Politikliğe Katkısı. Levent Yaylagül (Derleyen), *Kitle İletişiminin Ekonomi Politikliği* (ss. 173-185). Ankara: Dalbaz Yayıncılık.
- Herman, E. S. & Chomsky, N. (1999). *Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir*. Berfu Akyoldaş, Tamara Han, Metin Çetin, İsmail Kaplan (Çeviren). İstanbul. Minerva Yayınları. (Orjinal kitabın basım yılı 1988).
- İnal, A. (1994). Haber Üretim Sürecine Farklı İki Yaklaşım. *İLEF Yıllık*, 93, 155-177
- İnal, A. (1996). *Haberi Okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- Pekman, C. (2003). Radyo-Televizyon Yayıncılığında Rekabet ve Mülkiyetin Yasal Çerçevesi ve Uygulama, Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu-I, Kayseri, 4 Nisan 2003.
- Şener, N. (2004). *Uzanlar: Bir Korku İmparatorluğunun Çöküşü*. İstanbul: Güncel Yayınları.
- Taşlıcalı, M. (2002). *Beyaz Yakalı Cem Uzan Fenomeni*. İstanbul: Karakutu Yayıncılık.
- Ülkü, G. (2004). Söylem Çözümlemesinde Yöntem Sorunu ve Van Dijk Yöntemi. Çiler Dursun (Derleyen), *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi* (ss. 371-389). Ankara: Elips Kitap.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Yaylagül, L. & Dağtaş, E. (2004). Medya Patronluğundan Başbakanlığa Yükselme İstekleri: Cem Uzan ve Genç Parti Örnek Olayı, 2. International Symposium Communication in the Millennium, İstanbul, 17-19 Mart 2004.
- (2004, Mart-Nisan). Star Operasyonu ve Düşündürücü Gelişmeler. *Çağdaş Gazetesi*, s. 25.
- (2008, Ocak 15). ATV-Sabah'ın Satışından Sonra Sırada Kral TV Var. (Ocak 19, 2008), <http://www.dorduncukuvvetmedya.com/dkm/article.php?sid=9962>.