

"Pınar Altuğ Olayı" Bağlamında Çapraz Tekelleşme Olgusunun Habere Etkisi

The Effect of Cross Monopoly to the News in Context of Pınar Altuğ Case

M. Bilal ARIK

Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi

Özet

Bu çalışmada çapraz tekelleşme olgusunun medya sektörüne yansımaları "Pınar Altuğ Olayı" üzerinden açıklanmaya çalışılmıştır. Artan maliyetler ve zorlaşan ekonomik koşullar ve dolayısıyla meydana gelen holdingleşme süreci Türk basınında haberin seleksiyon sürecini doğrudan etkiler hale gelmiştir. Ekonomi politiğın ve çapraz tekelleşme olgusunun kurallarına bağımlı olan medya açısından ekonomik çıkarlar, "Pınar Altuğ Olayı"nda görüldüğü gibi daima insan haklarının ve habercilik değerlerinin önünde gelmektedir. Bu çalışmada, dikey tekelleşmenin medyaya etkilerini tartışmak amacıyla söylem analizi metodu tercih edilmiştir. Yapılan analizin sonunda açıkça görülmektedir ki, aynı organizasyonun sahipliğini yaptığı gazete ve televizyon kuruluşlarının birbirlerinin ekonomik çıkarları doğrultusunda habercilik yapmakta ve olaya özne olanların kişilik hakları ve bireyselliklerine saygıyı hiçe sayarak neredeyse tüm habercilik değerlerini kendi şirketlerinin ekonomi-politiği doğrultusunda biçimlendirmektedirler.

Anahtar sözcükler : *Çapraz tekelleşme, ekonomi-politik, habercilik.*

Abstract

The aim of this article is to explain the important role of cross monopoly in media sector. High rates of inflation and the cost of financing technology increases the amount of capital required. Seemingly, the private sector and the capitalistic system have a tendency that the margin of profit is at the maximum degree. And depending on the rule of economy-politics and cross monopoly (union ownership), profit comes before humanly values and personal rights as it has been seen "the event of Pınar Altuğ." A discourse analysis has been preferred for the discussion of the effect of vertical monopoly in Turkish media sector. After the analysis, it has been seen that the goal of profit maximization from broadcasting has affected the values of news and journalism ethics in Turkish media.

Key words: *Cross monopoly, economy-politics, news making.*

1. Giriş

İletişim ve toplum arasındaki yaşanan ilişkinin biçimi açısından 80'li yıllar önemli değişimleri beraberinde getirmiştir. 70'li yıllarda tohumları atılan post-fordist üretim ve tüketim anlayışı 80'li yıllarla birlikte iyice yerleşikleşmiş ve gündelik yaşam pratiklerini ve toplumsal kurumları kendi ideolojisine bağımlı kılmıştır. 80'li yıllarla birlikte ekonomi ve teknoloji alanında meydana gelen hızlı ve dönüştürücü değişimler, medya düzeninde de önemli kırılmalara yol açmıştır. Bu süreçte ulus devletler, hakimiyetlerini çok uluslu şirketlerle paylaşmak zorunda kalmış, global ölçüde zenginleşen ve büyüyen bu şirketler, medya alanına da önemli yatırımlar yaparak, kitle iletişimini kendi rasyoneliteri doğrultusunda biçimlendirmeye soyunmuşlardır. Bu dönemde medya kuruluşları birer birer holdingleşmiş, kartelleşmiş ve özünde, pek çok iletişim mecrasının tek elde toplanması anlamına gelen çapraz tekelleşme olgusu daha da tartışılır olmuştur.

Farklı alanda birçok şirketi olan holdingler aynı zamanda birer gazete veya televizyon kanalına sahip olmayı, gazetelere sahip olan medya grupları da, gazetelerinin yanına birer televizyon kanalı eklemeyi kendi koşulları açısından farklı nedenlerden dolayı gerekli görmüşlerdir. Özel televizyonların kuruluşu sektörde yazılı basın-elektronik basın evliliği sonucu büyümeyi ve gücün birkaç büyük holdingde elde birikmesini toplanmasını da beraberinde getirmiştir. Böyle bir medya ortamında, basın işletmelerinin yayın politikalarını, bağlı buldukları holdinglerin "iş"lerinden, pazar koşullarından ve sistemin gereklerinden bağımsız düşünmek olanaksız hale gelmiştir. Süreç içerisinde ekonominin ve buna bağlı olarak reklamın gazetecilik fonksiyonu içinde öncelikli bir konum kazanması haber olgusunun niteliğinin de değişmesine yol açmıştır. Basın bu süreçte geleneksel kamu yayıncılığı işlevini ikinci plana itmiş ve meslek ilkeleri, pazar mantığı doğrultusunda yeniden tanımlanır olmuştur. Neo-liberal politikaların yerleşmesinde yaşamsal bir rol oynayan ve tüm yapılanmasını da karın maksimize edilmesi yönünde yeniden tanımlayan basın kuruluşları bu dönemde ellerindeki her malzemeyi, özellikle de "haberleri", şirketlerinin çıkarlarına en uygun şekilde dolayımLANACAK bir meta olarak ele almışlar ve bu amaç doğrultusunda bir seleksiyon sürecine tabi tutmuşlardır. Daniel Hallin'in de belirttiği gibi, "medya günümüzde kültürel ürün

üreten bir işletme konumundadır ve bu bağlamda yapılan yayıncılığın pazar mantığı çerçevesinde yapılanması kaçınılmazdır (2000: 234)."

Bu dönemde medyanın üzerindeki devlet egemenliği görece zayıflarken, te- cimsel kaygıların daha baskın olduğu bir yapı kaçınılmaz hale gelmiştir. Kökenini "aydınlanma" idealinden alan ve aydınlatılması gereken "vatandaşlara" yönelik "geleneksel/sorumlu" yayın politikası yerini, müşteri odaklı bir anlayışa bırakmış ve bu okur ya da izleyicilerden, eş deyişle "müşterilerden", alınabilecek karın mak- simize edilmesi ve bu amaç doğrultusunda güdülenmesi "yeni dönem"in öncelikli hedefi olarak kabul edilmiştir. Medya kuruluşları, karın maksimize edilmesinin temel strateji olduğu, neo-liberal bir dönemde, ellerindeki her türlü malzemeyi yük- sek kar oranı mantığına göre "kullanmayı" öncelikli yayın politikası olarak belir- lemişlerdir. Günümüz basın kuruluşlarında "gerçeklik yeniden üretilirken", ilgili kuru- luşunun ekonomi-politiği doğrudan belirleyici olmaktadır. Hakan Ergül'ün de belirtti- ği gibi, "modern birer işletmeye dönüşen medya kuruluşlarındaki tecimselleşme eğilimi sonucunda haber serbest piyasa koşullarında değişim değeri taşıyan birer metaya çevrilmiştir (Ergül 2000:187)." Geçmişte hiç tartışılmayan hatta aksi düşünilemeyen bazı olgular günümüz basın ortamında artık son derece "normal" bir gazetecilik pratiği haline dönüşmüştür. Bu sıradan pratiklerden biri de, "aynı organizasyonun sahipliğini yaptığı gazete ve televizyon kuruluşlarının birbirlerinin ekonomik çıkarları doğrultusunda habercilik yapmaları ve insan unsurunu dahi gözetmeden neredeyse tüm habercilik değerlerini kendi şirketlerinin ekonomi-poli- tiği doğrultusunda biçimlendirmeleri, hatta bu yolda suni gündem yaratmaktan kaçınmamalarıdır."

Medyanın bilinçli bir şekilde "seçtiği" haber ve söylemler, basının kamusal rolü ve sosyal sorumluluk ilkeleriyle çatışır bir görünüm sergilemektedir. Bireylerin doğru bilgilenme hakkına ve düşünce çeşitliliğine yönelik en büyük tehditlerden biri, aynı toplumda bir kişinin/grubun gazete ve televizyon kanalına aynı anda sahip olması anlamına gelen çapraz medya sahipliği ya da birleşik sahipliktir. John Gormley'e göre "birleşik sahiplik altındaki gazete ve televizyon haber personelinin birlikte hareket etmesi bir 'kötüye kullanım' değildir. Ancak birleşik gazete TV sahipleri tarafından haber elemanlarının birbirinden ayrı ve bağımsız çalışıklarına dair, sunulan yalancı bir güven söz konusudur (Severin 1994:256)." Bu çalışma kap- samında çapraz tekelleşmenin haberin içeriği üzerindeki etkisi 2003 yılında hem haber hem de magazin gündemini çokça meşgul eden "Pınar Altuğ Olayı"nın Sabah ve Star gazetelerine yansımaları üzerinden tartışılacak ve ekonomik çıkarların haber yapılanmasını etkileyip etkilemediği, ilgili basın organlarında yer alan haberlerin söylemi analiz edilerek irdelenmeye çalışılacaktır.

2. Medyanın Ekonomi-Politiği

Medya analizlerinde ekonomi-politik, anlam üretim sürecinde, medyanın ekonomik ve ideolojik bağlantılarının eserin söylemi üzerindeki etkisine vurgu

metaforunu model olarak alan "ekonomi-politik" yaklaşım, üretim araçlarına sahip olan sınıfların, düşünce düzeyleri ve söylem alanı üzerindeki belirleyiciliğine vurgu yapar. Gazetecilik bağlamında ekonomi-politikçi yaklaşım, haberin, devletle ve medya kurumlarının sermaye yapılarıyla arasındaki ilişkiyi irdeler. İlgili basın kuruluşunun, ekonomik yapılanmasının medya pratikleri üzerindeki belirleyici rolü üzerine vurgu yapan ekonomi-politikçi yaklaşım izleyiciyi değil, iletinin hazırlanma sürecini ve bu sürece etki eden faktörleri merkeze alır. Ekonomi-politikçi yaklaşıma göre medya içerikleri, özellikle de "haber üretim süreci" kapitalist ekonominin dinamikleri tarafından oluşturulmakta ve bu noktada basın kuruluşlarının ekonomik çıkarları temel belirleyici olmaktadır. Medya sektöründe yaşanan yoğunlaşma ve tekelleşme eğilimi, süreç içerisinde "haber" üzerinde doğrudan etkili olmakta ve gerçek yeniden üretilirken, sadece o basın kuruluşunun değil, bağlantıda olduğu tüm şirketlerin menfaatleri doğrultusunda dolayımlanmaktadır. "Dolayısıyla, medya kurumlarının mülkiyet yapılarına bakmadan medya içeriğinin nasıl oluştuğunu anlamaya çalışmak eksik bir çaba olarak kalacaktır (Irvan 2001:79)."

"Ekonomi-politikçi yaklaşım, anlam üretimi ve tüketiminin toplumsal ilişkilerdeki yapılanmış bakımsızlıklar tarafından nasıl her düzeyde şekillendirildiğini ortaya koymakla ilgilenir. Bunlar, haberin, basın sahipleri ve editörler ya da gazeteciler ile haber kaynakları arasında var olan ilişkiler tarafından yapılandırılma tarzından, televizyon izlemenin ve ev yaşantısının düzenlenmesi ve ailedeki iktidar ilişkileri tarafından etkilenmesi tarzına kadar uzanır. Eleştirel ekonomi-politiği diğerlerinden ayıran şey, onun, belirli mikro bağlamların genel ekonomik dinamiklerce ve onların dayandığı daha geniş yapılarca nasıl şekillendirildiğini göstermek üzere, konumlanmış eylemin her zaman ötesine gitmesidir (Murdock ve Golding 1997:54-55)." Özellikle, iletişim alanında meydana gelen holdingleşme olgusu ve beraberinde meydana gelen "çapraz tekelleşme" gibi organik ilişkiler, gerçeğin yeniden üreticisi konumundaki basın kuruluşlarının habercilik anlayışı üzerinde son derece etkin olmaktadır. Murdock ve Golding'e göre, "kültürel üretim, şirketin farklı medya çıkarları arasındaki kesişmeleri kullanan 'görevdeşlikler' çevresinde inşa edilen ticari stratejilerce de güçlü bir biçimde etkilenmektedir (Murdock ve Golding 1997:63)." Bu bağlamda basın kuruluşlarının ekonomik örgütlenmesi ilgili yayın kuruluşlarının, iletildiği söylemlerin de öncelikli belirleyicisi olduğu rahatlıkla ileri sürülebilir.

Kitle iletişim araçları haber iletim sürecinde, doğrudan gerçeği aktarmaz; gerçeği kendi ideolojisi doğrultusunda kodlar, yani gerçeği yeniden üretir. Bu seleksiyon sürecinde, enformasyonun hangi çerçeve dahilinde ve nasıl sunulacağı, ilgili kurumun şirket çıkarları doğrultusunda yeniden düzenlenir. Bizler kitle iletişim araçları aracılığıyla dünyayı tanımlarız, fakat algıladığımız gerçek değil, medyanın kendi ekonomi-politiği doğrultusunda kurguladığı gerçekliktir. Bu bağlamda gazetelerin temel işlevi olan "haber üretim sürecinin" bilinçli yapılmış bir seleksiyon olduğunu, belli yargıları iletme adına düzenlendiğini ve haber değeri'nin temel

belirleyicisinin de aracın ekonomi-politiği olduğunu kabul etmek durumundayız. Bu şartlarda "enformasyon", kaçınılmaz olarak şirket çıkarları ekseninde dağılımı yapılacak, ya da yapılmayacak, hatta gerekirse manüpile edilecek ticari bir meta görünümüne indirgenmektedir.

"Gazetecinin haber başta olmak üzere diğer yazınsal türleri üretirken yaklaşımları dürüstlük temeli üzerine kurulmalı yalanları değil gerçekleri yansıtmalıdır. Nitekim gerçekleri aktarmak gazeteciliğin can damarını oluşturmaktadır (Klaidman 1987: 30)." diye yazar gazetecilik kitapları, ya da Türkiye Gazetecileri Hak ve Bildirgesi'nde gazetecinin sorumluluğu için, "gazeteci, basın özgürlüğünü, halkın doğru haber alma, bilgi edinme hakkı adına dürüst biçimde kullanır. Bu amaçla her türlü sansür ve oto-sansürle mücadele etmeli, halkı da bu yönde bilgilendirmelidir. Gazetecinin halka karşı sorumluluğu, başta işverenine ve kamu otoritelerine karşı olmak üzere, öteki tüm sorumluluklardan önce gelir. Bilgi ve haber ile özgür düşünce, herhangi bir ticari mal ve hizmetten farklı olarak toplumsal bir nitelik taşır. Gazeteci, iletmediği haber ve bilginin sorumluluğunu üstlenir ve paylaşır. Gazetecinin özgürlüğünün içeriğini ve sınırlarını, öncelikle sorumlulukları ile meslek ilkeleri belirler." denmektedir. Fakat, birçok medya kuruluşunun reklam ve pazarlama doğrultusunda yoğun rekabete girdikleri günümüzde "enformasyonla, ekonominin kesin ayrımlardan yoksun olduğu (Topçuoğlu 1985: 144)" gözlemlenmektedir. Medya, habercilik yaparken temelde toplumun kendisine yüklemiş olduğu bu tarafsızlık ve objektiflik ön kabullerine sığınmakta fakat temsil aşamasında ön plana gazetecilik değerlerini değil, bağlı bulunduğu kurumun çıkarlarını koymaktadırlar. Bu bağlamda haber'i "toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek gerçekliğin, kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanması (Rigel 2000: 177)" olarak tanımlamak, günün gerçekleri açısından daha uygun olacaktır.

Medyanın yapısal niteliği ve bu niteliğin kamuoyuna yansıyan yanları üzerinde düşünmeye çalışırsak; medyanın hangi haberleri öne çıkardığı, nasıl işlediği, hangi haberleri yayımlayıp, hangilerini yayımlamadığı gibi seçimlerinde, dolayısıyla haberlerin kamuoyuna yansımaları biçiminde siyasal sistemin niteliği (açıklığı, sivil toplum örgütleri ve muhalefet kurumlarının yapısı, fonksiyonlarını yerine getirebilmesi, hükümetle medya ilişkilerinin sağlıklı işlemesi açısından yerleşmiş gelenek vb.), kurumda yerleşmiş yayım ilkelerinin olup olmadığı, medya patronlarının ekonomik çevrelerle grift ilişkileri değişik ölçülerde etkilidir. Siyasal sistem içindeki çıkar dengeleri ve ülke çapında dağıtımı yapılan gazetelerin ve izlenebilen TV kanallarının birkaç kişinin elinde toplanması, tek bir kişiye ekonomik bağımlılık dolayısıyla çalışanları olduğu kadar, kamuoyuna ulaşan mesajları etkilemekte, dolayısıyla medya kurumlarının yapısı haberlerin kamuoyuna yansımada giderek daha belirleyici olmaktadır (Gürkan 1997).

"Haber değeri" teorisine göre bir olayın yayınlanmaya değer olabilmesi için bazı kriterlerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Bunlar; gerçeklik, yenilik, anlaşılır-

teyse de, günümüz medya ortamında gazeteciliğin yazılı olmayan kurallarına daha sık başvurulmaktadır. Medyada hangi olayların ve nasıl bir çerçeve doğrultusunda haberleştirileceği pek çok faktöre bağlıdır. Baerbal Röben'e göre, "iletişim, biçim ve içerik yönünden rastlantısal değil; politik, ekonomik, psikolojik, sosyal ve ekolojik gibi zorlayıcı güçler tarafından şekillendirilmektedir (Alver 2003: 207)." Medyanın, iktidar sahiplerinin ve çeşitli kurumların karşılıklı olarak birbirlerini etkilemeye çalıştıkları bir pazar söz konusudur. Bu pazarda haberler, hem satın alınmakta hem de satılmaktadır; haberin değerini belirleyen ise, büyük ölçüde yine pazar olmaktadır. Reklam, alımı ve satımı nedeniyle redaksiyon üzerinde etki oluşturulmaktadır. Bu nedenle seleksiyon kararında sahip oldukları anahtar konum nedeniyle gazeteciler, bağımsız değil pek çok etkene bağlı durumdadır (Alver 2003: 207). Medya, haberleri seleksiyon sürecinde, kendi kurumsal öncelikleri doğrultusunda biçimlendirmekte; bunu da kullandığı "dil" üzerinden gerçekleştirmektedir. Bir enformasyonun iletilme biçimi, kullanılan dil, fotoğrafların konumu ve hangi sayfada hangi boyutta ele alındığı o haberin söyleminin birleşenlerini oluşturur. Bu aşamada medya tarafından tasarlanan gerçeklikte, bazı "gerçek" unsurlar dışarıda bırakılırken, bazı "yan" öğeler şiddetle vurgulanmakta ve hatta gerekirse, dışarıdan "olmayan" öğeler bile habere dahil edilebilmektedir. Haberin oluşturma sürecinde farklı yapılanmalar ve ideolojik bakış açıları nedeniyle aynı olay, çok farklı biçimlerde kurgulanabilmektedir. Bu yüzden haber metinlerinde bulunan birçok öğe, bağlamdan, haberin üretim sürecindeki arka planından bağımsız yorumlanamaz. Medya analizlerinde olguları bağlamdan kopararak anlamak mümkün değildir. Bu bağlamda, birazdan yapacağımız "Pınar Altuğ Olayı" analizinde, göz önünde bulundurmanız gereken ana etkenler de, haberi ileten kuruluşların, bağlamsal koşulları ve yaşanan "gerçek" in basın kuruluşlarının ekonomi politikine olan etkisi olmalıdır.

3. Metodolojik Yaklaşım

3.1. Analiz Edilecek Sorunsal

Bu çalışmada çapraz tekelleşmenin ilgili yayın kuruluşlarının haberciliğine nasıl yansdığı günümüz popüler kültüründe çok tartışılan bir konu bağlamında ele alınacaktır. İlk önce TGRT'de ardından ATV'de yayınlanan ve Türkiye'nin en popüler dizilerinden biri olan "Çocuklar Duymasın" gerek topladığı ratinglerle, gerek halkın karakterlere olan ilgisiyle; benzerleri arasındaki ön plana çıkan başarılı ve sevilen televizyon dizisi olarak kamuoyu gündeminde yer almıştır. Dizinin başarısı transfer tekliflerini de beraberinde getirmiştir ve dizi ATV'den Star kanalına transfer olmuştur. Dizinin başrol oyuncularından Pınar Altuğ, dizide ideal bir kadın olan Meltem karakterini canlandırmaktadır. Tam da dizinin transferinin hemen ardından magazin dünyasında çok ses getiren bir gelişme yaşanmış ve Pınar Altuğ eşi Umut Elçioğulları ile boşanmaya karar verdiğini kamuoyuna açıklamak zorunda kalmıştır. Bu süreç içerisinde yaşanan 'gerçek'in yazılı basında nasıl yapılandırıldığı bu çalışmanın temel sorunsalıdır. Star Gazetesi, Star televizyonuyla; Sabah Gazetesi de ATV ile aynı işletme içerisinde yer almakta ve çapraz tekelleşmenin örneklerinden birini oluşturmaktadır. Sabah Grubu ve Star Grubu açısından ciddi bir ekonomik

potansiyeli olan bu televizyon dizisiyle aralarında varolan "ticari" bağın, "Pınar Altuğ Olayı" bağlamında gazetelerinde nasıl "göründüğü", bu çalışma kapsamında ilgili haberlerin analizi yoluyla elde edilmeye çalışılacaktır. Analiz öncesi temel varsayımımız, "aynı organizasyonun sahipliğini yaptığı gazete ve televizyon kuruluşlarının birbirlerinin ekonomik çıkarları doğrultusunda habercilik yaptığı"dır.

3.2. Araştırmanın Metodu

Bu çalışmada, "Pınar Altuğ Olayı"nın Sabah ve Star gazetelerinde nasıl kurgulanarak metinleştirildiği göstermek, ilgili metinlerin söylemini belirlemek ve derin yapıda gizlenen anlamsal yapıyı irdelemek amacıyla söylem analizi yöntemi tercih edilmiştir. Söylem analizi, farklı konuşma yollarıyla yapılan farklı gerçeklikler, söylem etkileri, politik ilişkiler, güç ilişkileri, bilgi ve ideoloji formları, kurumsal bağlantılar ve söylemleri kullananların oluşturduğu düzenlilikler ya da düzensizliklerle ilgilenir. Uygulayıcının kullandığı dilin kültürel ve toplumsal bağlamda ele alınması, metnin söylemini oluşturmaktadır. Söylem, kısaca metnin dünyaya bakış açısı ve onu yorumlama (söyleme) biçimi olarak adlandırılabilir. Söylem dil aracılığıyla oluşturulan bilinçli bir konumlanmadır ve ideolojik yapıları inceleme yollarından biri, dilin incelenmesinden ve aktardığı söylemin analiz edilmesinden geçmektedir.

Kitle iletişim araçları ve iletilerinin anlamlandırılması üzerine yapılan araştırmalarda herhangi bir olguyu metin olarak ele almak ve analizini yapmak, konunun analitik çerçevesini çizmek açısından araştırmacıya kolaylıklar sağlamak ve "şeylerin söyleniş biçimi", araştırmacıya, materyalin iletmek istediği anlama ulaşmak için önemli ipuçları sunmaktadır. Metin, bir yazar ya da üreticinin oluşturduğu dildir; söylem ise metinlerin birleşiminden ortaya çıkan bir küme (metinlerarasılık)dir. Van Dijk, metni "söylemin gerçekleştiği teorik yapılanma olarak tanımlar (Stubbs 1995: 9)." "Söylem analizinin nitel içerik çözümlemesinden en önemli farkı, metni parçalara ayırmadan bir bütün olarak ele alması ve metin içindeki egemen söylemin nasıl inşa edildiğini ortaya koymasındır (İrvan 2000: 81)." Söylem analizinde bağlam merkezi bir belirleyicidir; bu yönüyle metinleri bağlamından yalıtarak analiz eden yapısalci analizden farklılıklar göstermektedir. Bu çalışmada konuyla ilgili verilen haberler bir "metin" olarak okunacak ve metnin ardındaki, özellikle ekonomik arka plan ve haberin bu doğrultuda dolayımlanması tartışılacaktır. Bir medya kuruluşundan diğerine geçen önemli bir medya aktörü konumundaki sanatçının boşanma olayına ilişkin 'gerçek'in her iki kurumun gazetelerinde nasıl kurulduğu sorusuna haberlerin söylemi analiz edilerek cevap verilmeye çalışılacaktır.

Çalışmamızın temel düzeneği Pınar Altuğ Olayı'nın, iki farklı gazeteye yansımalarının ve farklılaşan söylemlerin, bağlamsal nedenlerini tespit edebilmektir. Bu bağlamda bir seleksiyon sürecinden geçirilerek haberleştirilen olgunun, ilgili kurumlarla arasındaki ekonomik bağlantı ilginçliği yoğunlaştıracığımız alan olacaktır. Ayşe İnal'a göre, "haberlin söylemi gazetecilerin profesyonel ideolojileri içinde oluşur. Diğer bir deyişle basınlin ticari bir işletmeye dönüşümü ve daha sonra oluşun vatan ve diğer tekelleşme olgusu ile birlikte gelişen habercilik normları söylemi

3.4.2. Star Gazetesi

Star gazetesinde konuyla ilgili olarak 3 haber yer almıştır:

"Eşimi Hiç Aldatmadım": 25.06.2003

"Birol Güven: Kale Gibiyiz Yıkılmayız": 28.06.2003

"Hayatı Bir Anda Altüst Oldu": 26.06.2003

148

Star gazetesindeki haberlerde göze çarpan en belirgin olgu; haberlerin her ikisinin de Pınar Altuğ'un ağzından verilmesi, sadece onun cephesinden yansıtılması, gazetenin bu süreçte adeta ilgili kişinin menajerlerinin hazırladığı "basın bültenlerinin" yayınlayıcısı olarak görev yapmasıdır. Bu haberlerde Pınar Altuğ'a medyanın haksızlık yaptığı vurgulanmakta ve bu bağlamda "aşırı duygusal" ve yönlendirici bir dil kullanılmaktadır. Pınar Altuğ'un ağzından "Bana zarar vermek isteyenler bu söylentileri ortaya atıyor. Hiçbiri doğru değil" ifadesine yer verilen haberlerden birini (25.06.2003) Pınar Altuğ'un konuyla ilgili yaptığı basın toplantısı ve kendisiyle ilgili öne sürülen ifadeleri yalanlamasını oluşturmaktadır. Sabah gazetesindeki "yan öge" bolluğu, Star'ın haber yapılanmasında gözlemlenmemektedir. Star gazetesi kısa ve net bir şekilde diğer medya kuruluşlarının gerçeği çarpıttıklarını ileri sürerek, kurguladığı metin ile "doğrudan" Pınar Altuğ'un yanında yer almaktadır.

Medya dili, özellikle medyanın haber dili ve anlam üretimi ikili karşıtlıklara göredir. Medya, dinamizmini ikili karşıtlıklar üzerine oturan yapısından alır (Sözen 1997: 43). Bu bağlamda biz ve onlar karşıtlığı, özellikle de medya kuruluşlarının ekonomi-politiğiyle doğrudan ilgili ise, aynı zamanda şirket çıkarlarını savunmak için de var olan gazetelerin kullandığı temel söylem stratejilerinden biri olmaktadır. Star gazetesi de bu bağlamda, ikili karşıtlıklara metnin söyleminde yer vererek adeta belirsiz bir "ötek" yaratmakta, ve duruma müdahil olarak aynı zamanda ahlakçı bir tavırla "diğerlerini", net yorumsal ifadelerle eleştirmektedir.

İkinci haberde bu durum daha da belirgindir. Bu haberin söylemi son derece duygusal ve yönlendirici bir dil kullanılarak yapılandırılmakta ve Pınar Altuğ'un bu süreçte yaşadıkları tamamen onu kollayan bir üslupla kaleme dökülmektedir: "Pınar Altuğ, üç yıllık eşi Umut Elçioğlu'ndan boşanmayı çok önceden kafasına koymuştu... Ama, bu kararını basına faks çekerek duyurduktan hemen sonra 'Kocasına ihanet eden kadın' durumuna düşürülmek, güzel oyuncunun dünyasını kararttı... Oysa Pınar tam da kendisine yeni ufuklar açabilecek umut dolu bir yolculuğun arifesindeydi...". Sabah gazetesinde yer alan "Prizma Tarikatı" haberleri ise Star

gazetesinde kendisine yer bulamamıştır. Star gazetesi, konuyu fazla dilendirmemek ve dizinin ve dizinin ideal annesi Pınar Altuğ'un imajını zedelememek adına, yaşanan diğer gelişmeleri neredeyse "yok saymış", tahmin edildiği üzere sadece Pınar Altuğ'u savunma adına bu boşanma davasına yer vermiştir. Ayrıca Star gazetesinin, olayın kamuoyuna yansıdığı 24 Haziran'da konuyla ilgili hiçbir habere yer vermemesi ve ertesi gün sadece Pınar Altuğ'un basın toplantısını iletmesi, haber üretim sürecinde ekonomik faktörlerin söylem üzerindeki etkinliğini gösterir niteliktedir.

3.4.3. Çatışmanın Görünür Olduğu Yer: Birol Güven Ne Dedi?

Pınar Altuğ'un eşiyle olan ilişkisinin Sabah ve Star gazetelerine nasıl yansıtıldığı konusuyla ilgili olarak dizinin yapımcısı ve senaristi Birol Güven'in demeclerini ayrı bir başlık altında analiz etmek gereği doğmuştur. Çünkü bu noktada dev-reye dizinin geleceği ve bu durumun ilgili medya kuruluşlarını ekonomik açıdan nasıl etkileyeceği sorusu gündeme gelmektedir. Çünkü Pınar Altuğ yaşanan bu olayda, ilgili gazetelerle ilişkisi herhangi bir medyatik kişiden farklı bir konumu bulunmaktadır. Altuğ, bu boşanma olayının kahramanı ve bu bağlamda haber değeri olan bir kişi olmasının yanı sıra aynı zamanda her iki yayın kuruluşunu da yakından ilgilendiren ve dönemin ekonomik koşulları bağlamında yüksek bir ticari değeri olan dizinin başrol oyuncusudur. Bu noktada yaşanan gerçeğin, ilgili yayın kuruluşlarının çıkarları doğrultusunda dolayımlanması ve her iki medya kuruluşunun da tarafgirliklerini net bir şekilde ifade etmeleri ilgili kurumların ekonomi-politiği doğrultusunda son derece anlaşılırdır.

Sabah gazetesi, konuyla ilgili haberde son derece net bir şekilde Güven'in ağızından yargısını vermiştir: "Çocuklar Duymasın'ın senaristi Birol Güven gelecek için endişeli: Diziye Zarar Verecek". Başlığın ardından gelen spot, başlıkta somutlanan yargıyı daha da pekiştirmektedir: "Altuğ'un diziden çıkarılabileceği sinyali veren Güven, üzgün: Pınar, oluşturmaya çalıştığımız ideal kadın tipinin tam tersi bir profil çizdi" dedi. Haberin gövdesi de oluşturulan bu yargının tamamlayıcısı niteliğindedir: "Önceki akşam eşinden boşanacağını açıklayan ve hakkında 20 yaşındaki Tony adlı Amerikalı bir gençle ilişkisi olduğu dedikoduları çıkan Pınar Altuğ, tüm Türkiye'yi şok etti. En büyük şoku yaşayan kişilerden biri de Çocuklar Duymasın'ın senaristi Birol Güven oldu. Altuğ'un boşanmasının ve dedikoduların diziyeye ve Meltem karakterine zarar vereceğini söyleyen Güven, şöyle konuştu: "Oyuncuların özel hayatlarının içinde yokum. Ama benim dizide yarattığım karakterin aksine bir resmin ortaya çıkmış olmasından dolayı da çok üzgünüm. İddiaların doğru olup olmaması beni ilgilendirmiyor, onu sorgulamıyorum. İki yıldır ideal bir kadın tipini oturtmaya uğraşıyoruz. Şu anda bunun tam tersi bir profil sergileniyor. Pınar'la henüz konuşmadım ama bu durum diziyeye zarar verir. karaktere zarar verir.

Keşke böyle bir şey olmasaydı." Güven bu olayın Altuğ'un dizideki rolünü de etkileyebileceğinin sinyalini ise şu cümlelerle verdi. "Pınar Altuğ, özel yaşamıyla dizideki karaktere çok uyan bir oyuncu olduğu için kadroya dahil edildi. Ama bu boşanma olayı, karaktere zarar verir. Bunu görmezden gelemez. Bekleyip göreceğiz, inşallah barışırlar". Sabah gazetesindeki haber yapılanmasında subjektif öğelerin haberin oluşumunda son derece baskın olduğu gözlemlenmekte ve durumun dizinin geleceğini olumsuz etkileyeceği yargısı "özellekle" hem makro düzeyde hem de mikro düzeyde vurgulanarak iletilmektedir. Ayrıca Altuğ'un boşanma kararı ile "tüm Türkiye'yi şok ettiği", "20 yaşındaki bir gençle ilişkisi olduğu" gibi söylemler de gazetenin Altuğ ile ilgili olarak oluşturmak istediği "negatif imajı" destekler niteliktedir.

Star gazetesi de yine Güven'in ağızından durumun tanımını kendi ekonomi-politiği doğrultusunda yapmıştır : "Kale gibiyiz yıkılmayız". Çok kısa tutulan haberin spotu bulunmamakta, gövdesinde de öncelikle şimdye kadar yazılmış haberlerin doğru olmadığı ileri sürülerek Star televizyonunun yeni dizisinin yıldızının yıpratılması engellenmeye çalışılmakta ve isim bildirilmeden diğer medya kuruluşları habercilik sınırlar zorlanmak pahasına suçlanmaktadır: "Çocuklar Duymasın' dizisinin güzel oyuncusu Pınar Altuğ kocası Umut Elçioğlu'yla boşanacaklarını açıkladığı gündən beri inanılmaz saldırıların hedefi oldu... Altuğ ısrarla 'Umut'la iki medeni insan gibi konuşarak boşanıyoruz' diye açıklamalar yaptı... Buna rağmen saldırılar durmadı, diziyi de hedef almaya başladı ve Pınar'ın diziden atılacağı çirkinliğine kadar ulaştı..." Yazının kalan kısmında bu kez yapımçı Birol Güven'in ağızından Sabah gazetesindeki demecinden çok farklı bir beyanat yer almaktadır : "Bunun üzerine dizinin yapımçı ve yönetmeni Birol Güven 'Dizi ve kadro olarak kale gibi ayaktayız' dedikten sonra 'Gerek Pınar Altuğ, gerek dizi hakkındaki bütün dedikodular çirkin birer yalan... Ben Pınar'a sonuna kadar güveniyorum. Çocuklar Duymasın dizisi Pınarsız olmaz. Dizi yeni sezonda da aynı kadro ve aynı başarıyla sürecektir' şeklinde açıklama yaptı..."

Her iki haberin söylemlerini analiz ettiğimizde, her iki yayın kuruluşunun da birbirinden son derece farklı gerçeklikler tasarladıkları ve bu söylemlerin oluşmasında da ilgili kuruluşların ekonomi-politiğinin son derece belirleyici olduğu gözlemlenmektedir. Burada klasik haber değerlerinin çok ötesinde yer alan habercilik kriteri, haberin öznesi olan Pınar Altuğ'un, yayın kuruluşları ile arasında varolan ekonomik bağlantıdır. İlgili yayın kuruluşları adına "sıradan" bir haber malzemesi olmayan Pınar Altuğ'un evliliğinde meydana gelen sorunların yazılı basında yansıtılış biçimi, çapraz tekelleşmenin tün sakıncalarını gözler önüne serer niteliktedir. Bu yüzden, aslı ne olursa olsun, yaşanan gerçek, "durumu tanımlama gücü" olan ve Altuğ'u kendi ekonomi-politikleri adına önemseyen iki televizyon kanalıyla aynı organizasyon içerisinde yer alan gazetelere tamamen "şirket" çıkarları doğrul-

tusunda yansıtılmıştır.

4. Sonuç

Kamuya ait olduğu "söylenen" haber ve haberin üretim süreci ilgili kuruluşların kurumsal yapısı arasındaki ilişki günümüz iletişim ortamının sıklıkla tartışılan konularının başında gelmektedir. Kaynağını Marksist yaklaşımlardan alan eleştirel ekonomi-politik, ekonomik örgütlenme ile siyasal, toplumsal ve kültürel yaşam arasındaki etkileşimle ilgilenir ve "üretimin ekonomik dinamiklerinin belirli kültürel formları diğerlerinin üstüne yükselterek kamusal söylemi nasıl yapılandırdığını inceler (Murdock ve Golding 1997:69)." Burada medyanın rolü, medyaya sahip olan ve onu kontrol eden sınıfın çıkarlarını haber kisvesi altında ileterek eylemlerini meşrulaştırmasıdır. Bu bağlamda meydana gelen her medya ürününün, özellikle de haberlerin kapitalist sistemin kültürel bir metası olduğu, dolayısıyla da pazar mantığı tarafından sınırlandırıldığı göz önünde bulundurulmalıdır.

Kişi ya da kurumların gazete ve televizyon kanalına aynı anda sahip olması anlamına gelen çapraz tekelleşme kamunun haber alma özgürlüğünün önündeki en büyük engellerden biridir. Burada yayın kuruluşlarının ekonomik çıkarlarının daha da giriftleşmesi ve adeta birbirleriyle iç içe girmesi söz konusudur. İlgili yayın kuruluşlarının aralarındaki bu kurumsal bağı zaman zaman "görünür" kılmaları, haberin kamuya iletiminde ve haber olarak üretiminde ciddi bir problem olarak görünmektedir. Çapraz tekelleşmenin haberlere yansıtılması, ideal gazeteciliğin, en azından tarafların görüşlerine yer vermeyi ve gerçeği mümkün olduğunca aynen iletmeyi temel ilke olarak belirleyen, önündeki en ciddi engellerden birini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, aynı organizasyonun sahipliğini yaptığı gazete ve televizyon kuruluşları, birbirlerinin ekonomik çıkarları doğrultusunda habercilik yapmaları ve insan unsurunu dahi gözetmeden tüm habercilik değerlerini kendi şirketlerinin ekonomi-politiği doğrultusunda biçimlendirmeleri, hatta bu yolda "suni gündem" yaratmaktan bile kaçınmamaları, haberin "ekonomik" değeri göz önünde bulundurulursa sürpriz sayılmamalıdır.

Çalışmamız kapsamında, örnek olaya olarak ele aldığımız "Pinar Altuğ Olayı'nın" haber metinlerine yansıtılış biçimi, çapraz tekelleşmenin bütün sakıncalarını göz önüne serer niteliktedir. Sabah ve Star gazetelerinde çıkan haberlerin söylemi analiz edildiğinde göze çarpan en belirgin olgu, her iki gazetenin de "durumu" kendi holdinglerinin ekonomi-politiği çerçevesinde seleksiyon sürecine tabi tutmalarıdır. Çocuklar Duymasın dizisinin yeni kanalı Star televizyonu ile aynı organizasyonun parçası olan Star gazetesi olayın bir an önce kapanması ve dizinin imajına zarar vermemesine yönelik yayın yapmış ve diğer yayın organlarının haberciliği eleştirirken, Sabah gazetesi ise olayı daha geniş çerçevede ele almış ve üstü

kapalı bir şekilde Pınar Altuğ'u eleştirerek, "ideal kadın Meltem"ın büyüünün bozulduğunu dile getirmiştir. Sanatçıyla canlandırdığı karakter arasındaki "karşıtlık" ya da bu olay bağlamda olduğu ileri sürülen uyumsuzluk Sabah gazetesinin esas söylemini oluşturmaktadır. Söylem analizi neticesinde ulaştığımız tüm veriler göstermektedir ki, Pınar Altuğ, bu olay bağlamında birey kimliğinden soyutlanarak, medya kuruluşları açısından ekonomik değeri olan bir meta olarak, ilgili yayın organları tarafından ele alınmaktadır. Olayın ne olduğunun, nasıl olduğunun, ilerisinde nelerin gerçekleştiğinin (Pınar Altuğ'un gerçekten diziden çıkartılması ve ardından yaşanan diğer gelişmeler, vs.) hiçbir önemi yoktur; buradaki temel gerçeklik ve tartışılması gereken esas gazetecilik sorunsalı, adı geçen sanatçının ilgili medya kurumlarıyla olan ekonomik bağlantısının, onunla ilgili haberlerin söyleminde doğrudan belirleyici olduğudur. İlgili çalışmamız göstermektedir ki, "çapraz tekelleşme olgusu" ve bununla bağlantılı olarak medyanın ekonomi-politiği haberlerin seleksiyon sürecinde doğrudan etkili olmakta; böylelikle basının sosyal sorumluluk ilkesi ve kamusal misyonu arızaya uğramaktadır.

Kaynakça

- Alver, Füsün (2003). **Basında Yabancı Tasarımı ve Yabancı Düşmanlığı**. İstanbul: Der Yayınları
- Burton, Greame (1995). **Görünenden Fazlası**. Çev., Nefin Dinç. İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Ergül, Hakan (2000). **Televizyonda Haberin Magazinleşmesi**. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Gürkan, Nilgün (1997). "Türkiye'de Siyasal Tıkanma ve Medya". **Birikim Dergisi**. Aralık 1997.
- Hallin, Daniel C. (2000). "Commercialism and Professionalism in the American News Media" **Mass Media And Society**. James Curan and Misheal Gurevitch, London: Arnold Pub.
- İnal, Ayşe (1996). **Haberi Okumak**. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İrvan, Süleyman (2000). "Metin Çözümlemelerinde Yöntem Sorunu". **Medya ve Kültür**. (3-5 Mayıs 2000, 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri) Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi.
- İrvan, Süleyman (2001). "Gündem Belirleme Yaklaşımının Genel Bir Değerlendirilmesi". **Gazi İletişim Dergisi**. Bahar 2001, Sayı:9
- Kaya, Raşit (2001). "Kamusal Çıkar". **Karizma Dergisi**. Ocak, Şubat, Mart 2001, s.56
- Klaidman, Stehen (1987). **The Virtuous Journalist**. New York - Oxford: Oxford University Press.
- Murdock, Graham ve Golding Peter (1997). "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik", **Medya Kültür Siyaset**. Ed., Süleyman İrvan. Ankara: Ark Yayınları
- Rigel, Nurdoğan (2000). **İleti Tasarımında Haber**. İstanbul: Der Yayınevi.
- Severin, Werner J. ve James W. Tankard (1994). **İletişim Kuramları**. Çev., Ali Atıf Bir ve Serdar Sever, Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi Yayınları.

Shoemer, Pamela ve Stephen D. Reese (1997). "İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi", **Medya Kültür Siyaset**. Der., Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınları.

Sözen, Edibe (1999). **Söylem**. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.

Stubbs, Michael (1995). **Discourse Analysis**. Oxford: Blackwell Pub.

Topçuoğlu, Nur (1995). **Basında Reklam ve Tüketim Olgusu**. Ankara: Vadi Yayınları.

Van Dijk, Teun A. (1988). **News Analysis**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishing.

"Türkiye Gazetecileri Hak ve Bildirgesi" <http://www.tgc.org.tr/bildirge.htm>, 1 Nisan 2004.

Gazete Haberleri

"Eşimi Hiç Aldatmadım": **Star Gazetesi**, 25.06.2003

"Birol Güven: Kale Gibiyiz Yıkılmayız": **Star Gazetesi**, 28.06.2003

"Hayatı Bir Anda Altüst Oldu": **Star Gazetesi**, 26.06.2003

"Asıl Çocuklar Şimdi Duymasın!": Pınar Boşanyor: **Sabah Gazetesi**, 24.06.2003

"Kolejli Kız Türkiye'nin Starı Oldu": **Sabah Gazetesi**, 24.06.2003

"Umut Askerden Dönünce Arkadaşı İzzet'le Oturacak": **Sabah Gazetesi**, 24.06.2003

"Çocuklar Duymasın'ın Senaristi Birol Güven Gelecek İçin Endişeli: Diziye Zarar Verecek": **Sabah Gazetesi**, 25.06.2003

"Sırlar Prisması": **Sabah Gazetesi**, 26.06.2003