

Doğan Medya'nın Satış Haberlerinin Eleştirel Söylem analizi *

*Deniz Gönc

1Doktora öğrencisi, Yeditepe Üniversitesi, Medya Çalışmaları, denizgonc@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8338-6476

Geliş Tarihi/Received: 20.05.2021

Kabul Tarihi/Accepted: 28.01.2022

e-Yayım/e-Printed: 01.04.2022

ÖZET

Türk medyasında güçlü figürlerden biri olan Demirören Medya Grubu, Doğan Medya'yı satın alarak merkezi bir güç kazanarak bu merkezileşme medya sektöründe güç dengelerini değiştirmiştir. Çalışmanın amacı Türk basınının bu büyük satın alma haberini hangi bağlamlarda ele aldığını ortaya koymaktır. Ana akımı temsil eden günlük altı gazetede yer alan haberlere eleştirel söylem analizi uygulanmış, konuya ilişkin köşe yazılarına ise içerik analizi uygulanarak ve haber-köşe yazısı ilişkisi sorgulanmıştır. Merkez ve liberal sağ kanatta haber ekonomi ve magazin bağlamında genellikle olumlu ve açık söylemler verilmiştir. Sadece Cumhuriyet ve Evrensel'in basın özgürlüğü, tekelleşme ve basın çalışanlarının özlük hakları bağlamında değerlendirdiği görülmüştür. Araştırmanın sonucunda liberal muhafazakar gazetelerin olayı finansal, kurumsal ve öyküsel bağlamda ele aldığı görülmüştür. Olay İslami kanatta, Doğan Medya'nın tasfiyeye zorlanması çerçevesinde ele alınmış ve bir politik intikam söylemiyle ifade edilmiştir. Muhafız kanatta olayı özgür basın ve demokrasi bağlamlarında ele almış ve hükümeti eleştirmek için kullanmıştır. En az köşe yazısını yayımlayan Hürriyet ve Milliyet'in habere çok yer verdiği görülürken bunun aksine habere ilişkin köşe yazısı sayısında Cumhuriyet'in ardından gelen Türkiye Gazetesi'nin olayı en az yer veren gazete olduğu dikkat çekmiştir. Çalışmanın sonucuna göre köşe yazısı sayısının çokluğu ile olumsuz söylem kullanımı arasında doğru orantılıdır. Habere yer verme ile gazete yazarların söylemi arasındaki çelişkiler medya kurumunun iktidar ilişkileri filtrelerini görünür kılmaktadır. Medyanın merkezileştirilmiş mülkiyet ilişkilerinin, literatürde görüldüğü üzere haberlerin populist çerçevelerde bağlamsallaştırılmasına, gizlenmesine ve manipüle edilmesine neden olduğunu tekrar kanıtlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medyanın Ekonomi Politikası, Söylem Analizi, Demirören Medya Grubu, Doğan Medya Grubu, Geleneksel Medya

Critical Discourse analysis of Doğan Media's Handover News *

ABSTRACT

Demirören Media Group, one of the powerful names of the Turkish media, acquired Doğan Media and changed the balance of power by taking a central position. The aim of this study is to reveal the contexts in which the Turkish press dealt with this critical purchase. Critical discourse analysis was applied to the news of six mainstream daily newspapers and content analysis was applied to the columns. Liberal conservative newspapers handled this news in the context of financial, institutional and narrative. Within the framework of the forced liquidation of the Islamic wing Doğan Media, it was expressed with the discourse of political revenge. The opposition wing criticized the government in the context of press freedom. Hürriyet and Milliyet, which contains the fewest columns, have a high number and volume of news. On the contrary, Türkiye Newspaper, which has the most columns after Cumhuriyet, is the newspaper that gives the least coverage to news. As a result, there is a direct relationship between the number of columns and the use of negative discourse. The contradiction between the number of news and the discourses of the columnists makes the power relations filters of the media institution visible. In the study, as seen in the literature, it has been proven once again that the centralized property relations of the media cause the news to be contextualized, hidden and manipulated in populist frameworks.

Key Words: Political Economy of Media, Discourse Analysis, Demirören Media Group, Doğan Media Group, Mainstream Media

GİRİŞ

Dünyada ve Türkiye'de küresel holding yapısında dev medya gruplarının egemen olduğu basın günden güne çok sesliliğini yitirmektedir. Merkezileşen sahiplik yapısı, medyanın içeriğinde de tek sesliliğe yol açmaktadır (Adaklı, 2010: 75, Erdoğan, 2005). Türkiye'de medyanın sahiplik yapısına siyasal müdahalelere açıklığı nedeniyle 1980'den beri gelen iktidarlar tarafından merkezileştirme yönünde müdahale edilmiştir (Kadıoğlu, 2018). 2001 yılında ülkede yaşanan ekonomik kriz sonrası medya sahipliği yapısı iktidar eliyle yeniden şekillendirilmiştir (Olkun, 2013; Sönmez, 2014). Türkiye'de medyanın tekelleşme eğilimi Milliyet ve Vatan Gazetelerinin de sahibi olan Demirören Medya Grubu'nun maddi değeri, faaliyet alanları ve çalışan sayısı bakımından en büyük medya grubu

olan Doğan Medya Grubu'nu satın alması ile daha de keskinleşmiştir. Medyadaki büyük el değiştirme, medya sahipliği ve kitle iletişimi yönetiminde sermaye ve iktidar ilişkilerinin görüntülenmesi bakımından önemli ve tarihsel bir süreçtir.

Konuya ilişkin geleneksel ana akım medyada yer bulan haberlere, medyanın endüstrileşmesi ve medya mesajlarına yansımaları anlamak yoluyla gerçekleştiren (Garnham, 1990; Mosco, 2009; Murdock, 1982) eleştirel ekonomi politik çerçevesinde söylem analizi uygulanmıştır. Türk medyası öznesi olduğu bu süreçten etkilenen taraf da olmuştur. Haberlerin, yayın organının sahiplik yapısına ve yayın grubunun siyasi iktidar ile olan ilişkisi ile doğru orantılı olarak farklılaştığı görülmektedir. Bir başka deyişle ana akım Türk basını ağırlıklı olarak kendisini doğrudan etkileyen hatta kuşatan bu hegemonik yapıyı ve basın özgürlüğünün ve çok sesliliğin tehlike altında olduğunun görmezden gelmeyi tercih etme eğilimi göstermektedir. Nicel yöntemle gerçekleştirilen bu çalışmada ekonomi politik bir perspektif ile medya sahiplik yapısının medya içeriği üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Araştırmada “medya sahiplik yapısı söylemi etkiler mi” ve “haber ve köşe yazılarının nicel ve nitel tutarlılığı ile medya sahipliği arasında bir ilişki var mı” sorularına yanıt aramaktadır. Çalışmanın Türk medyasının merkezleşmesinde ve tekelleşmeye doğru evrilmesinde kritik bir önemi olan medya devrinin ana akımda hangi söylemlerle ele alındığını belirlenmesi ekonomi politik literatürüne katkı sağlaması umulmaktadır. Bununla beraber köşe yazısı- haber söylemi ilişkisi verileri de ekonomi politik bir gösterge olarak değerlendirmeye alınacaktır.

Türkiye’de Medya Sahipliğinin Tarihçesi

Medya sahiplik yapısının geçmişini incelediğimizde ulusal ekonomi politikaları ve demokrasinin tarihini görürüz ve Türkiye’de medya sahiplik düzeni de kritik değişiklikler, devlet eliyle yapılan düzenleme ve müdahalelerle doludur (Topuz, 2003). Yakın dönemi basının ticarileşmesinden önceki Bab-ı Ali geleneği ve gazeteci aileler dönemi; 4 Ocak kararlarından özel tv kurma izninin çıktığı 1990'lara kadar düzenlemeler dönemi; 90'larda küreselleşme, ilk holdingleşmeler ve banka sahipleri dönemi; 2000'den sonra havuz medyası dönemleri olarak dört süreçte inceleyebiliriz (Topuz, 2003). Tekelleşme 2000'lerin başından itibaren Doğan Yayın Holding, Çalık Holding bünyesindeki Turkuvaz Medya Grubu, Çukurova Medya Grubu (TurkMedya), Ciner Yayın Holding ve Doğu Yayın Grubu'ndan hakim olduğu oluşan beş holdingli tekelleşmiş bir pazar yapısına dönüşmüştür (Bulunmaz, 2011:239). 2000'lerde iktidar, sermayeye karşı daha radikal bir politika uygulayarak özellikle Tasarruf Mevduatı Fonu (TMSF), vergi cezaları, teşvikler, kamu ihaleleri gibi araçlarla hükümete sözcülük yapan bir yandaş havuz medyası oluşturmuştur. Yandaş medya dışında basın teşvik hatta reklam alamamış hatta sıkça tazminat davaları ile cezalandırılmışlardır. Özgür gazeteciliğe karşı bu şiddet sadece işletmelere yönelik ekonomik tahakkümle sınırlı değildir. 1989-2000 boyunca OHAL bölgesindeki habercilere hatta İstanbul ve Ankara'da Çetin Emeç, Turan Dursun, Uğur Mumcu, Metin Göktepe, Ahmet Taner Kışlalı gibi duayen gazetecilere yönelik rekor sayıda cinayet işlenmiş ve failleri de korunmuştur.

Demirören Holding

Erdoğan Demirören 1979'da Milliyet'e %25 ortak olarak medya sektörüne girmiştir. 2018'de Doğan Medya'yı satın almasından sonra günlük tirajın 1/3'ünü yöneten en büyük medya grubu olmuştur. Böylece Demirören Haber Ajansı (yeni adıyla), Posta, Fanatik, Hürriyet, Milliyet, Hürriyet Daily News, TIME gibi gazeteleri kapsayan Doğan Gazetecilik, Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık, Demirören Printing Center, Hürriyet Kitap, Milliyet Sanat D-Smart, Kanal D, Euro D, CNNTURK TV, Dream, Dream Türk ile Doğan TV Holding; Doğan Media International GmbH, Mozaik İletişim, Doğan Dağıtım Satış Pazarlama Matbaacılık Ödeme Aracılık ve Tahsilat Sistemleri, Doğan İnternet Yayıncılığı, dijital medya kanallarını ve, CNN Türk Radyo, Radyo D gibi en etkili medya kanallarını elinde bulundurmaktadır.

Doğan Medya Grubu

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, bu teknolojilerden aktif bir şekilde yararlanabilen ve sistematik olarak kullanabilen bireylerin sayısında belirgin bir artışı beraberinde getirmiştir. Bu durumun sonucunda hayata dair hemen hemen her alanda teknoloji kullanımı çağın gerektirdiği bir zorunluluk ve 21. yy insanının yaşam şekli olmuştur. Benzer şekilde eğitim teknolojilerinde yaşanan gelişime paralel olarak teknoloji tabanlı bir eğitim şekli olan uzaktan eğitim son çeyrek yüzyılda daha fazla kullanılır hale gelmiştir.

1992'de YAYSAT ile başlayan girişimiyle medya sektörüne girmiş, Hürriyet ve Kanal D ile Doğan Medya Center'da büyümeye 1996'da Bilgin Grup'u satın alarak devam etmiştir. 1999'da Time Warner ile ortaklık kurarak CNNTürk'ü kurmuş ve müteakiben Axel Springer ortaklığı ve Turner Broadcasting System işbirliği ile medyada küreselleşmeyi görünür kılmıştır. 2020'de TMSF'nin Uzan Grubu'ndan aldığı Star TV'yi de bünyesine katmıştır (Temüroğlu, 2019). Günümüzde Kanal D Romanya, Doğan Burda dergi grubu, Doğan Egmont yayıncılık, Doğan Müzik, Netd, SlowTürk ve dijital medya kanalları ile medya sektöründe varlığını sürdürmektedir (Keskin, 2001). Koalisyonlar döneminde kurduğu yakın siyasi ilişkileri ve ekonomik kazanımlarını medya grubundaki gazetecilerle bütünleştiren Doğan, Türk basın tarihinde, holdingleşen gazete patronu figürünün öncüsü ve çok güçlü bir örneği olarak yerini almıştır. (Barkın, 2007).

YÖNTEM

Nicel yöntemle gerçekleştirilen bu çalışmada ekonomi politik bir perspektif ile medya sahiplik yapısı söylemi etkiler mi ve haber ve köşe yazılarının nicel ve nitel tutarlılığı ile medya sahipliği arasındaki ilişkinin varlığı sorgulanmaktadır. Ana akım gazetelerin kendi ideolojik çerçeveleri ve söylem yapıları doğrultusunda, Türkiye'de özel medya sahiplik yapısını merkezileştiren ve medyada tekelleşme eğilimi oluşturan satış ve devrine yönelik anlamlandırma düzeyleri incelenmiştir.

Çalışmanın ilk aşamasında Kamuoyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) Doğan Medya Şirketler Grubu'nun Demirören Medya'ya satışına ilişkin görüşmelerinin ilan edildiği 22 Mart 2018 ile şirketin devir teslim törenini müteakip 10 Nisan 2018 aralığında yayınlanan gazetelerin kapak sayfalarında yer alan haber başlıkları ve içerikleri Van Dijk'in (1994) ideolojik söylem analizi ile değerlendirilmiştir. Geleneksel basında yer alan haberlerin problem odaklı, metinler arası ve bağlamı koruyan özellikleri itibariye Wodak'ın (2013) söylem-tarihsel analizi yönteminden yararlanılarak söylemin yönü de olumlu - olumsuz (+/-) ve açık/ kapalı (A/K) belirteçleri ile tanımlanmıştır.

Türkiye'nin ulusal ana akım geleneksel haber medyasını temsilen Hürriyet, Milliyet, Sabah, Haber Türk, Türkiye, Yeni Şafak, Cumhuriyet ve Evrensel Gazeteleri ele alınmıştır. Yetkin'in (2009) tanımladığı gazetelerin ideolojik yörüngesi ve Duruoğlu'nun çerçevelerine göre (2007) satışa konu Hürriyet ve Milliyet merkezde konumlandırılmak üzere; liberal muhafazakar Haber Türk ve Sabah ile birlikte dört gazete sağ eğilimli merkez, Evrensel ve Cumhuriyet muhalif; Türkiye ve Yeni Şafak ortanın sağında İslami muhafazakar olarak tanımlanmıştır. Bu çalışmada haberin çerçevesi; yer verilen sayfanın teması, numarası ve konumu ile tanımlanmıştır. Haberın önemi ise manşet kullanımı ile belirlenmiştir.

BULGULAR

Aktörler

Haberlere konu olan aktörler Demirören Holding'e devredilen; Türkiye medyasının önemli bir kısmını oluşturan Doğan Medya ve çalışanlarıdır. "Doğan Holding Şirketler Grubu" Aydın Doğan ile temsil edilmiş, "Doğan Medya, Doğan Grubu, Doğan Holding Onursal Başkanı, "Kaptan", "Büyük Patron", "Medyanın Türkmen Ağası" gibi farklı ifadelerle tanımlanmıştır. Baş aktörler Aydın Doğan, Doğan Medya ve yönetim kurulu üyeleri, Demirören ailesidir. Diğer önemli aktörler ise R.Tayyip Erdoğan, AKP ve CHP bürokratları, önceki dönemleri siyasi iktidarları ve koalisyon ortakları, Ziraat

Bankası, Rekabet Kurulu, Milliyet, Hürriyet'in gazeteci ve yöneticileri, sendikalar, gazeteci temsilcileri, sivil toplum örgütleri ve törenlerde yer alan diğer figürler olarak konumlandırılmıştır. Haber kaynağı olarak KAP, Reuters Haber Ajansı, Financial Times ve İstanbul Borsası verileri gösterilmiştir. 22 Mart 2018 -10 Nisan 2018 Haber aralığında incelenen gazetelerin gündeminde yer alan öne çıkan haber temaları; Afrin Harekatı, Menbiç Operasyonu, Çiftlikbank dolandırıcılığı, Nefes kredisi ve teşvikler, Nükleer Santral inşaatı, Suriye-ABD-Rusya ilişkileri ve parti politikalarıdır.

Söylem analizinde yer alan haber çerçevelerine ek olarak olayın aktörleri, hem güncel olarak hem de tarihsel olarak bir çerçeve yaratmıştır. Öyle ki Devir sürecinde Doğan Grubunu temsilen Aydın Doğan'ın kişisel vasıfları, öyküsü ve yönetimi süresinde siyasi iktidarla kurduğu ilişkiler farklı söylem stratejileriyle haber içeriğine konu olmuştur. Benzer şekilde Demirören Medya'nın sahiplik arka planı da ailenin siyasi iktidar ile olan kişisel ilişkileri çerçevesinde sıklıkla tarihsel perspektiften ele alınmıştır.

Ana Olay

Doğan Medya'nın 22 Mart 2018 04:48'de yazılı ve görsel medya faaliyetlerini Demirören Holding'e devretmek üzere görüşmeler yaptığını açıklamıştır. 6 Nisan'da satış işlemi onaylanmış resmi işlem gerçekleştirilmiştir. 9 Nisan 2018'de Aydın Doğan'ın veda ve devir teslim törenleri yapılmıştır.

Tablo 1. Kapak sayfasında yer alan başlıklar:

Tarih	Gazete	
22/3	Habertürk	Doğan Medya Satıldı: Bir dönem kapanıyor.
22/3	Yeni Şafak	Medyada sürpriz satış
22/3	Türkiye	Doğan Medya artık Demirören Grubu'nun
22/3	Cumhuriyet	Tek adam Tek ses
22/3	Evrensel	Doğan Medya Grubu Demirören'e satıldı
23/3	Evrensel	Tek sese karşı demokrasi ittifakı
23/3	Milliyet	Medyada dev satın alma
23/3	Yeni Şafak	Medyaya noktayı koydu
23/3	Cumhuriyet	Devlet eliyle yeni havuz: Ziraatten kredi iddiası
23/3	Hürriyet	Aydın Doğan'ın mesajı
24/3	Evrensel	Susmayacağız: Tüm topluma sus işaretidir
24/3	Hürriyet	Türkiye dışında yaşayamam
26/3	Cumhuriyet	Doğan geri alır mı umudu
6/3	Hürriyet	Büyük Ödül Büyük Usta'ya
7/4	Milliyet	Türkiye'ye hayırlı olsun
7/4	Sabah	İmzalar atıldı: Doğan Medya artık Demirören Medya'nın
7/4	Hürriyet	Teşekkürler Kaptan
8/4	Hürriyet	Medyanın Türkmen Ağası
8/4	Cumhuriyet	Yandaş Medya 2
10/4	Milliyet	Medyada büyük devir teslim
10/4	Hürriyet	Yeni Kaptan Demirören

Haberlerin Bağlamı

Haber ana akım muhalif ve muhafazalar medya tarafından farklı bağlamlarda ele alınmıştır. Haberlerin yer aldığı sayfa teması ve haber başlıkları üzerinden haberin bağlamı incelenmiştir. Haberler konularının sınıflandırılmasına göre; ekonomi ve finans, öyküleştirmeye ve magazinleştirme, medyada tekelleşme, basın özgürlüğü ve gazetecilik mesleğinin geleceği bağlamlarında ele alınmıştır. Neoliberal ideolojiyle uyumlu ana akım muhafazalar haber medyasında özelleştirme haberleri yoksulluk ve işsizlik haberlerinin on katı yer bulur. İktidardan taraf medya, çoğulcu ve eşitlikçi anlayışı dışlar ve kamusal sorumluluk rolünden uzaklaşır (Şen ve Aşar, 2012). Ekonomi haberleri ana akımda genellikle iktidar ile uyumlu ve karlılık çerçevesinde ele alınır (Yurdigülve Yüksel, 2013). Habertürk, Sabah, Yeni Şafak ve Türkiye haberi finansal bağlamda ve olumlu yer vermiştir. Haberi birden çok bağlamda ele alan Evrensel ve Cumhuriyet, olumsuz bir finansal söylem kurmuştur.

Ekonomi- Finans

Sabah Gazetesi 23 Mart kapakta satır altında konumlandığı “Doğan Medya için Demirören’le 890 milyon dolarlık pazarlık” başlığının içeriğini ekonomi sayfasında sunmuştur. ..açıklamada görüşmelerin 1.1 milyar dolar işletme değeri olmak üzere ilgili finansal borçların indirim konusu yapılmasıyla 890 milyon dolar hisse değeri...

Doğan Medya Grubu Demirören’e satılıyor” başlıklı haberin alt başlıkları “hisseler uçtu”, “rekor çarpan” “iki günde yüzde 40 yükseliş” şeklinde ekonomi odaklıdır. Detaylarda da haber medya ile ilişkilendirilmemiş ve önemli bir borsa olayı olarak yansıtılmıştır.

7 Nisan Yeni Şafak ekonomi sayfasında “Doğan Medya için 916milyon Dolar”: Sol alt köşede resimsiz, küçük bir haber olarak verilen haberde “Doğan Holding Yönetim Kurulu, medya sektöründe faaliyet gösteren şirketlerdeki paylarının, ... ortaklıkların paylarının 916 milyon dolar bedelle, Demirören Medya Yatırımları Ticaret A.Ş’ye satılmasına...olağanüstü kurultayda pay sahiplerinin onayına sunulacağı kaydedildi. Habere geç yer verilmesi, küçük bir yerde resimsiz bir haber olarak alınması düşük bir haber değeri gösteriyor. Bu da, Doğan’ın bu söylemin aktörü olmadığını göstergesidir. Karşı taraf değilse de edilgen bir ifade kullanılarak mesafe kurulmuştur.

Öyküleştirme/ Magazinleştirme

...23 Mart Milliyet Kapak -Sürmanşet “Medyada Dev Satın Alma” : Haberin devamı: Ekonomi s7. “Medyada Dev Satış”

“Türk medya tarihinde ilk defa yabancı medya kuruluşlarıyla ortaklıklar kurarak ülkemize yabancı sermaye getirdik ve teknoloji transferi sağladık... Artık 80 yaşımı geride bırakmış bulunuyorum. Geldiğim bu aşamada, kendi isteğimle, yayıncılık mesleğime nokta koymaya karar verdim. Bu karar doğrultusunda, daha önce Milliyet gazetesini grubumuzdan satın alan ve dolayısıyla medya tecrübesi olan 60 yıllık arkadaşımız Demirören Ailesi ile satış görüşmelerine başladık.” Popüler kültürün öyküleştirmiş iletileri, gündelik olarak tüketilen ve popüler değerler üzerinden tasarlanan söylemlerdir., politika, siyaset ve ekonomi düşünmeyi gerektirmeyen kısa öyküler, kültür endüstrisinin tüketici emtialarıdır (Barret, 1995). Adorno’nun (2011) medya endüstrisinde haberleşme işlevinin artık kitle kültürü içeriğine eğlence sağlama işlevine dönüştüğünü ortaya koyduğu üzere, medyanın ekonomi politikası açısından önemli bir haber, bir hayat hikayesine, ahablık öyküsüne indirgenmiştir.

Basın özgürlüğü/ Gazetecilerin mesleki geleceği

Evrensel 24 Mart s.13 Doğan Sendikasıylaştırdı, Demirören Gazetesizleştirecek”: Medya sayfasında yer alan haber, sektörel ve mesleki bir mesele bağlamında ele alınmıştır. “Bu tüm topluma sus işaretidir” spotuyla verilen haber içeriğinde “Tüm topluma baskı, medyaya sansür, basın çalışanına işsizliği reva görenlere karşı herkesi örgütlü mücadeleye çağırıyoruz” denildi...” ifadesi yer almıştır.

Eylemsellik içeren söyleminde; otoriteye dayalı kanıtsallık yoluyla G9 yetkin bir mesleki otorite olarak onanmıştır ve ideolojik benzeşlik kurularak tekelleşme ile tehdit altına giren basın özgürlüğü için de geniş tabanlı bir mücadele daveti yapılmıştır. Gazete, kendi ideolojisi ile örtüşen bir meslek odası ve sivil toplum kuruluşu olarak G9 gazetecilik örgütlerinin açıklamasının yayınlanmıştır. Avrupa Gazeteciler Birliği (AEJ), Türkiye Gazeteciler Sendikası (TGS), Türkiye Basın Yayın Matbaa Çalışanları Sendikası (DİSK BASIN-İŞ), Basın Yayın İletişim ve Posta Emekçileri Sendikası (HABER-SEN) ve Çağdaş Gazeteciler Derneği (ÇGD) imzalarıyla yayımlanan açıklama ana akım muhalif basın içinde yer alan söylemde; sendikalar ve meslek örgütleri ile ilişkilendirilerek gazetecilerin mesleki geleceği bağlamında konumlandırılmıştır.

Yayın politikası

Haberlerin bir çoğunda yayın politikası teması işlenmiştir. Yeni yönetimin gerçekleştireceği kurum içi ve kurum dışı yönetsel uygulamalar, önceki yönetimin kurum içi işleyişi, satın alma ve devir işleminden sonra gazetenin söyleminde beklenen değişiklikler ve kurumun kamu ve siyasi iktidar ile kurduğu ilişkiler ile yönetsel işleyiş yayın politikası çerçevesinde ele alınmıştır. İşten çıkarma, istifaya zortlama, ücret kesintisi, sendikal hakları engelleme ve taciz gibi yönetsel uygulamalar da editoryal kararlara yapılan müdahaleler gibi, basın sektörüne ilişkin olarak ele alınmış ve yayın politikası çerçevesine dahil edilmiştir. 23 Mart tarihli Sabah'ta yer alan "Karpuz Politikası" başlıklı köşe yazısında "Karpuz, yani kabuğu yeşil, içi kırmızı... Birinci sayfadan iktidara yağlama yıkama, iç sayfalarda geçirmece..." sözlerini kullanan köşe yazarı E. Ardiç Doğan Grubu ve yönetsel aktörlerin politik konumu ile editoryal uygulamaları üzerinden yayın politikasına ilişkin bir çerçeve kullanmıştır.

Medyada Tekelleşme

Ana akım muhalif gazeteler haberi kapakta, medya, emek ve gündem sayfalarında değerlendirmişlerdir. Cumhuriyet 22 Mart "Tek adam tek ses" Haberde kullanılan "AKP'nin yandaş medya operasyonunda son perde: Doğan Grubu Demirören'lere satıldı", "İktidarın kontrolünde", "büyük patronu AKP bitirdi", "Göz yaşlarıyla medya devri oldu", "bir avuç kaldık" alt başlıkları ile iktidarın medya ile olan organik ilişkisi, hükümet partisinin medyayı baskı altında tuttuğu, Chomsky'nin propaganda modelinde ifade ettiği gibi, iktidarın medya üzerinde ekonomik yollarla doğrudan baskı mekanizması kurduğunun bir ifadesidir (Chomsky,1993:224). Doğan'ı "Büyük patron" olarak tanımlandığı söylemde "Demirörenler" profesyonellikten uzak bir aile olarak tanımlanmıştır. Söylemde ideolojinin stratejisi Doğan'a karşı Demirören üzerinden kurulmuştur. Hükümetin medyaya doğrudan müdahalesi değil, medyada tekelleşme eleştirilmiştir.

Evrensel 27 Mart s.13 Medya : "Tekelcilik gerçeğin ölümü demektir" "CHP'li vekil rekabet kurumuna başvurdu", "Verdiği dilekçeyi sosyal medya hesabından duyuran Yarkadaş, "Doğan Medya'nın Demirören Grubu'na 'sattırılması'nın durdurulması ve rekabet koşullarının korunması için Rekabet Kurumu'na başvurudum. Bu satış gerçekleşirse, medyanın yüzde 90'ı bir partinin kontrolünde olacak. Tekelcilik, gerçeğin ölümü demektir!" dedi."

Chomsky'ye (2012) göre medya hükümet politikasını ancak devlet-şirket iktidarının ortak çıkarları çerçevesi içinde kalarak sorgular ve ona karşı çıkar. Muhalefet yapıyor görünse de siyasi-ekonomik iktidar çevreleriyle güçlü ilişkilerini korur. Çünkü medya, çıkar ortaklıkları nedeniyle egemen güç dengesini değiştirmek gibi bir amaç gütmmez (Shoemaker, 2002:130). Bu örnekte de görüldüğü üzere ana muhalefet partisi vekili tekelleşme eğilimine karşı rekabet kuruluna yaptığı başvuruyu sosyal medyada paylaşmıştır. Haber söylemi; basın özgürlüğü ve demokrasi bağlamında değil, partiler arası ve ulusal siyaset bağlamındadır. Medyanın ekonomi politikası açısından medyanın siyaset ile olan ilişkisine dikkat çekilmemiş, muhalefet partisi vekilinin icraatı ve iktidar partisini eleştiren söylemi vurgulanmıştır. Bu haberde, kendi ideolojisini destekleyen bir argüman sunan partinin ifadelerine yer veren gazete, tekelleşme karşıtı söylemi de kapsamaktadır.

Finans, magazin, basın özgürlüğü, yayın politikası ve medyada tekelleşme çerçevelerinde ele alınan haberlerin söylemlerinin inşasında kullanılan temel ideolojik stratejiler açıkça tanımlanabilmektedir. Medya devrine ilişkin farklı bağlamlarda ele alınan haberler, kullanılan ideolojik söylem teknikleri çerçevesinde incelenmiştir.

Haberlerde Kullanılan Söylem Stratejileri

Otorite

Cumhuriyet 10 Nisan s.5 "Kredi verseler biz alırdık" : "HDP'li Beştaş, Doğan Medya'nın satışını eleştirdi" "HDP Grup Başkanvekli Meral Danış Beştaş TBMM'de gündeme ilişkin değerlendirmelerde bulundu"... "Varlık Fonu'na devredilen Ziraat Bankası'nın ilk icraatının medyanın tekelleşmesinde kullanılmak olduğunu kaydeden Beştaş,....Neden Ziraat Bankası şeker üreticilerine değil de Demirören Grubu'na kredi veriyor..?"

Haberde otorite olarak konumlandırılan HDP Başkan Vekili'nin yorumlarını ; gazetenin söylemi arasında TBMM'ni aracı koyarak dolaylamıştır. Söylemi ise, “biz” ortak paydasında eylemin failini “diğerleri” olarak tanımlayarak araya mesafe koymuş hatta belirgin bir kutuplaştırmaya gitmiş. Söylemde “neden kurtarmıyoruz” ifadesi üçüncü çoğul şahıs kipi ile kullanılırken, karşıt olumsuz (-) eylem, gizli özne ile edilgin olarak kullanılmıştır. Sahibi açıklanmamış bir suçlama, söylemde “diğerleri” olarak konumlandırılan iktidara ve özelde birinci tekil şahıs kip yapısı ile resmi iktidar temsilcisi olan R. Tayyip Erdoğan'a yönelmiştir. Bu haberde de kutuplaşmayı görebiliyoruz.

Kanıt-sallık

Cumhuriyet'in 23 Mart kapak “Ziraat'ten Kredi İddiası” “Devlet eliyle yeni ‘havuz’ başlıklı haber temasını kapağa taşıyan tek gazete olmuştur. Finans sektörünün medyanın tekelleşmesi için kullanılmasını referans göstererek Ziraat Bankası savını kanıt-sallaştırmıştır. Ziraat Bankası kredisinin bu amaçla kullanılmasının yasadışı bir durum olduğu savındadır. Doğan Medya Grubu'nun 1.1 milyar dolarlık satışının finansmanı için kurulan bankalar arası konsorsiyumda devlete ait Ziraat Bankası'nın da bulunduğu öne sürüldü. Daha önce Çalık Grubu da Halk Bankası ve Vakıfbank'tan aldığı kredilerle Sabah Grubu'nu satın almıştı.

Örnekleme

22 Mart Cumhuriyet Kapak –manşet “Tek adam Tek ses”: Gözyaşları ile medya devi oldu başlıklı resim altı haberde yakın geçmişten örnek göstererek Cumhurbaşkanı'nın Demirören'in medya yatırımları üzerinden medyaya şahsen müdahale ettiğini örneklendiriyor. Bu haberin devamı 10 ve 11. Sayfalarda amiral gemisi yandaş limanda başlığıyla ele alınıyor. Konuk yazar olarak Ceren Sözeri'nin satış sürecini iktidar ve medya sahipliği ilişkisi çerçevesinde ele alan “ana akım medyanın bitişi demek” başlıklı yazısı bu sayfada bulunuyor.

“Erdoğan Demirören 2011'de Milliyet ve Vatan'ı alarak medya sektörüne girdi. Demirören'in İmralı Tutanakları” haberinin Milliyet'te yayımlanmasının ardından Erdoğan ile yaptığı telefon görüşmesinde ağlayarak “Seni üzdük mü Patron, nasıl girdim bu işe” dediği ortaya çıkmıştı. Demirören'in holding patronluğunu yaşı ile birlikte sunan Hürriyet ve Milliyet gibi satış sürecine dahil olan gazetelerden farklılaşan muhalif söylem; Demirören'in medya geçmişinin yedi yıl öncesine dayandığını hatırlatarak bu süreçte iktidarın müdahaleleri karşısında iradesiz kaldığını ortaya koyarak karşı tarafa deneyimsizlik atfediyor.

Rakamsallaştırma

23 Mart Cumhuriyet s.11 “Yine Havuz Yöntemi”: Hükümetin Doğan Medya üzerinde uyguladığı baskı mekanizmasının ekonomik boyutu; rakamsal verilere dayandırarak ortaya konmuştur. Şirketin seçim öncesi aldığı vergi cezaları ve bu süreçte baskı sonucu uzlaşmaya giderek elde ettiği vergi aflarının tarihselliği vurgulanmakta, bu yolla vergiyi; hükümetin yaptırımları olarak konumlandırmıştır.

Hükümetin Doğan Medya'yı istediği çizgiye getirmesi sürecinde vergi cezaları ve vergi uzlaşma süreçleri önemli bir araç oldu. 2007 genel seçimleri öncesinde Petrol Ofisi'nin 1,2 milyar liralık vergi borcu için uzlaşma sağlandı ve Doğan Grubu borcu 275 milyon liraya indirdi. Daha sonra 4,9 milyar vergi cezası kesilen Doğan, 2011 seçimlerinden hemen önce tekrar uzlaşma sağladı ve cezayı 940 milyon TL'ye indirdi...”

Gazete diğer söylemlerinde de Doğan'ın hükümet tarafında mağdur edilmiş bir yönetici olarak tanımlamıştır (büyük patronu AKP bitirdi). Doğan'ın bazı vergi borçlarının affedilmesinin meşruiyetini, bu borçların “Doğan'ı istenen çizgiye getirmek için hükümet tarafından verilen cezalar” olduğu ön kabulü bulunmaktadır. İki uzlaşma ile vergi affı alan Doğan'a yapılan bu uygulamaların, milli çıkarlar açısından anlamı yadsınmıştır. Burada yine Chomsky'nin açıkladığı gibi, medya çıkarları ne kadar ters düşse de iktidarla bir şekilde yakın ilişki içindedir. Doğan'ın geçmişini aklamaya ilişkin bir ifade hükümetin isteklerini yerine getirmemenin yaptırımlarından bahsedilirken, aksi durumda silinen vergiler ve alınan ihalelerden bahsedilmediği görülüyor. Kişiyi özel cezalar gibi uzlaşma ve vergi affının uygulanması da medya- iktidarla ilişkilerinin değişkenliğinin yansıması olarak yorumlanabilir.

Kutuplaşma

22 Mart Cumhuriyet Kapak “Tek adam Tek ses”: İlk gün manşetten verdiği haberin başlıkları, Cumhuriyet’in söylemini özetler nitelikteydi. “İktidarın kontrolünde”, “büyük patronu AKP bitirdi”, “gözyaşları ile medya devi oldu” “bir avuç kaldık”, “...iktidara yakınlığı ile bilinen Demirören Grubu’na sattı...Bu satışla medyanın büyük bölümü ile gazete dağıtımının tamamı iktidarın kontrolüne geçti” Demirören’in iktidara yakın olması, medyanın iktidarın eline geçmesine genellenmiştir. Söylemde Doğan medya grubunun iktidarla olumlu (+) ilişkilerine ilişkin ifadeler yer almamaktadır. İşaret edilen sorun, medyaya müdahale edilmesi değil, medyanın tek bir elde toplanması ve iktidarda olan parti olmuştur. Manşetteki “tek adam” ifadesiyle cumhurbaşkanı ima edilmektedir. Aktörlerin iktidar ve muhalefet partileri taraflarında “Biz” bir avuç kaldık, “iktidar” onlar, “tek adam”a karşı “büyük patron” gibi konumlandırıldığını söyleyebiliriz.

Tekrar

Habertürk 22 Mart sürmanşet kutu “Doğan Medya Satıldı” “Bir dönem kapanıyor” “Doğan Grubu; Hürriyet, Posta, Kanal D ve CNN Türk’ün de aralarında bulunduğu medya şirketlerini Demirören Grubu’na satmak için anlaştı. Demirören, 2011’de Milliyet ve Vatan gazetelerini Aydın Doğan’dan satın alarak medyaya girmişti.” Habertürk, “yeni bir dönem” in medyada tekelleşme dönemi olduğunu ifade etmeyerek, görmezden gelmiştir. Ayrıca haber söyleminde kendi ideolojisine uygun olarak “satıldı” “satmak için anlaştı” “satın alarak medyaya girdi” söylemleri ile olayın ticari boyutunu ön plana çıkararak, medyanın “satılık” olduğu görüşü yansıtılmıştır (Chomsky ve Herman, 2012; Bağdikian ,2004: 3).

26 Mart Cumhuriyet manşetinde başlayan haber 9.sayfada devam ediyor. “Muhalefet temasa geçti” başlıklı yazısında kullanılan “Doğan geri alır mı umudu” muhalefet ve Aydın Doğan’ı iktidarın karşısında bir cenah olarak konumlandırıyor. Kurulan temaların varlığı da bu ittifakın güçlülüğüne referans veriyor. Ayrıca Doğan’ın Milliyet’i Korkmaz Yiğit’ten geri alması ile tarihselleştirilen söylemde geri alım ifadesi gazetenin ilk sahibini merkezde ve umut bağlanan bir kurtarıcı olarak konulamaktadır.

Abartma

23 Mart Evrensel s.13 “Medya” “Tek sese karşı hakikate sahip çıkalım”: “Bu durumda kamuoyunun gerçekleri öğrenebileceği birkaç mecra kalmıştı “.... gibi gazeteler, internet siteleri ve bir iki tane televizyon kanal kaldı. Gazeteler büyük baskı altında. ...Tek mecra internetti. Onu da RTÜK gibi bir kuruma keyfi olarak denetletmeye çalışıyorlar.” Haberin bağlamında medyanın tekelleşmesi ve internet yayıncılığının RTUK kontrolüne tabi tutulması kararı birlikte ele alınmış. Bu çerçevede medyaya yönelik tüm düzenleme ve denetimler aynı kategoride ele alınarak genellenmiştir.

Yasadışılık

İdeolojik olarak “karşı taraf” olarak belirlenen tarafların yasalara ve genel kabul görmüş etik kurallara karşı geldiğine ilişkin savlar, suçlaştırma stratejisinin bir aracı kullanılır. Hürriyet 7 Nisan s.17 Gündem “Aydın Doğan’dan Hürriyet’e veda” : “..Herhalde Bâb-ı Âli’ye gelmiş geçmiş bütün gazetecilerle çalıştım. İçlerinde belki yüzde 10’u, 15’idir bunun dışında. Yüzde 80’iyle, 90’ıyla çalıştım. Bunların içerisinde bazıları bana haksızlık ettiler. Evet kurumdan ayrılmalarını ben zorladım, ayırdım. Haklarını vererek ayırdım. Bütün yasal haklarını verdim. Ayrıldıktan sonra bana iftira ettiler, yalan söylediler. 20-30 yıl çalıştıkları kurumun, hatta bu kurum sayesinde isim yapanlar hatta bu kurum sayesinde tanınanlar ufak menfaatler ya da kendi egolarını biraz daha tatmin etmek için bana haksızlık ettiler, iftira ettiler, yalan söylediler...”

İşten çıkardığı, istifaya zorladığı gazetecilerin yasal haklarını vermesini bir lütuf gibi ifade eden Doğan, iftiraya uğradığını söyleyerek, işten çıkardığı gazeteciler ile bir kutuplaşma ve düşmanlık yaratıyor. Hukuka aykırı olarak haksız yere işten çıkarma suçunun faili olmak ve çalışanların haklarını gasp etmek gibi eylemlerini görmezden gelerek; “onlar” olarak mesafe koyduğu eski çalışanlarını ahlak ve yasa dışı davranmak ile suçluyor. Kendi olumlu (+), karşı tarafın olumsuz (-) eylemlerini ön plana çıkaran ideolojik söylem çerçevesine uygun olarak Doğan, işten çıkardığı gazeteciler karşısında “kurban” rolü üstlenmiştir. Kamuoyunda söylemin sahibine sempatiyle bakılmasını sağlayan kurban

rolü ile “hakkı yenen kalender patron” söylemi üzerinden kendi etik dışı eylemlerini meşru kılmaya çalışmaktadır.

Demirören Grubu’nun Doğan Medya’yı satın alma sürecini ekonomik ve finansal bir haber niteliğinde ele alan ana akım medya içinde, bu ödemenin kaynağına ilişkin yayınlanan en geniş kapsamlı haber Cumhuriyet’te yayınlanmıştır. Kamu bankalarının medyada tekelleşmeye alet edilmesi ele alınıyor ve milli çıkarlar gözetiliyor savı yer alıyor.

23 Mart Cumhuriyet “Yine Havuz Yöntemi” s.11 “KAP’a yapılan açıklamaya göre görüşmeleri hala süren borçlar düşüldükten sonra Hürriyet’in 890 milyon dolarla Demirören Grubu’na satışının finansmanında Ziraat Bankası’nın da olacağı ileri sürüldü. Toplam 1,1 milyar dolarlık satışının finansmanı için kurulan bankalar arası konsorsiyumda devlete ait Ziraat Bankası’nın da bulunduğu öne sürülürken Cumhuriyet’e konuşan bankanın üst düzey bir yetkili, iddiayı yalanlamadı ve satış görüşmeleri tamamlanmadan açıklama yapamayacaklarını dile getirdi. Çalık Grubu’na ait Sabah ve Atv’nin satın alınması için oluşturulan 630 milyon dolarlık havuzun, 200 milyon dolarlık kısmının da Ziraat Bankası’ndan karşılandığı ortaya çıkmıştı. Sabah Grubu’nu TMTF’den 1,1 milyar dolara satın alan Çalık Grubu da Halk Bankası ve Vakıfbank’tan 375’er milyon dolar olmak üzere toplam 750 milyon dolar kredi kullanmıştı. Aynı dönemde, Halk Bankası Genel Müdürü olarak Hüseyin Aydın, şu an Ziraat Bankası’nın genel müdür koltuğunda oturuyor.”

Rakamlar vererek sağlanan kanıtsallık; geçmişe dönük örneklerle desteklenmiştir. Haber söyleminde kamu bankalarının kredi çekilerek suiistimal edildiği yönünde kullanılan popülist sav; banka kredisinin kötüye kullanılacağına yönelik bir genelleme oluşturmaktadır. Satış devrinin medyadaki tekelleşme bağlamında ele alındığı haberde, ismi verilmeyen bir yetkili kanıt gösterilmiştir. Sadece açıklama yapamayacaklarını söylemiş ve iddiaları yalanlamamakla yetinmiş bir yetkilinin ifadeleri ile ortada Demirören Grubu’nun satın alma sürecine ilişkin yasadışılık izlenimi yaratılmıştır. 23 Mart Milliyet Ekonomi “Medyada dev satın alma” başlığı altında “Devletimizin çıkarlarını, milletimizin hak ve hukukunu korumaya özen gösterdim.” İfadesiyle yasallık göndermesi yapılmıştır. Hürriyet 7 Nisan s.17 Gündem “Aydın Doğan’dan Hürriyet’e veda” haberini takip eden “...Evet kurumdan ayrılmalarmı ben zorladım, ayırdım. Haklarını vererek ayırdım. Bütün yasal haklarını verdim...” ifadesinde de söylemde yasallık stratejilerinin kullanımı görülmektedir.

Popülizm

10 Nisan 2018 tarihli Milliyet’in “Biz bu bayrağı hep birlikte taşıyacağız” başlıklı haber söylemindeki popülist karakter “...Törenin ardından Aydın Doğan, Demirören ailesi tarafından uğurlandı. Demirören ailesi daha sonra Doğan Medya’yı gezerek çalışanlarla tanıştı. ...” ifadesinde açıkça görülür Demirören Grubu’na ait olan Milliyet, habere üç kez manşetten yer vermiştir. “Medyada büyük devir teslim” başlığıyla manşette yer verilen gün, 10. Sayfada devir töreni haberi yapılmıştır. Devir töreninin başlığında kullanılan bayrak metaforu ulusal bir davayı sembolize etmektedir. Yeni patronun ilk söylemi, işini kutsayıcı militarist ve milliyetçi bir söylem içerir. “Biz” “hep birlikte” ifadeleri ile bütünleştiricilik iddiası taşımaktadır. Ancak birlikte olmadıklarımız bizden değildir çıkarımını da engellemez. Demirören’in teslim törenindeki ifadeleri yine muhafazakar bir yapıyı gösterir.

“Ömrünü ülkesine, milletine, işine ve ailesine adayan sevgili babamız Erdoğan Demirören beyefendiye, ailem ve kardeşlerim adına teşekkür ediyorum. Sevgili eşime, çocuklarıma, Avukat Fatih Şahin ve ekibine ve tüm çalışanlarımıza teşekkür ediyorum...” Yıldırım Demirören, konuya ilişkin yaptığı ilk açıklamasında; aile sevgisi, büyüklerine saygı, vatan sevgisi, çalışanlarına değer verme gibi yaygın kabul gören ahlaki ilkelere uygun davranan yeni patron söylemiyle yansıtılmıştır.

6 Nisan Devir teslim töreninde Arif Sağ’a verilen ödül haberini de sürmanşetten “Büyük Ödül Büyük Ustaya” başlığı ile verilmiştir. Haberin devamı magazin sayfasında yer almıştır. Ödülü veren Doğan’ın kişisel nitelikleri ön plana çıkartılmış. Türküler üzerinden Anadolu’nun değerlerine sahip çıkmak üzerinden popülizm yapılmış ve ödül törenine konu olan işlem magazinleştirilmiştir. “... özellikle babam için müzik deyince aklına ilk gelen, halk müziğidir. Bu müziğe kendisi tutkundur, pek çok eseri ezbere bilir ve hatta söyler.” Medya, haber verme ve Arif Sağ’a verilen ödül, Doğan tarafından verilmiş, “Büyük Usta” sıfatı Doğan’a da aktarılmıştır. Konu magazin sayfasında da değerlendirerek

haberinin kapsamını genişletilmiş ve bağlamını magazinleştirilmiştir. Adorno ve Horkheimer'ın (2014) ortaya koyduğu üzere küresel medya popüler kültür aracılığıyla haberin siyasi arka planını ayıklayıp, bir tüketim ürünü olarak magazine dönüştürmüştür. Popüler kültürün magazinleştirilmiş içerikleri, kapitalist sistemi olduğu gibi kabul eden, mesajlarını eleştirel düşünmeyi engelleyecek şekilde sunan, gündelik olarak tüketilen ve popüler değerler üzerinden tasarlanan söylemlere sahiptir. Bu nedenle makro ölçekte magazinleştirme, tüketim toplumuna yönelik, hayatın siyasal bağlamından koparıldığı bir örnektir.

İroni- metafor

10 Nisan Milliyet “Bu bayrağı birlikte taşıyacağız” : Satın alma süreci boyunca demecı vermekten ve açıklama yapmaktan kaçınan Demirören, devir töreninde artık yeni patron olarak “büyük denizlere açılacağını” 2011 yılında aldığı gazetesinde, medyanın geleceğine ilişkin ilk yorumlarını bu metafor üzerinden ifade etmiştir. Kaptan metaforu süreç içinde tutarlı olarak Doğan için kullanılmıştır. Patronun değişmesi ile yeni kaptanın geldiğini ifade edilmesi, monarşik bir yapıyı işaret etmekte ve meşrulaştırmaktadır.

Hürriyet için Türk basınının amiral gemisi metaforu kullanılarak “40 yılda dalgalarla boğuştum” başlığı yönetimde geçen yıllara dair bir gönderme olarak kurgulanmıştır. Hürriyet 24 Mart “Türkiye Dışında Yaşayamam” Sürmanşet: Victor Hugo'nun bir sözü var; 'Senin denizlerde hangi dalgalarla boğuştuğuna bakmazlar, gemiyi limana ulaştırıp ulaştıramadığına bakarlar' diye.” Yerel tutarlılığı olan bu metaforlar, Hürriyet'i Türk medyasının “amiral gemisi” Doğan'ı da “kaptan” olarak ifade ediyor. (Doğan'ın bir demecinde, devirden sonra teknesinin başına geçip Rodos seyahatine çıkacağını ifade etmiştir).

Varsayım

Evrensel 23 Mart s.13 “Medya” “Tek sese karşı hakikate sahip çıkalım”: M.K: “Doğan Haber Ajansı ve dağıtım şirketi Yay-Sat'ın Demirören'e geçmesi muhalif medyanın mevcut iş modellerini daha da verimsiz kılacak. Belki pek çok medya çalışanı işten atılacak ve bir kısmı uzun süre iş bulamayacak.”

27 Mart Evrensels.13 “Doğan Medya'da beyefendiyi rahatsız etmeyelim gazeteciliği yapılacak” , “Gazeteci Derya Sazak, Doğan Medya Grubunun satışının bu yaz erken seçim olacağını göstergesi olduğunu savundu.... “

“...Demirören ailesi iktidara kendini kanıtladı. Aile, yıllar evvel Milliyet ve Vatan'ı Aydın Doğan'dan satın alarak gazetelerin için boşalttı ve gazeteciliği bitirdi. Böylece Demirören, TOTAL ile mükafatlandırıldı. Şimdi de ona Hürriyet veriliyor. Bu satışın en önemli noktası Doğan Haber Ajansıdır. DHA, her şeye rağmen Türkiye'deki en bağımsız ajanstı. Televizyonlarımızın başında seçim sonuçlarını izlerken AA'nın, iktidarın lehine yüzde 60 oylarla açtığı sandık sonuçlarını teyit etmek için DHA'yı beklerdik. Doğru sonucu almak için AA ile DHA'yı kıyaslardık. Şimdi seçim sonuçlarından tutun, sandık başlarında neler oluyor, usulsüzlük var mı yok mu, her türlü bilgiye erişimimiz engellenmiş olacak' diye konuştu....”

Açıkça okunabilen muhalif söylem, basında tekelleşmenin tehlikesini işaret etmektedir. Referans alınan Derya Sazak'ın görüşleri, gazetenin söylemini de temsil etmektedir. Haber ajansının sahiplik ilişkisine değinilmesi açısından konuyu bir çok bağlamda ele alınmış olmakla birlikte söylem eylemsellik taşımamaktadır. Eleştireliliği de, tekelleşmenin “dozunun arttırılması” ile ilgilidir. Hükümetin basın üzerinde doğrudan yaptırımının olmasını, devletin haber ajansının iktidarın bir propaganda aracı olarak normalleştirilmiş bir söylem kullanmaktadır.

Örtmece / Görmezden gelme

Sabah 23 Mart kapakta en alt satırda çok küçük puntolar ve küçük harflerle, Başbakan'ın resminin kullanıldığı sağ sütunda ortada bir haberin altında renksiz, küçük puntoların kullanıldığı ek bir satır olarak yer almıştır. Sabah; kendisinin dışında kaldığı medya tekelinin devleşmesi haberini örtmüştür. Türkiye Gazetesi de konuyu kapağa yalnızca bir kez taşımıştır. Habertürk konuyu bir kez kapaktan vermiş, imza sürecinden sonra da bir kez ekonomi sayfasında yer vermiştir. Evrensel Gazetesi'nin de iç sayfalardaki detaylı haberler içerikleri kapak sayfalarına yansıtılmamıştır. Yeni Şafak, imzaların

atılışından sonraki sürece dair haber yapmayarak, konuyu salt bir ticari faaliyet olarak gördüğünü ortaya koymuştur. Gazetenin söylemi de bu durumu destekler niteliktedir. Bunun yanı sıra konuyu farklı bağlamlardan ele alan gazetelerde yapılan haberlerin de gündem bağlamında görmezden gelinmesi söz konusudur.

İnsancılık

Hürriyet 24 Mart “Türkiye dışında yaşayamam” sürmanşet: Haberin içeriğinin Hürriyet insan sayfası4. bağlamında ele alınması konunun bir hayat hikayesine dönüştürüldüğünü göstermektedir. Bu yolla medyanın tekelleşmesi, Doğan’ın şahsında kırk yıllık medya patronluğundan sonra sektöre veda edişine indirgenerek haber değerinin üstü örtülmüştür. 7 Nisan Hürriyet Kapak: Fikret Bila: “Aydın Doğan’ın Türk basınına, demokrasimize ve Cumhuriyetimize katkıları tarihte her zaman özel bir yerde kalacaktır.” (26 Mart tarihli köşe yazısında “Hürriyet Türkiye’nin ortak değeridir” diye Bila, devirden sonra istifa eden ikinci isim oldu.) Hürriyet 7 Nisan s.17 Gündem “Aydın Doğan’dan Hürriyet’e veda”: Aydın Doğan’ın Hürriyet’e veda ettiği sembolik törende çalışanları vedalaşırken, basın tarihinden aklanarak çıkması hedeflenmiştir. Doğan, ana akım, yandaş gazetelerde yansıyan veda töreni haberlerinde “duygusal bir insan” “sevilen bir patron” “basın emekçisi” “vatan sevgisi ile dolu bir vatandaş” “yaşlı bir adam” kimlikleri ile tanımlanmıştır.

“59 yıllık iş hayatımın 40 yılı medyada geçti. İnsan hüzünleniyor tabii” dedi. Cumhuriyet 7 Nisan s.11 “Aydın Doğan : Bana çok haksızlık ettiler” “Doğan’ı gazetenin bölüm şefleri karşıladı...çalışanları da Doğan için bir veda pankartı hazırladı. Pankartta ‘biz sizi çok sevdik’ ifadesi yer aldı.” “...Buraya sizinle vedalaşmak için geldim. Zor bir iş olduğunu biliyorum. 40 yıldır yaptığım bir meslekten ayrılmak kolay değil ama zor olduğunu bile bile huzurunuzla geldim...” (duygusal, basın emekçisi) “...Sizlerden ve haksızlık ettiklerimden helallik istiyorum. Hakkınızı bana helal edin. Benim de eğer sizlerde hakkım varsa hepinize helal olsun...” (dindar, ahlaklı ve vicdanlı) “...Cumhuriyet’in niteliklerine sahiplik, laiklik konusunda hiç taviz vermeden, elimizden geldiği kadar çalıştık...” (cumhuriyet ilkelerine bağlı,demokrat) “Hiçbir şey bilmiyordum. Ben de yayıncılığı bilmiyordum...” (Mütevazı) “...O anılar arasında gezinirken hüzün, zaman zaman tebessüme dönüşür. Ben de bugün bu duygular içindeyim...” (Duygusal)

Haber merkezlerinin otosansürleri ve editöryal kontrol süreçlerinden geçerek hazırlanan bu haberler yayın grubunun kolektif kimliğini yansıtır. Bu nedenle kişisel yorum ve deneyim bildiren ve dayanağını yazarların sosyal ve kültürel sermayesinden ve/ veya şahsi deneyimlerinden alan köşe yazılarından daha farklı değerlendirilmektedir. Haber içerikleri, muhabir veya editörün kişisel imzasını taşısa dahi haber müdürleri ve yayın yönetmenlerinin filtrelerine ulaşmadan önce kurumsal filtrelerden geçerek hazırlanır (Yüce, 2007).

Haberlerin Söylem Yönü:

Yukarıda Dijk’in söylem analizi yöntemiyle makro ve mikro değerlendirmesini yaptığımız haber başlıkları Wodak’ın (2013) söylem-tarihsel analizi uygulanmıştır. Haber içeriklerinin anlam ve söylem yönlerine ilişkin analizim yer aldığı Tablo 2’de söylemin anlamsal yönü eleştirel, destekleyici ya da nötr olarak tanımlanmıştır. Anlamı içerek ideolojik yön açık ya da örtük olarak ifade edilebilmektedir. Söylemin anlamı olumlu - olumsuz (+/-) ve ideolojik yönü açık/ kapalı (A/K) belirteçleri ile tanımlanmıştır.

Muhalipler ve bağlam itibarıyla siyasi hesaplaşma bekleyen gazeteler olumsuz diğerleri olumlu ve genellikle açık bir söylem kullanılmıştır. Söylemin yönü haberin bağlamına göre değişkenlik göstermektedir. Ayrıca özellikle finansal ve siyasal haber içeriklerinin daha az ideolojik olması yönünde gayret gösterildiği de bilinmektedir

Tablo.2 Haberlerin söylem yönü

Tarih	Gazete	Anlam/Söylem
2 2/3	Habertürk	Olumlu kapalı
22/3	Yeni Şafak	Olumlu açık
22/3	Türkiye	Olumsuz açık
22/3	Cumhuriyet	Olumsuz açık
22/3	Evrensel	Olumlu kapalı
23/3	Evrensel	Olumlu kapalı
23/3	Milliyet	Olumsuz açık
23/3	Yeni Şafak	Olumlu açık
23/3	Cumhuriyet	Olumsuz açık
23/3	Hürriyet	Olumlu açık
24/3	Evrensel	Olumsuz açık
24/3	Hürriyet	Olumlu açık
26/3	Cumhuriyet	Olumsuz açık
6/3	Hürriyet	Olumlu açık
7/4	Milliyet	Olumlu açık
7/4	Sabah	Olumlu kapalı
7/4	Hürriyet	Olumlu açık
8/4	Hürriyet	Olumlu açık
8/4	Cumhuriyet	Olumsuz açık
10/4	Milliyet	Olumlu açık
10/4	Hürriyet	Olumlu açık

Köşe yazıları

Bu analiz haber gündemi ve söylemi ile köşe yazarlarının söylemleri ve gündemleri arasındaki tutarlılığı görmemizi sağlamaktadır. Tablo 3'te görüleceği üzere olaya ilişkin en az köşe yazısı Hürriyet ve Habertürk'te yayınlanmıştır. Satışa konu olan Milliyet'te devir işlemini konu alan köşe yazısı yayınlanmamıştır.

Tablo 3: Hürriyet ve Milliyet Gazeteleri köşe yazıları

HÜRRİYET				
Tarih	Yazar	Başlık	Söylem	Çerçeve
2/4	Faruk Bildirici	Hürriyet'in ortak değerleri	-/ K	
2/4	Fikret Bila	Ödüllü habercilik	+/A	Yayınpolitikası
9/4	Fikret Bila	Hürriyet'te yeni dönem	+/A	Yayın politikası
MİLLİYET				
-	-	-	-	-

Liberal muhafazakar Sabah gazetesi, olayı geleneksel medya sektörü satışı çerçevesinde görmüştür. Doğan Medya'nın ekonomik ve siyasi iktidarına ilişkin siyasal bir hesaplasmaya dair olumsuz bir söylem yaratmıştır. Tablo 4'te de görüldüğü gibi Sabah yazarlarının Doğan'ın hataları yüzünden medyadan tasfiye edildiği ve henüz tanışılan yeni medya patronunun başarılı yatırım yapan bir iş insanı olduğu anlatısı hakimdir. Doğan Medya'nın mevcut ve geçmiş dönem siyasi ve ekonomik iktidarlara ile ilişkileri çerçevesinde, medya devri söylemi finansal bağlamda ele alınmıştır. Medya tekelleşmesi sektörel bir norma indirgenmiştir. Medya devri, daha önceki satın almalar referans gösterilerek normleştirilmekte ve medya sektör-iktidar ilişkisi, özgür basın tarafsızlığının yerine konmaya çalışılmaktadır.

Tablo 4: Sabah Gazetesi köşe yazıları

Tarih	Yazar	Başlık	Söylem	Çerçeve
23/3	D. Güngör	Aydın Doğan iyi tüccarmış	+ / A	Finansal
23/3	E. Ardıç	Karpuz politikası	- / A	Yayın politikası
23/3	M. Barlas	Eskiden gazeteler hergün birer birer okurlara satılırdı	- / K	Tarihsel-finansal
23/3	M. Altınok	Mars'a giderken Hürriyet'in satışı	- / A	Finansal- Basın özgürlüğü
25/3	M. Altınok	Aydın Bey'in son kararı siyasi değil insani	+ / A	Yayın politikası işten çıkarma ve baskı)
25/3	H. Uluç	Aydın Bey'de değişen bir şey yok.. mu?.	- / K	Satış (tarihsel-finansal) 2018
26/3	M. Barlas	Yeni dünyanın eskisenden farkı sınırsız şeffaflık"tır	- / K	Tarihsel-finansal
29/3	M. Barlas	Hürriyet'in yeni patronu düzmece haber kurbanıydı	+ / A	Aktörler (Erdoğan Demirören)
1/4	M. Altınok	Tadı yok	- / A	Yayın politikası(tarihsel)

Haber Türk yazarlarının olayı ağırlıklı olarak finansal çerçevede değerlendirmişlerdir (Tablo 5). Doğan Medya yayın organlarına dair finansal bilgiler ve ailenin hedefleri öyküleştirilmiştir. Sürece müdahil olan yeni aktör Demirören Grubu tanıtılmış ve medya satışına dahil aktörler ile medya devri magazinleştirilmiştir.

Tablo 5. Habertürk Gazetesi köşe yazıları

Tarih	Yazar	Başlık	Söylem	Çerçeve
23/3	F. Altaylı	Grup olamayınca satıldı	+ / K	Satış (finansal,tarihsel)
24/3	F. Altaylı	O aileden biri aday olacaksa	+ / A	Aktörler (Aydın Doğan, tarihsel)
24/3	N. Alçı	Medyanın konuştuğu o satışın hikâyesi	+ / A	Satış, aktörler(yönetim)
27/3	O. Eğin	Amiral gemisi	+ / K	Aktörler (Hürriyet,tarihsel)
9/4	O. Eğin	Satışın öyküsü	- / A	Satış, aktörler(Doğan ailesi)

İslami muhafazalar gazeteler olan Yeni Şafak ve Türkiye de az sayıda habere yer vermesine rağmen olayı köşe yazılarıyla gündemde tutmuşlardır. Tablo 5'te konunun daha ardışık tarihlerde ele alındığı görülmektedir. Kutuplaşmanın baskın olduğu ve siyasal bir hesaplaşma çerçevesinde el alınan olumsuz bir söylem görülmektedir. Olay 28 Şubat'ın sivil ayağı çerçevesinde tutulmaya çalışılmıştır. Medya tekelleşmesi ya da basın özgürlüğünün engellenmesi gündeme gelmemiş, olay siyasal iktidarın değişimi ve eski iktidarın medyasının tasfiyesi olarak tanımlanmıştır. Olayı sadece bir kez haberleştiren Türkiye Gazetesi yazarları Doğan ile mahkemelik olan Cem Küçük başta olmak üzere (Tablo 6) sürecin başından sonuna kadar konuyu benzer çerçevelerde gündemde tutmuştur. Doğan grubunun dönemin siyasal aktörleri ile arasındaki ilişkilere ve siyasal konumunu konu alan bir söylem vardır. Burada medya tekelleşmesi ya da devri değil, Aydın Doğan'ın medyadan tasfiyesi vurgulanmaktadır. Doğan Medya ile bir siyasal hesaplaşma yazısı yazan diğer isim Yücel Koç ise konunun ele alındığı haber çerçevelerine ilişkin "özgür basın susturuluyor yalanları" ifadesini kullanmıştır. Türkiye Gazetesi diğer yayınlardan farklı olarak konuyu 22, 28, 29 Mart ile 2,9 ve 10 Nisan'da köşelerde ele alarak sürekli gündemde tutmuştur. Doğan Medya'nın yönetimi, gazeteciler ve söylemleri, tutarlılığı, dönemin siyasal ve ekonomik iktidarları ile ilişkileri geçmişe dönük bir söylemle yargılanmıştır. Medya grubunun siyasal ve ekonomik aktörlerle geçmişe dönük ilişkileri çerçevesinde ele alınan yazılarda medya tekelleşmesi, gazetecilerin özlük hakları, demokrasi gibi temalar kullanılmamıştır. Basın özgürlüğü söylemi açıkça reddedilmiştir.

Tablo 6: Türkiye Gazetesi köşe yazıları

Tarih	Yazar	Başlık	Söylem	Çerçeve
23/3	C. Küçük	Yepyeni bir dönem ve yepyeni bir zamanın ruhu	-/A	Aktörler (yönetim,)
26/3	F. Selek	Aydın Doğan ne zaman günah çıkarır?	-/A	Devir (tasfiye, tarihsel)
26/3	S. Özışık	Bu yazarlar işsiz mi kalmalı	-/K	Medya devri(çalışanlar), Aktörler (Demirören)
26/3	R. Er	Sessiz Devrim	-/A	Devir (Doğan medyanın tasviyesi tarihsel)
26/3	C. Küçük	Aydın Doğan cepheside son durum	-/A	Aktörler (gazeteciler, tasfiye)
28/3	C. Küçük	Doğan Medya'nın satış olayını anlamak ve kavramak	-/A	Aktörler, (gazeteciler, tarihsel)
29/3	C. Küçük	Aydın Doğan'ı bir ben yazmadım	-/K	Aktörler (Doğan m., tarihsel)
2/4	C. Küçük	Doğan medyanın satışında pürüz var mı?	-/A	Satış, yayın politikası
9/4	C. Küçük	17-25 Aralık'ın ve 28 Şubat'ın medya destekçileri yakında yargılanıyor!	-/A	Aktörler, tarihsel (Doğan m.)
10/4	F. Uğur	28 Şubat'ın medya ayağında geri sayım başladı	-/A	Aktörler (Doğan m., tarihsel)

Doğan Medya'nın yönetimi, gazeteciler ve söylemleri, tutarlılığı, dönemin siyasi ve ekonomik iktidarları ile ilişkileri geçmişe dönük bir söylemle yargılanmıştır. Medya grubunun siyasi ve ekonomik aktörlerle geçmişe dönük ilişkileri çerçevesinde ele alınan yazılarda medya tekelleşmesi, gazetecilerin özlük hakları, demokrasi gibi temalar kullanılmamıştır. Basın özgürlüğü söylemi açıkça reddedilmiştir.

Yeni Şafak ve Türkiye'nin kullandığı söylem düşmanca bir siyasal hesaplaşma, açık ve Doğan'a yönelik şiddetli bir ideolojik olumsuzluk içermektedir. Tablo 7'de Yeni Şafak'ta farklı isimler tarafından açık olumsuz bir söylemin yaygın olduğu görülmektedir. Yeni Şafak konuyu siyasi ve finansal çerçevede ele almış, açık ve olumsuz bir ideolojik tutum sergilemiştir.

Tablo 7. Yeni Şafak Gazetesi köşe yazıları

Tarih	Yazar	Başlık	Söylem	Çerçeve
23/3	T. Korkmaz	"Yurttaş Doğan" gidiyor!	-/A	Aktörler (Doğan, tarihsel)
23/3	K.Öztürk	Medyanın geleceği ne olacak?	-/A	Satış(bilişim)
25/3	H. Öztürk	Aydın Doğan: 'Kör öldü badem gözlü oldu'	+/A	Aktörler (Doğan, tarihsel)
27/3	T.Korkmaz	Kes, tıraşı...	-/A	Aktörler (Doğan, tarihsel)
30/3	T. Korkmaz	Bu Gazete" kimin?	-/A	Aktörler (Doğan, tarihsel)

Tablo 8'de görüldüğü üzere olayı olumsuz söylemle yansıtan Evrensel Gazetesi ise demokrasi, basın çalışanlarının hakları, gazetecilik etiği, medya mülkiyet ilişkilerine iktidar müdahalesi, tekelleşme ve kamu kaynaklarının kullanımı gibi çerçevelerde ele alarak en geniş perspektifle ele almıştır. Olayın ardışık tarihlerde gündeme taşınması, gündem yaratma gayretini ortaya koymakta ve bağlamın önemini arttırmaktadır. Bununla birlikte hem iktidara hem de medya satın almasında rol oynayan aktörlere karşı açık ve olumsuz bir söylemi vardır. Evrensel, diğer muhalif yayın olan Cumhuriyet'ten farklı olarak kişisel olarak Aydın Doğan'ı da olumlu konumlandırmamıştır.

Tablo 8. Evrensel Gazetesi köşe yazıları

Tarih	Yazar	Başlık	Söylem	Çerçeve
23/3	A. Gümüş	Okul ve medyanın ele geçirilmesi ve savaş borazanlığının anlamı	-/A	İktidar ve tekelleşme
23/3	E.Arsan	İmam nikahı resmi nikaha dönüştü	-/A	Aktörler(tarihsel, iktidar)
23/3	F. Polat	Doğan medya grubunun satılması ne anlama geliyor	-/K	Devir, iktidar, gazetecilik, demokrasi
24/3	E. İmren	Kuvvetler Tek Elde Toplanırken Medya	-/ A	Tekelleşme (tarihsel, iktidar)
24/3	İ.Çaralan	Tek parti tek adam rejimi' için 'tek ses'li medya!	-/ A	Satış, hür basın
25/3	C.Sözeri	Doğan Grubu'nun satışına dair akla takılan sorular	-/ A	Satış (iktidar ve tekelleşme)
29/3	S. Karaca	Onlar tek, Biz çokuz artık!	-/ A	Satış (tarihsel, iktidar)
30/3	E.Erşan	Dumanla haberleşmeye hazırlanın	-/ A	İktidar ve tekelleşme
30/3	İ.Çaralan	Medya özgürlüğü için dayanışma ve ortak mücadele!	-/ A	Satış, hür basın)
1/4	C. Sözeri	Muhalefetin seçimi: Metal yorgunluğu mu, ifade özgürlüğü mü?	-/ A	Satış, gündem

Konuyu en çok gündemde tutan diğer bir gazete de Cumhuriyet'tir. Olaya en fazla yazar tarafından, en fazla köşe yazısı ve haber çerçevesi ve söylem yönü çeşitliliği ile yer verilmiştir. Tablo 9'da konunun farklı yazarlar tarafından sıklıkla ardışık tarihlerde ve olumsuz söylemlerle ele alındığı görülmektedir. Olumsuz ifadelerin yanısıra Doğan'ın aklanması çerçevesi oluşturulmuş; satış ve medya devri, kişiselleştirme ve genelleme stratejileriyle Doğan'a yönelik olumlu söylemler de kullanılmıştır. Ancak konu sağ muhafazakar yazarlarca bir siyasal hesaplaşma olarak gündeme taşınırken Cumhuriyet süreci tekelleşme, iktidarın medyaya müdahalesi ve gazeteci Aydın Doğan'ın mağduriyeti söylemiyle yansıtmıştır. Olay süreç boyunca gündemde tutulmuştur (Tablo: 9). Konuyu demokrasi ve gazetecilik çerçevelerinde ele alan yazarlarda da kapalı bir ifade ve olumsuz söylem yaygındır. Doğan Medya'nın geçmişte başarılı işlere imza attığı ve satışa mecbur bırakıldığına, yasal ve etik olmayan bir satış işlemi yapıldığı, kamu kaynaklarının usulsüz kullanıldığı çerçeveleri kullanılmıştır.

Tablo 9. Cumhuriyet Gazetesi köşe yazıları

Tarih	Yazar	Başlık	Söylem	Çerçeve
22/3	T. Atay	Esas duruş' medyanın esası oldu!	-/ A	satış (medya özgürlüğü)
22/3	C. .Sözeri	Demirören zarardaki gazeteleri satabilir! En zayıf halka Vatan	-/K	Aktörler (tarihsel, iktidar)
23/3	M. Söğüt	Satılmış Basın	-/K	Gazetecilik, demokrasi
23/3	G. Öz	Kim karışır patrona	-/K	Demokrasi, baskı
23/3	Ö. Yüzüak	Gazetecilik...Satış mı yoksa bitiş mi?	-/K	Aktörler(gazetecilik), tekelleşme
23/3	C. Sözeri	Anaakım medyanın bitişi demek	-/ A	Aktörler (tarihsel, iktidar)
23/3	K. Gürsel	Doğan Grubu'nun imhası, ana akım medyanın sonu	-/ A	Demokrasi, gazetecilik
25/3	E.Kongar	Zombileşme!	-/ A	Demokrasi
25/3	A. Tan	Külliyet mi yoksa...	-/ A	Yayın politikası
26/3	O.Bursalı	İktidarın medya ile savaşı neden ve niçin başlamıştı?	-/ A	Aktörler (tarihsel, iktidar)

TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışmada Türkiye'nin ulusal ana akım geleneksel haber medyasını temsilen incelenen günlük altı gazete ideolojik yörüngelerine ve mevcut siyasi iktidar karşısındaki konumuna göre kategorize edilmiştir (Duruoğlu, 2007; Küçüksakarya, 2020; Wodak, 2015). İncelenen medya devrine konu olan Hürriyet ve Milliyet merkez pozisyonundadır. Liberal muhafazakar Haber Türk ve Sabah gazeteleri merkezin sağında konumlandırılmıştır. İslami muhafazakar olarak tanımlanan Türkiye ve Yeni Şafak ortanın sağında yer almaktadır. Ana akım muhalif gazeteler Evrensel ve Cumhuriyet merkezin solunda konumlandırılmıştır. Medya devri Türk basınında ağırlıklı olarak finansal bağlamda ele alınmıştır. Haberi istihdam, tekelleşme ve devir işleminde yolsuzluk gibi farklı çerçevelerden ele alan iki gazete muhalif kanadı temsil eden Cumhuriyet ve Evrensel olmuştur. Devir işlemine ilişkin en çok haber yapan gazeteler sırasıyla Hürriyet, Cumhuriyet ve Milliyet'tir. Habere kapaktan en çok yer veren, devri yapılan gazeteler Hürriyet ve Milliyet'tir. 22 Mart Cumhuriyet, 23 Mart ve 10 Nisan'da Milliyet ve Hürriyet, 24 Mart Hürriyet kapaklarında manşet, sürmanşet veya haberi içeren sütun kullanımı sayfanın yüzde yirmisinden fazla olması haber hacmi ile sıklığının tutarlılığın göstermiştir.

Köşe yazıları ile haberlerin nitel ve nicel özellikleri uyumlu değildir. Yüksek haber hacmine ve olumlu söyleme sahip olan Hürriyet ve Milliyet en az köşe yazısını yayınlayan gazetelerdir. Köşe yazısı sayısı ve haber sayısı arasında olumsuz ilişki olan diğer gazete ise en açık olumsuz, siyasal hesaplaşma söylemini kutuplaştırıcı bir ifadeyle kullanan Türkiye'dir. Haber sayısı düşük ancak köşe yazısı fazla olan İslami ve liberal gazetelerden farklı olarak Doğan'ı kahramanlaştıran merkez sağın tutumu ise olumludur. Köşe yazıları ve haberlerin uyumsuzluğu bize yönetim ve yazar kadro arasında kutuplu bir yapıyı ve basın üzerindeki baskıyı işaret etmektedir. Bir başka ifadeyle olumsuz söylemler gazeteyle mal edilmeyerek, köşe yazarının yorumu olarak yer bulmaktadır.

Haberciliğin doğası gereği, konu hangi bağlamda ele alınırsa alınsın, arka plandaki soruların sorulmaması, araştırma yapılmaması trajik bir durumdur (Erdoğan, 2005). Medyanın ekonomi politikası yazınında ifade edildiği üzere bu çalışma da bir kez daha göstermektedir ki, medyanın merkezleştirilmiş mülkiyet ilişkileri; kamuoyunu bilgilendirme işlevi olan haberlerin popülist çerçevelerde bağlamsallaştırılmasına, gizlenmesine ve manipüle edilmesine neden olmaktadır. Doğan Medya'nın satışı ile belirginleşen merkezleşme ve tekelci eğilimi görmezden gelen ana akım söyleminin medyada hiçbir şeyin değişmeyeceğini ve, hiçbir şeyin değiştirilemeyeceğini mesajını verdiği görülmüştür. Üstelik bu satın almayla hızla yaklaşan medyada tek sesliliğin tehlikesi, muhalif kanat dışında vurgulanmamış, eleştiriler ise genel olarak durum tespitinden öteye gitmemiştir. Medyada tekelleşen yapı, söz konusu haberlerde de gönderme yapıldığı üzere; iktidarın doğrudan baskısı ile demokrasiyi görünmez hale getirecektir. Demirören Medya'nın yayın, yönetim ve istihdam politikaları kısa sürede göstermiştir ki, medyada merkezleşme, basın özgürlüğüne engeldir. Havuz medyası uygulaması iktidarın talepleri doğrultusunda gündem yaratmak ve tamamen uyumlu ve destekleyici söylemin hakimiyeti ile basında anti-demokratik ortamın yeniden üretimine yol açacaktır.

Medyanın merkezleştirilerek siyasi iktidarın sözcüsü haline getirildiği süreçte ifade özgürlüğü ve bağımsız haberciliğin sürdürülebilmesi için tedbir almak zaruri hale gelmiştir. Ana akımda siyasal ve ekonomik baskıya maruz kalan eleştirel içerikler desteklenmeli ve habercilik olanakları geliştirilmelidir. Medyada totaliter ve tekelci gidişata karşı geniş katımlı mesleki ve sosyal örgütlenme sağlanmalıdır. Geleneksel medya araçlarını da içeren yeni medyanın sağladığı olanaklar basın özgürlüğü için değerlendirilmelidir. Yazık ki haber çerçevesi ve söylem çeşitliliği bakımından daha demokratik görünen yeni medya da merkezleşmeden etkilenecek havuz haber ajansı uygulamasının yerleşmesine ve habercilerin yanı sıra basın fotoğrafçıların ve tasarımcıların emeğinin de sömürülmesine ve rekabetçi çalışma koşullarına yol açarak atipik istihdamın hızla yaygınlaşmasına yol açacaktır. Bu nedenle havuz medyasının suistimaline karşı kapsayıcı bir telif hakları çalışması yapılmalıdır. Medya içeriği üreticilerinin dayanışması sağlanmalı ve alternatif platformlar kurulmalıdır. Teknolojik dönüşüm bağlamında drone haberciliği, giyilebilir donanım ve hologram gibi yeni medyalar öngörülerek disiplinler arası çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve Medya: Dünya'da ve Türkiye'de Medya Endüstrisinin Dönüşümü. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67-84.
- Bulunmaz, B. (2011). Holdingleşme Ekseninde Türk Medyasında Tekelleşme Sorunu-The Monopolization Problem in Turkish Media On The Axis Of Conglomerate. *Öneri Dergisi*, 9(36), 237-246
- Duruoğlu, T. (2007). Haber yapmada ideoloji etkeni: 11 Eylül olayı üzerine bir inceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi* .25, s.1-42.
- Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2005). Öteki Kuram. Ankara: Erk. s.142-153.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95, 1-37.
- Garnham, N. (1990). *Capitalism And Communication: Global Culture And The Economics of Information*, s. 1-19.
- Karlı, B. (2007). Türk basınında egemenleşmenin istihdam politikalarına etkisi: Doğan holding örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği).
- Kadıoğlu, Z. K. (2018). Türkiye'de medya sahipliği ekseninde mülkiyet yapılarındaki değişimin kronolojik analizi (1950-2010). *İnsan ve İnsan*, 5(16), 100-120.
- Keskin, Z. (2001). Türkiye'de Basın İşletmelerinin Televizyon Yayıncılığı Alanındaki Faaliyetleri ve Doğan Medya Grubu Örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği).
- Küçüksakarya, E. (2020). Habertürk ve Yeni Akit Gazetelerinde Yükleme Stratejileri: Söylem-Tarihsel Yöntem Temelli Bir İnceleme, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2020 güz -02-(45-54)
- Olkun, E. O., (2013) Türkiye'de medya sahiplik yapısındaki değişim: Milliyet ve Vatan Gazeteleri Örneği. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Gazetecilik Bilim Dalı).
- Mosco, V. (2009). *The Political Economy of Communication*. Sage. 27 Mayıs Pazar tarihinde https://books.google.com.tr/books/about/The_Political_Economy_of_Communication.html?id=V57yrDMAO9oC&redir_esc=y adresinden erişildi.
- Murdock, G. (1982). *Large Corporations and the Control of the Communications Industries. Culture, Society and the Media*. İçinde Kitle İletişiminin Ekonomi Politikası Çeviren: Yaylagül. Ankara: Dalbaz Yayıncılık.
- Sönmez, M. (2014). Dünden Bugüne Türkiye'de Medyanın Ekonomi Politikası. İçinde: Çoban, S., Arsan, E., Medya ve İktidar: Hegemonya, Statüko, Direniş. İstanbul: Evrensel.
- Temüroğlu, Ş. K. (2019). Türk basınında enerji ihaleleri (2000-2017) (Order No. 28243091). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2477267418). Retrieved from <http://lproxy.yeditepe.edu.tr/loginurl=https://www.proquest.com/dissertations-theses/türk-basınında-enerji-ihaleleri-2000-2017/docview/2477267418/se-2?accountid=17381>.
- Topuz, H. (2003). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi.(2. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi
- Van Dijk, T.V., (2003). Söylem ve İdeoloji (Ed.) Çoban, B., Özarslan, Z., İstanbul: Su Yayıncılık. s.13-109.
- Wodak, R. (2013). *Critical Discourse Analysis*. London, UK: Sage.
- Wodak, R. (2015). *The politics of fear: What right-wing populist discourses mean*. Sage.