

24 OCAK KARARLARI VE 12 EYLÜL ASKERİ DARBESİNİN BASINA OLAN ETKİLERİ: MİLLİYET GAZETESİ ÖRNEĞİ

*Sinan BARAN**

24 Ocak Kararları ve devamında gerçekleşen 12 Eylül 1980 Askeri Darbesi sonucunda basın alanında köklü değişiklikler olmuştur. Liberal ekonomiye geçiş küresel manada basın sektörünün birleşmesine yol açmış, askeri darbe de ülke genelinde fikir gazeteciliğinin kısıtlanmasına ve birçok siyasi içerikle çıkan gazetelerin kapanmasına sebep olmuştur. Böyle bir ortamda basının geleneksel sahiplik yapısının değişmesiyle kalınmamış, aynı zamanda değişen sahiplik yapısıyla ve kâr odaklı anlayış ile gazetelerin içeriklerinde çeşitli değişikliklerin ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacını yıllara göre Milliyet Gazetesinin değişim ve dönüşümünü nicel verilerle ortaya çıkarmak oluşturmaktadır. Çalışmada “Magazinsel İçerik, Manşette ve Sürmanşette Siyasi İçerik, Bağlamsızlaştırma, Siyasi İçerikli Fotoğraf ve Karikatür” unsurları içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: 24 Ocak Kararları, 1980 Darbesi, Milliyet Gazetesi, Magazinleşme, Tekelleşme.

* Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, sinan.brn@hotmail.com

24 January Decisions And The 12 September Military Coup's Effects On Press: Milliyet Newspaper Sample

As a result of the 24 January Decisions and the 12 September 1980 Military Coup, there have been radical changes in the media. The transition to the liberal economy has led to the unification of the press sector on a global scale, and the military coup has led to the restriction of opinion journalism throughout the country and the closure of many political newspaper. In such an atmosphere, it has been observed that not only the traditional ownership structure of the press has changed but also at the same time various changes have occurred in the contents of the newspapers with changing ownership structure and profit-oriented understanding. The purpose of working in this context is to reveal the change and transformation of the Milliyet newspaper according to years in quantitative datas. In the study, the elements of "Magazin Content, Headline and Subhead Political Content, Decontextualization, Photography With Political Content and Caricature" were analyzed by content analysis method.

Key Words: Decisions of 24 January, 1980 Coup, Milliyet Newspaper, Magazinization, Monopolization.

Giriş

Kitle iletişim araçlarının, toplumun siyasal yönden olgunlaşmasında, demokratik davranışı ve temel hakları içselleştirerek karar verme sürecinde, doğru etkilenmesinde önemli bir anlamı vardır. Kitle iletişim araçlarının varlığı insanların hak ve özgürlükleri açısından çok önemlidir (Fichter, 2006: 79). Fakat 24 Ocak Kararlarıyla serbest piyasa ekonomisine geçen Türkiye’de medya, adeta dar bir boğaza girmiştir. Devletin medyaya yönelik sübvansiyonları kaldırması medyaya ekonomik buhran yaşatmıştır. Ekonomik sıkıntıdan kurtulmak isteyen medya, tiraj arayışına girmiş bunun sonucunda da gazetecilik pratiklerinden uzaklaşarak içeriği boşaltılmış haberlerin dolaşımı sağlanmıştır. Özellikle 12 Eylül Askeri Darbesinden sonra birçok gazete kapatılmış, kalanların ise siyasi içerikli haber yapmaları engellenmiştir. Böyle bir ortamda fikir körleşmesi yaşayan gazeteler, çok satmak için magazinsel haberlerle okuyucularının karşısına daha sık çıkar olmuştur.

Nitekim dönemin Demirel hükümetinin Devlet Planlama Teşkilatı müsteşarı Turgut Özal marifetiyle planlayıp uygulamaya koyduğu 24 Ocak 1980 Kararlarının da böylesi bir değişim ve dönüşüme yol açar nitelikte olduğu dikkatten kaçırılmamalıdır. Özellikle yıllardan beri sürdürülen gümrük duvarlarını yükselten korumacı ve ithal ikameci ekonomi anlayışı, 24 Ocak Kararları ile terk edilmiş, yerine kapitalist batı dünyası ile tam entegrasyonun başlangıç adımı olan ve neo-liberal bir yaklaşım modelini öneren önlemler gündeme gelmiştir. Bu açıdan bakıldığında 24 Ocak 1980 Kararları, Türkiye’de yalnızca ekonomik algılama ve sistematiğe değil aynı zamanda toplumsal ve dolayısıyla diğer alanlarda da önemli değişim ve dönüşümlerin ortaya çıkışını sağlayan önlemler olarak anlaşılmalı ve görülmelidir (Özgen, 2011: 467). 24 Ocak Kararları özellikle yazılı basını ekonomik sıkıntıya sokmuştur. Bunun en önemli sebeplerinden birisi, 24 Ocak Kararlarını müteakiben kâğıda yapılan zamdır. 24 Ocak 1980’e kadar gazete kâğıdı basına, devlet tarafından büyük sübvansiyonla verilmekteyken, 25 Ocak’ta Demirel hükümeti tarafından fiyat artışına tabii tutulmuştur. Hükümet kâğıdın fiyatını 41 liraya çıkarınca, basın ve yayıncılık dünyası ekonomik sıkıntıya düşmüştür. Gazetelerin kâğıdı serbest piyasa fiyatı üzerinden alma zorunluluğu karşısında umutlar reklama bağlanmıştır. Ayakta kalabilmenin bir diğer şartı da büyük sermaye sahibi grupların desteğini alabilmekten geçmiştir. Daha önceki dönemlerde kişisel birikimlerle dergi çıkarmak mümkünken, bu artık imkânsız hale gelmiştir. 1980’den itibaren basındaki reklamlara harcanan pay artış göstermiştir (Dündar, 2016: 129). Basın ya da daha genel anlamda belirtmek gerekirse medya da bu gelişmeden doğrudan etkilenmiş, sonuçta 1980 sonrasında medya, toplumsal sorumluluklarından arınmış ve Neo-liberal pazar ekonomisinin gereklerine uygun biçimde

sadece satış rakamlarını düşünen ve tıpkı plastik eşya üretimi yapan ya da konfeksiyon giyim eşyası üreten sıradan bir ticari kuruluş haline gelmiştir (Özgen, 2011: 468).

1970'lerden itibaren değişen, yalnızca devletin müdahale biçimidir. Kapitalist sistemde devlet ile piyasa, birbirine kopmaz biçimde bağlıdır ve piyasanın kendi kendini düzenleme yeteneğinin bulunmaması yüzünden 'düzenleme', bir başka deyişle devlet müdahalesi kaçınılmazdır. Serbest piyasa söylemi ise kaçınılmaz olarak devlet müdahalesine gereksinim duyan sermaye sınıfına ideolojik destek sağlayan bir mite dönüşmüştür (Adaklı, 2006: 39).

1979'da Aydın Doğan'ın Milliyet Gazetesini satın almasıyla başlayan ve 1988'de Asil Nadir'in Türkiye'de bazı basın ve yayım kuruluşlarını almasıyla ivme kazanan basın dışı sermayenin Türk basınında yer alması ile ilgili oluşum ve aile tipi basın işletmesinden, finans-kapitali dışarıdan sağlanan basın kuruluşlarına geçiş modeli, döneme damgasını vuran en önemli olaylardı. 1980'li yılların sonuna gelindiğinde artık basın kuruluşları, "tüketici" ya da "müşteri" odaklı çalışmaya başlamışlar, kitle gazeteciliği anlayışı ön plana çıkmış ve gazetelerde haber merkezlerinin yanı sıra reklam ve pazarlama departmanları da önemli ölçüde yönetimde ağırlıklarını hissettirir hale gelmişlerdi. Böylesi bir oluşumda elbette ve kaçınılmaz biçimde, dünya konjonktüründeki gelişmelerin yanında, 12 Eylül olgusunun ve Turgut Özal'ın uygulamaya koyduğu sosyo-ekonomik politikaların da tartışmasız katkısı bulunmaktaydı (Özgen, 2011: 7). Milliyet Gazetesi 1979 yılında Abdi İpekçi'nin suikast sonucu öldürülmesi sonrası Aydın Doğan tarafından satın alınmıştır. Milliyet Gazetesi satın alındıktan sonra devamında gelen siyasi ve ekonomik olaylar, şüphesiz diğer gazetelerde olduğu gibi Milliyet Gazetesinde de içerik bakımından değişiklikleri beraberinde getirmiştir. Bu değişikliklere neden olan toplumsal olaylar, ekonomide yenilikler, siyasi hareketlilikler ve daha sonra gerçekleşen 1980 Askeri Darbesi basını hem içerik olarak hem de sahiplik yapısı bakımından etkilemiştir. Bu suretle çalışmada 1980 yılı Mayıs ayı ele alınmış ve yirmi yıl sonrasında aynı gazetenin yapısı incelenmiştir. 2000 yılına gelindiğinde ise postmodernizmin tüm yönleriyle hayata sirayet etmesi ve yeni bir mecra olarak internet gazeteciliğinin geleneksel basına alternatif olması neticesinde farklı bir ortam ortaya çıkmıştır. Yeni yüzyılın bu farklılığını ortaya koymak bakımından çalışmada yirmi yıllık süreç yeterli görülmüştür. Bu çalışmada da bu farklılıklar, Milliyet gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayı ve 2000 yılı Mayıs ayı birinci sayfaları dikkate alınarak içerik analiziyle ortaya konulmuştur.

1980 ve 2000 Yılları Arasında Türk Basının Genel Durumu

1980 yılına yaklaşıldığında dünya ekonomisi ve siyasetindeki gelişmeler de pek iç açıcı değildi. Petrol fiyatları son 10 yılda ciddi manada artış kaydetmiş, ülkeler henüz o günlere kadar adı bile bilinmeyen stagflasyonla karşı karşıya kalmanın vermiş olduğu sıkıntılarla mücadele etmekteydi. Bu bakımdan 1980- 1989 dönemi belki de ülkenin en zorlu, siyasi sorumluluğun alınabileceği en riskli dönemlerden biriydi (Ünal, 2015: 20). 12 Eylül 1980 tarihinde gerçekleşen ve Türk siyasi hayatının dönüm noktalarından biri olarak anılan ve demokrasinin kesintiye uğradığı bu süreçte, basının haber verme ve kamuoyunun da haber alma hakkı ciddi şekilde zedelenmiştir. 12 Eylül yönetimi ilk günden itibaren basına getirdiği kısıtlamalar, cezalar, yaptırımlar ve sansür uygulamalarıyla özgür ve bağımsız bir basın olgusunu ortadan kaldırmıştır. Basın üzerinden darbeyi ve darbe yönetiminin icraatlarını meşrulaştırma amacı güden 12 Eylül rejimi bu hedefe ulaşmak için basını baskı altına almıştır (Dündar, 2016: 128). 12 Eylül rejimi, basını ve basında yer alan içerikleri biçimlendirmeye çalışmıştır. 12 Eylül yönetimi, basına yönelik baskıcı bir tavır sergilemiş, sansür uygulamalarından kaçınmamış ve basını çeşitli ceza ve yaptırımlara maruz bırakmıştır. Bu nedenle 12 Eylül dönemi Türk basın tarihinin en karanlık ve zorlu dönemlerinden biri olarak adlandırılmaktadır. 12 Eylül rejiminin basına yönelik baskıcı uygulamaları sonucu Türk basının işleyişi ve içerik seçimlerinde köklü değişimler yaşanmıştır (Dündar, 2016: 125). Medya ve özellikle dönemin hâkim medya aracı olan gazeteler ve haliyle gazeteciler için de operasyonlar yapılmış, bu operasyonlar çerçevesinde 400 gazeteci için toplam 4 bin yıl hapis cezası istenmiş, gazetecilere 3 bin 315 yıl 6 ay hapis cezası verilmiştir. Yine aynı dönemde 300 gazeteci saldırıya uğramış, bunlar arasından 3 tanesi öldürülmüştür. Söz konusu ortamda 300 gün boyunca yayın yapılamamış, 39 ton gazete ve dergi ise imha edilmiştir. 13 büyük gazete için toplamda 303 dava açılmıştır (Yüksel, 2011). Böyle bir hava içerisinde hem toplum hem basın sektörü hem de basının içerik ve sahiplik yapısı bozulmuştur.

1950'lere kadar basında, devlet denetiminin egemen olduğu bir dönem yaşanmıştır. 1950'den sonra, özellikle 1970-1980 arası basının şirketleştiği görülmektedir. Bu dönem, teknolojik yatırımın arttığı ve gazetecilikten para kazanmanın yaşandığı bir dönem olarak nitelendirilebilir. Medya patronları bu dönemde yayın faaliyetinden biriktirdikleri sermaye ile basın dışında ticari girişimlere yönelmişlerdir (Uzun, 2008: 52). 1980 sonrasında yeniden demokratik hayata geçilmesiyle Türk basınındaki en önemli gelişme, 80 öncesinde başlayan fakat daha sonra hızlanan basın dışı sermayenin sektöre girmesi ve tekelleşmedir (Tokgöz 1991-1992'den Akt: Taşdemir, 2005: 174). Hürriyet, Sabah ve Milliyet basın alanında diğer yayınlarıyla tekel haline gelmişlerdir. Basın kuruluşlarının holdinglere bağlı olması 1980

sonrası basın dışı olaylara basının alet edilmesi gibi bir sorun ortaya çıkarmıştır (Taşdemir, 2005: 175). 20. yüzyıl içinde, medya endüstrilerinin medya tekelleri şeklinde dönüşmek için birleşmelerinin ve kaynaşmalarının önemli bir olgu olarak sürekli dile getirildiğini söylemek yanlış olmaz. 21. yüzyılda da bu olgunun süreceği su götürmez (Tokgöz, 2015: 35) bir gerçek olarak durmaktadır. 1980 öncesinde basın sektöründe hâkim olan sermaye grupları bir yandan medyanın farklı sektörlerine yayılırken, diğer yandan özellikle kamu ihaleleri yoluyla medya dışı alanlarda da hakim olmaya başlamıştır. Buna paralel olarak, 80 öncesinde basın sektöründe yer almayan bazı büyük sermaye grupları da giderek kâr beklentisi yükselen “medya” sektörünün oluşumunda aktif roller üstlenmiş ve nihayetinde bu alan tamamıyla büyük sermayenin oyun sahasına dönüştürülmüştür (Adaklı, 2010: 68).

Basının özgür olması ve objektif yayın yapabilmesi demokratik yönetimlerde var olması gereken bir durumdur. Ancak bu durum çeşitli sebeplerle sekteye uğramaktadır (Taşdemir, 2005: 173). Basın kuruluşlarının tekelleşmesi bu sebeplerden birisidir. Zira tekelleşmeyle birlikte gazeteciliğin yapısında köklü değişiklikler gözlemlenebilmektedir. Bu değişiklikler arasında en dikkat çekici ve önemli unsur medya sahipliğindeki değişimdir. Medya sahipliklerinin geleneksel yapısı bozulmuş, adeta kadim medya geleneği sona ermiştir. Geçmişteki medya kuruluşlarının aile medya sistemi, özellikle 1980’li yıllarda basın alanıyla doğrudan alakası olmayan büyük şirket veya holding sahiplerinin eline geçmeye başlamıştır. Bunun en bariz örneğini ise Milliyet gazetesi oluşturmaktadır. Diğer gazete ve görsel işitsel basın kuruluşlarının da benzer şekilde sermaye odağında toplanması sonucu medya/basın alanında tekelleşmeleri hızlandırmıştır. Özellikle gazetelerin tirajlarını arttırmak için çeşitli düzenlemeler yapılmış, bunun sonucunda da geleneksel basının içeriğinde değişikliklere gidilmiştir. Bütün bunların sonucunda gazetelerin asli görevlerinden olan bazı içeriklerde yıllara göre değişiklikler rahatlıkla gözlenebilir olmuştur.

Türkiye’de basında tekelleşme için dönüm noktası 1980’li yıllar oldu denilebilir. Bir yandan birikimlerini yapan medya kuruluşları, diğer yandan medyayı silah olarak kullanma gücüne göz koyan holdingler, medya sektörüne girerek pazar savaşını kızıştırdı. 12 Eylül 1980 Askeri Darbesinin ardından siyasal partilerin kapatılması, siyasetin askıya alınmasıyla medyanın konumunda önemli bir değişiklik oldu (Tokgöz, 2015: 48) ve böylesi bir yoğunlaşma ve çeşitlenme süreci içerik düzleminde bir patlamaya sahne olsa da görünen çeşitlilik, birbirinin benzeri ürünlerden ibaret kalmış, 24 saat habercilik yaklaşımı ile birlikte haber dâhil bütün türlerde eğlence ögesi hakim kılınmıştır (Adaklı, 2010: 69). Gerek 12 Eylül yönetimin basına yönelik sansür uygulamaları, gerekse gazetecilerin uyguladığı oto sansür, basının işlevini yerine getirmesine engel olmuştur. Darbe sonrasında, basın iç politika haberlerinden kaçındığı

için, magazin konulu içerikler popüler olmuş, (Dündar, 2016: 125) böylece büyük sermayeye dayanan medya, magazin programlarının ve haberciliğinin de gelişmesine yol açmış, bu da bir kültür yozlaşmasına neden olmuştur (Topuz, 2012: 347).

1990'lı yıllarda ise medya patronlarının artık işletmelerini endüstri kompleksi haline dönüştürdüklerini görmekteyiz. Gazete, dergi, kitap, radyo, televizyon gibi farklı medya işletmeleri, bankalarıyla birlikte farklı endüstri ve hizmet şirketlerini çalıştıran holdinglere dönüştü. Medya sektörüne inanılmaz yeni teknoloji girişi olurken, ölçekler büyüdü, yatay dikey birleşmelerle ürün çeşitlenmesine gidildi. Pazarlama ve dağıtım örgütleri yeniden yapılandırıldı. Reklam pastasından en büyük dilimi kapma mücadelesi kızıştı. Asıl önemli olan, medya sektörü “tebdil-i mekânda ferahlık vardır” diyerek Özal’ın yaptığı tahsislerle, Babıali’den İkitelli veya Güneşli’ de yaptırdıkları “medya plaza” veya “medya center”a taşındı (Tokgöz, 2015: 49). 90'larda meydana gelen değişim ve yenilik hız olarak 80'lerde yaşanan hız ve gelişmelerin çok daha ötesinde gerçekleşmiştir. Kanadalı iletişim bilimci-sosyolog Marshall Mc Luhan'ın deyişiyle dünya “Global bir köy” haline gelmiştir. Değişim baş döndürücü bir hız kazanmıştır. Ulusal sınırlar harita üzerinde kalmış ve global dünyanın katı kuralları dünyanın pek çok yerinde geçerli hale gelmiştir (Toruk, 2005: 494). Türkiye’de 1989 yılı itibarıyla Türk medyasının özel TV ve Radyo yayıncılığına kavuşması TRT'nin tekeli kırılmıştır. Fakat bu kırılma başka kırılmaları da beraberinde getirmiştir. Medya kuruluşlarının gelir omurgasını oluşturan reklamlar, medya sektöründe alabildiğince rekabetçi ve çekişmeli olan süreci hızlandırmıştır. Bundan geleneksel gazeteler de payını almışlardır. Medyanın gücü daha iyi anlaşılmiş ve büyük sermaye sahipleri özel medya kuruluşlarını bir bir ellerine geçirmeye başlamışlardır.

Bu döneme Milliyet gazetesinin sahibi olarak giren işadamı Aydın Doğan en büyük rakibi Hürriyet gazetesini 1994 yılında satın alarak medyada iki önemli gazetenin birden sahibi olmuştur. Bu grubun karşısında ise en önemli rakip olarak Sabah gazetesinin sahibi Dinç Bilgin bulunuyordu. Bu iki grup kimi zaman anlaşarak gazete dağıtımını ve ortak reklam pazarlama şirketleri kurarak işbirliği yapmış, kimi zamanda birbirleriyle büyük çekişme ve kavga içine girmişlerdir (Toruk, 2005: 503). Bu çekişmeli rekabet ortamından en büyük zararı yine halk ve gazeteciliğin kendisi görmüştür.

24 Ocak kararları ve akabinde gelişen 12 Eylül Askeri Darbesi, medya sektöründe yeni bir kapı aralamıştır. Bu aralık en çok gazetelerde görülmektedir. Çünkü 1990'a kadar ne özel televizyon ne de özel radyo yayıncılığı vardı. Ülkemizde ilk özel gazetenin (*Tercüman-ı Ahval*) çıkması ve 1980 yılı arasında tam 120 yıl vardır. Bu zaman dilimi esnasında Türk gazetecilik pratiğinin omurgası oluşmuştur. Fakat 24 Ocak Kararları ve sonrasında vuku bulan askeri darbe

neticesinde, gazetelerin hem içerikleri hem de sahiplik yapıları başta olmak üzere pek çok unsur değişmiştir.

1980 sonrası dönem, gazetelerin kapatılma sıklığı ve gazetecilerin mesleklerinden men edilerek hapse düşmelerinin tedirginliği ile birlikte gelişen toplumsal içerikli mesajlar vermekten uzak, magazin haberleri peşinde koşan, halkın sözcülüğünü yapmaktan vazgeçmiş bir medya olgusunu ülke gündeminin tam ortasına getirip oturtmuştur. Basın, bu dönemde özellikle askeri iktidar baskısı altında ‘magazinleşme’ olgusunu yaşamış, dolayısıyla toplumsal muhalefetin basın yoluyla sesini duyurmasının önü kesilmiştir (Gezgin, 2004: 10). Serbest ekonomi anlayışı gazetelerin tek elde toplanmasının/dolaşmasının yolunu açmış, askeri darbe ise toplumu apolitik bir hale sokarak fikir gazeteciliğinden insanları soyutlamıştır. Bunun neticesinde zamanla magazinselleşme, sansasyonel içerikler, bağlamsızlaştırma ve siyaset dışı içerikler olabildiğince artmıştır. Bununla birlikte Türk gazetecilik tarihinde karikatür olgusu önemli bir yere sahipken, gazetelerdeki değişim ve dönüşüm sonrasında karikatürlerinde bu dönemde ciddi oranda kaybolduğu görülmüştür. Dolayısıyla bu minvalde basın, halkın sesini duyurma ödevini yerine getirme konusunda ciddi sorunlar yaşamıştır.

Türk Basımında Magazinleşme Olgusu

Gazetecilik mesleğindeki en önemli değişim 1980’lerde medya sahiplik yapısının değişmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu dönemde, gelenekten gelen gazeteci aileler gazetelerini bu alana yatırım yapan farklı sektörlerden sermayedarlara bırakmıştır. Yeni yatırımcılar “şirket anlayışlarını” zamanla satın aldıkları gazetelere taşımışlardır. Bunun yanı sıra, 1980 darbesi sonrasında otoriter siyasi ikliminde, medyadaki ticarileşme sansasyona dayalı magazin haberciliğinin yükselmesiyle sonuçlanmıştır (Bek, 2004’ten Akt. Kurban ve Sözeri, 2012: 53). Bulvar veya diğer adıyla magazin gazeteciliği, günümüz gazeteciliğinde çok yaygın olarak görülen gazetecilik türüdür. Türkiye’de ve pek çok diğer ülkede magazin gazeteciliğinin örneklerine rastlamak olağandır. İnsanoğlunu bilgilendirmekten çok, hoşça vakit geçirmesini vurgulayan magazin gazetelerinin izleyicisi, fikir gazetelerine oranla çok daha fazladır. Her eğitim düzeyine hitap edebildiğinden, vakit geçirmek, oyalanmak için okunulur (Tokgöz, 1981: 138).

Magazin kavramı sansasyonel gazetecilik, tabloid ve bulvar gazeteciliğinin gelişmesine paralel olarak ABD’de ve Avrupa’da ortaya çıkmıştır. Türkiye’de Meşrutiyet’in ilanı sonrasında gelişen yayıncılıkta magazin de kendisine yer bulmuştur. Cumhuriyet’in ilanı sonrasında yazılı basında magazin kavramı kültür ve sanat temelli tabanlı gelişmiştir. Bu dönem ile beraber Türk sinemasının gelişmesi de magazin basınının güç kazanmasına katkıda

bulunmuştur. Türkiye’de magazin gelişmesi 1980 sonrasında hızlanmıştır. 12 Eylül rejiminin yarattığı sansürcü ve siyasi platform sonucunda pek çok basın işletmesi içeriklerini magazinleştirmiştir. 1980 yılından sonra basın işletmelerine verilen sübvansiyonun kaldırılması gazete ve dergilerin maliyetlerini arttırmış ve basında tiraj olgusunu ön plana getirmiştir. Tiraj odaklı gazete yayıncılığı magazin ağırlıklı haber yayıncılığının önünü açmıştır (Kuyucu, 2015: 448-449). Böylece toplum çıkarımı güden bir basından kâr amacı güden bir basının gelişmesi başlamıştır.

12 Eylül 1980 ihtilalinden sonraki dönemde basında magazinleşmenin ve yayıncılıkta sorumsuzluğun had safhaya ulaştığı bir dönem olmuştur. 12 Eylül darbesinin demokratik hak ve hürriyetleri sınırlayan tasarruflarından dolayı siyasi haber ve yazılarına büyük kısıtlamalar getirilen basın daha çok magazin haberlerine ağırlık vermiş, basında müstehcenlik furyası artmış ve masa başında resme göre hazırlanan haberler bu dönemde yaygınlaşmaya başlamıştır (Avşar ve Demir, 2005: 283). 1980’li yılların sonunda Türk basın dünyası büyük sermaye hareketinin manevra alanı haline gelince buradaki kurallar da büyük sermaye grupları tarafından belirlenmeye başlamış, sonuçta kapitalist yaklaşımın mantığına uygun olarak çok satanın değerli olduğu piyasa kuralı bu dönemde işlemiştir (Gezgin, 1999: 6). Bu minvalde Türkiye’de özellikle 1980 sonrası dönem kırılma noktasını oluşturmuştur. Askeri darbe neticesinde siyasi partiler ve birçok gazete kapatılmıştır. Toplumu apolitik düzeye indirme faaliyetleri için basın etkin bir biçimde kullanılmış ve netice olarak fikir gazeteciliğinin de önüne geçilmiştir. Böylece toplumun ciddi meseleler üzerinde kafa yorması engellenmiştir. Dolayısıyla basında magazinselleşme olabildiğince artmıştır. Basın alanındaki magazinsel içeriklerin bilinçli bir şekilde artması hem askeri darbe yönetimine hem de tekelleşme sonrasında kapitalist bir yaklaşımla kâr amacı güden medya sahiplerinin tiraj kaygılarına bağlanabilir.

Türk Basınında Tekelleşme / Yoğunlaşma (Birikim) Olgusu

Birikim (*concentration*), 19. yüzyılın başından itibaren endüstrileşmeyle birlikte var olan şirketlerin büyüyüp gelişmesi, küçük veya orta büyüklükte olanların ortadan kaybolması biçiminde ortaya çıkan bir olgudur. Basın sektöründeki birikim ve tekellerin (*monopolies*) oluşması, 19. yüzyılın son çeyreğinden itibaren ABD’de, daha sonra çeşitli Avrupa ülkelerinde kendini gösterdi. Günümüzde Birikim ve Tekellere medya sektörünün içinde yer alan yazılı, sözlü, görüntülü tüm medyada rastlamak olasıdır (Tokgöz, 2015: 33). Temeli 1980’li yıllarda atılan liberal politikalar, diğer alanlarda olduğu gibi habercilik sektörünü de önemli bir ölçüde biçimlendirmiş ve hatta 'Habercilik Sektörü' kavramını geliştirmiştir. Neo-liberal politikaların

önünün açıldığı 1980'li yıllarda, medyada tekelleşmeler, birleşmeler ve holdingleşmeler gerçekleşmiştir. Bu dönemlerde ABD'de şiddetlenen tekelleşme olgusu Avrupa ülkelerinde etkisini göstermiştir. Süreç, kısa bir zamanda Türk medyasında kendisini hissettirmiştir (Dursun, 2012: 3).

24 Ocak 1980 Kararları sonrasında gazete kâğıdına olan sübvansiyonların kaldırılması Türk basınında mali sorunların başlamasına neden olmuştur. Bu süreçte Türk basınına iş adamları yatırım yapmaya başlamış ve medyanın holdingleşmesinin ilk temelleri atılmıştır. Asil Nadir ile hızlanan medyanın holdingleşmesi ve basının büyük sermayeye bağımlılığı günümüze kadar gelmiş ve basın işletmelerini medya holdinglerine dönüştürmüştür. Medyada holdingleşme, beraberinde tekelleşme tartışmalarını alevlendirmiş ve basının hem nitelik hem de nicelik olarak küçülmesine sebep olmuştur. 1980'den sonra başlayan, 90'larda hızlanan ve 2000'li yıllarda somutlaşan medyanın holdingleşmesi ile beraber günümüzde yazılı basın birkaç büyük sermaye grubunun hâkimiyeti altında faaliyetlerini sürdürmektedir (Kuyucu, 2013: 19). Basında tekelleşme genel bir değerlendirme ile sahipliğin bir ya da birkaç işletme elinde toplanmasını ifade etmektedir (Avşar, 2004: 89).

Hıfzı Topuz'a göre ülkemizde iş adamlarının gazete sahipliği 1948 yılında Safa Kılıçlıoğlu'nun Yeni Sabah'ı almasıyla başlamıştır. Daha sonra Aralık 1949 yılında Habip Edip Törehan'ın Yeni İstanbul'u çıkarmasıyla devam etmiştir. 1948'e kadar, gazete patronları hep gazetecilikten yetişmiş kimselerden oluşmuştur. Tanzimat'ta da, İstibdat'ta da ve Meşrutiyet'te de durum aynı olmuştur. Sabah'ın sahibi Mihran Efendi gibi başyazar olmayan patronlar azdır. Fakat Cumhuriyet'in başlarından ikinci dünya savaşı sonrasına kadar patron-gazeteci geleneği sürdürülmüştür. Medya alanındaki holdingleşmeler ise 1960'lı yıllarda başlamış ve medya alanındaki ilk büyük holdingleşmeyi ise Aydın Doğan'ın 1979 yılında Milliyet gazetesinin %75'ini bir yıl sonrada tamamını almasıyla başlamıştır (Topuz, 2012: 329, 330, 334, 335).

Sermaye sahibi patronlar tarafından idare edilen holdinglerin, aynı zamanda basın sektöründe de faaliyet göstermeleri, basının kendi temel işlevlerinde de birtakım aksaklıkları ve etik anlamda sorunları da beraberinde getirmektedir. Holdingleşmenin getirdiği birçok sektörde faaliyet gösterme durumu, gerek siyasi aktörlerle gerekse de ulusal ve uluslararası iş çevreleri ile belirli kıstaslar dâhilinde uyumu gerektirdiğinden, holdingin bir taraftan da basın sektörü içerisinde var olması, çoğu kez basını 'taraf' olarak algılanabilecek bir düşüncenin içine sürüklemektedir (Bulunmaz, 2011: 238). Yukarıdaki bilgiler incelendiğinde Türk medya sisteminin ticari bir sektör haline geldiği görülmektedir. Kendi içerisinde tekelleşmelerle sektörleşmesinin ötesinde, diğer ekonomik sektörlerle-çevrelerle bağlantı kurduğu dikkat çekmektedir. Hatta bu holdinglerin gelirlerinin büyük bir kısmını medya alt sektörleri değil,

diğer sektörlerin oluşturduğu yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır. Söz konusu holdinglerin medyayla amaçladıkları, sadece ekonomik güç elde etmek değildir, aynı zamanda söylem gücüne de sahip olmaktır. Türkiye'de bütün ticari faaliyet alanlarına şekil veren mekanizma siyasettir. Siyasi odaklarla iyi ilişkiler içerisinde giremeyen bu holdinglerin, medya da dâhil diğer alanlarda başarılı bir ticari faaliyet sürdürmeleri olanaklı görünmemektedir (Dursun, 2012: 14).

Medya alanında yaşanan tekelleşmeye bakıldığında, bazı noktalar dikkat çekmektedir: Medya kuruluşları çok hızlı değişen bir teknolojiyle karşı karşıya kalmışlardır. Teknolojik gelişmeye uyamayanların yayın hayatına başka grupların içerisinde yer alarak devam ettiği görülmüştür. Nitekim gelişmiş baskı teknikleri kabul edilmiş, bilgi işlem makinalarının kullanımında bir düzenlemeye gidilmiştir. Bütün bunlar çok pahalı teknikler olduğu için basın kuruluşlarının yapmak zorunda oldukları yatırımların boyutları da büyümüştür. Buna karşılık medya kuruluşlarının sağladığı gelirler konusunda aynı ölçüde artış olanağı görülmemektedir. Genel olarak gazeteler satıştan toplam gelirin belli bir yüzdesini (20-40) sağlamaktadırlar. Yayını sürdürmeye olanak sağlayan asıl kaynak reklam gelirleridir. Reklamın gazetelerin içeriği üzerindeki olası etkileri konusu bir kenara bırakılsa bile, bu durumun basını değişen koşullara, öteki sanayilere göre çok daha fazla bağımlı kıldığı bir gerçektir (Özer, 2011: 161). Basın alanındaki tekelleşmeler sonucunda pek çok yapıda bozulmaların meydana geldiği görülmektedir. Basının asli işlerinden olan kamuoyunu bilgilendirme görevi ve hükümet ve halk arasında köprü olma pozisyonu tekelleşmeler sonrasında kaybolmaya yüz tutmuştur. Tekelleşmeye ön ayak olan büyük sermaye grupları basının asli görevini kişisel menfaat ve kar odaklı kullanmaya başlamışlardır. Bu durumun oluşmasında ülkemizde gerçekleşen askeri darbe sonrasında siyasi içerikli haberlerin ve fikir gazeteciliğinin kısıtlanması ve aynı zamanda kapitalist sistemin kar elde edebilmek için birçok şeyi meşru görmesi önemli rol oynamıştır. Tekelleşme biçimlerinin tamamına (*Yatay, Dikey, Çapraz ve Ultra Çapraz Tekelleşme*) sahip olan gazete patronları, diğer sektördeki işleri için basının gücünden yararlanma imkânına sahip olmuşlardır. Basın alanında tekelleşme bunlarla sınırlı değildir. Diğer sorunlar ise şöyledir;

- Tekelleşmeler sonucunda türdeşlik ortaya çıkmıştır. Böylece yayımlanan haberlerin içerikleri birbirlerinin aynısını oluşturmaktadır. Bunun sebebi ise farklı medya kuruluşlarının tek elde toplanmasıdır.
- Basın sektörünün tek elde toplanması çok sesliliğe engeldir. Dolayısıyla bu durum demokrasiyle de bağdaşmamaktadır.

- Tekelleşmeyle birlikte medya holdingleri sahipleri basının gücünü kullanarak manipülasyon gücüne sahip olmuşlardır.
- Basında holdingleşme sendikacılığa karşıdır. Çünkü sendikalar hem basını hem de basın çalışanlarının haklarını korumakla mükellef olduğu için gazete patronlarının kapitalist yaklaşımlarıyla bu durum bağdaşmamaktadır.
- Tekelleşme beraberinde işsizlik sorununu da tetiklemektedir. Çünkü farklı basın sektöründe çalışanların farklı sesleri vardır. Dolayısıyla tekelleşmede tek ses anlayışı hâkimdir. Farklı seslere yer yoktur. Ayrıca tekelleşme sonrasında çalışanların iş yükü hem artmaktadır hem de yaptıkları işler çeşitlenmektedir.
- Basın kuruluşlarının sahiplik yapısının değişmesi önemli bir problemi de beraberinde getirmiştir; içerik. Kar odaklı tekelleşme, kar odaklı içeriği oluşturmuştur. Bu suretle enformasyonla halkı uyuşturucu, olay ve olguları sıradanlaştıran ve daha çok takip edilebilmek adına magazin ve üçüncü sayfa haberlerine sıkça başvurma amacı güdülmüştür.
- Reklam pastasından en büyük payı alma kaygısı, basın etik kurallarının göz ardı edilmesine sebep olmuştur.

Amaç ve Yöntem

Sürekli bir devinim halinde olan dünyada hiçbir şey sürgit aynı kalmamaktadır. Tüm olay ve olguların oluşması, gelişmesi ve hayatta yer edinmesi bilgi birikimine bağlıdır. Bilgi birikimi de var olan teknolojinin hammaddesini oluşturmaktadır. Bu oluşum ve dönüşüm döngüsünden gazetecilikte tüm yönleriyle etkilenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın amacını yıllara göre Milliyet Gazetesinin değişim ve dönüşümünü nicel verilerle ortaya çıkarmak oluşturmaktadır. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan içerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla kitap, kitap bölümü, mektup, tarihsel dokümanlar, gazete başlıkları ve yazıları gibi bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenbilir bir teknik olarak tanımlanabilir (Sert ve ark 2012: 3).

Elde edilen veriler Frekans analiz tekniği ve Paired Samples T-Test (Bağımlı Örneklem T-Testi) tekniği kullanılarak değerlendirilmiştir. Frekans analizi ve Paired Samples T-Test (Bağımlı Örneklem T-Testi) analizi için SPSS 24,0 paket programı kullanılmıştır.

Bağımlı örnek t testi bir grubun veya örneklemin bir değişkene ait iki farklı zamandaki ölçümlerine ilişkin ortalamalarının karşılaştırılarak söz konusu ortalamalar arasındaki farkın belirli bir güven düzeyinde önemli olup olmadığını test etmek için kullanılır. Tekrarlı ölçümler

ile iki ortalamanın karşılaştırıldığı bu duruma tipik örnek araştırmalarda uygulanan ön test-son test modelidir (www.onlineistatistik.com). Bu doğrultuda iki hipotez kullanılmıştır. H_0 hipotezi ve H_1 hipotezi. H_0 hipotezi $p > 0,05$ 'i ifade etmektedir ve ön test ve son test arasında anlamlı bir fark yoktur sonucuna karşılık gelir. H_1 hipotezi ise $p < 0,05$ 'tir, buna göre de ön test ve son test arasında anlamlı bir fark vardır sonucuna ulaşılır.

Frekans analizi ise, en basit şekliyle, birim veya ögelerin sayısal, yüzdesel ve oransal bir tarzda görünme sıklığını ortaya koymaktır. Bu, belirli bir ögenin yoğunluğunu ve önemini anlamayı sağlar. Frekans analizi sonunda, ögeler önem sırasına sokulur ve sıklığa dayalı bir sınıflama yapılır. Örneğin, bir metinde anahtar-sözcüklerin, bir insanın günlük uğraşları arasında ilgi odaklarının, bir kitle iletişim aracında ana-temaların belirlenmesinde, frekans analizi sonuçlarına bakılır (Bilgin, 2014: 18). Bu çalışmada yüzdesel frekans analizi yapılmıştır.

Araştırmanın Önemi

1980 yılı içerisinde gerçekleşen 24 Ocak kararlarıyla Liberal ekonomiye geçiş, bunun neticesinde hızlanan medyada holdingleşmeler ve 12 Eylül Askeri Darbesinin basın alanında yarattığı değişim ve dönüşümün ortaya bilimsel verilerle çıkarılması bu araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

Araştırmanın Evreni Örneklemi ve Sınırlılığı

Araştırmanın evrenini Milliyet Gazetesi oluşturmaktadır. Bu doğrultuda Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayı ve 2000 yılı Mayıs ayı boyunca çıkan gazetenin birinci sayfaları, çalışmanın örneklemi oluşturmaktadır. 1980 yılı toplumsal, siyasi, askeri ve basın açısından hem hareketli hem de değişim ve dönüşümlerin yaşandığı yıl olmuştur. 2000 yılında ise bu değişim ve dönüşümlerin yerleştiği, genel mahiyette toplum tarafından kabul edildiği ve yeni bir yüzyılın da başlangıcı olması, çalışmanın 1980 ve 2000 yılları göz önüne alınarak iki farklı dönemde yapılmasında etkili olmuştur. Ayrıca çalışmada belirtilen tarihsel dönemlerde Milliyet Gazetesinin ilk sayfasında yer alan “Magazinsel İçerik, Manşette ve Sürmanşette Siyasi İçerik, Bağlamsızlaştırma, Siyasi İçerikli Fotoğraf ve Karikatür” unsurlarının değerlendirilmesi çalışmanın ayrıca sınırlılığını oluşturmaktadır.

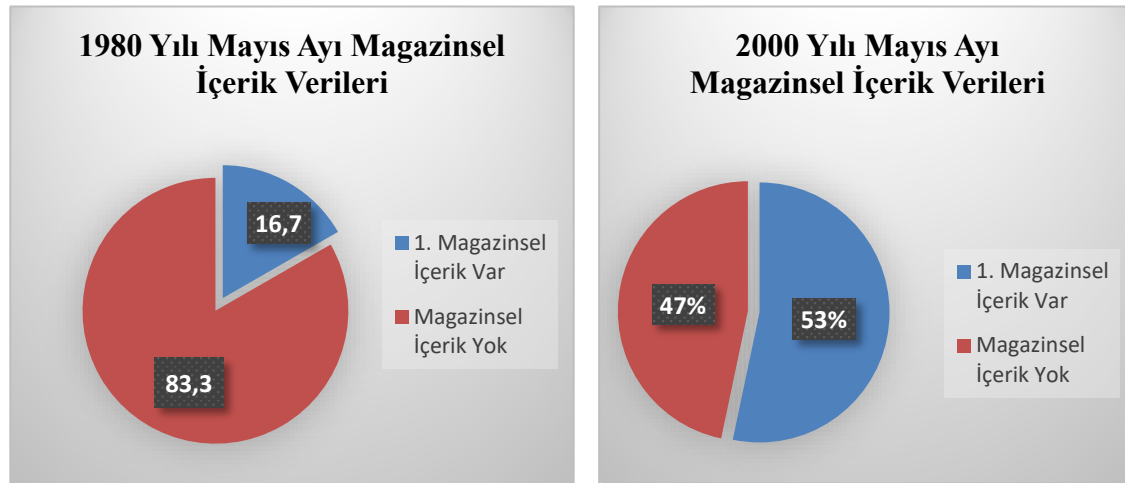
Bulgular

Tablo 1: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri T- Testi sonuçları.

Ölçüm	N	X	SS	DF	T	P
1980 (Ön Test)	30	1,83	,37	29	3,61	0,001
2000 (Son Test)	30	1,46	,50			

$P < 0,05$ H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre 1980 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri arasında $p = 0,001$ anlamlılık düzeyinde fark vardır.

Şekil 1: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı magazinsel içerik verileri yüzdelik oranları.



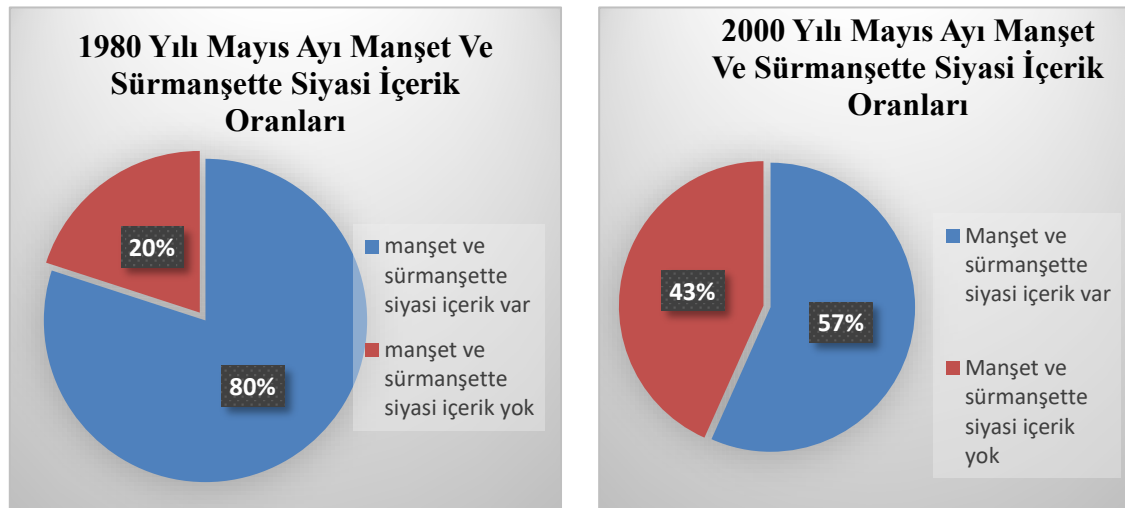
Şekil 1'e bakıldığında 1980 yılı Mayıs ayı boyunca %16,7 'lik magazinsel içeriğe rastlanmış %83,3'lük geri kalan kısımda ise diğer içeriklere rastlanmıştır. 2000 yılı Mayıs ayı boyunca bu durum ise şöyle değişmiştir; %53 oranında magazinsel içerik %47 de diğer içerikler yer almıştır.

Tablo 2: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik ile 2000 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik verileri T- Testi sonuçları.

Ölçüm	N	X	SS	DF	T	P
1980 (Ön Test)	30	1,20	,40	29	-2,249	0,032
2000 (Son Test)	30	1,43	,50			

$P < 0,05$ H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre 1980 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik ile 2000 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik arasında $p = 0,032$ anlamlılık düzeyinde fark vardır.

Şekil 2: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik ile 2000 yılı Mayıs ayı manşet ve sürmanşette siyasi içerik verilerini gösteren yüzdeler oranlar.

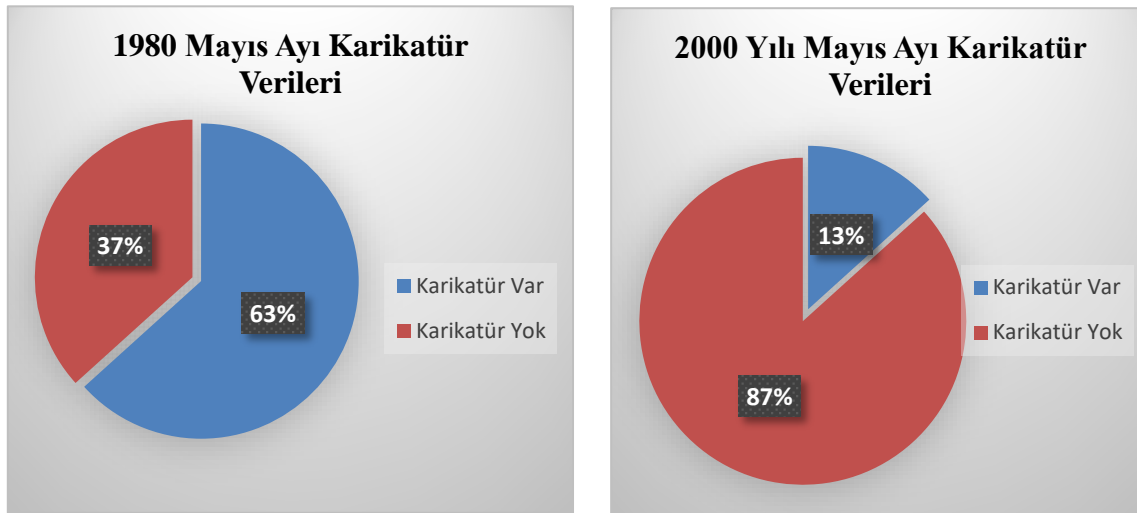


Şekil 2’de ise 1980 Yılı Mayıs ayı süresinde toplamda % 80 oranında olan manşet ve sürmanşetteki siyasi içerikli haber oranı 2000 yılı Mayıs ayı boyunca %43’e gerilediği görülmektedir.

Tablo 3: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı karikatür verileri ile 2000 yılı Mayıs ayı karikatür verileri T- Testi sonuçları.

Ölçüm	N	X	SS	DF	T	P
1980 (Ön Test)	30	1,36	,49	29	-4,014	0,000
2000 (Son Test)	30	1,86	,34			

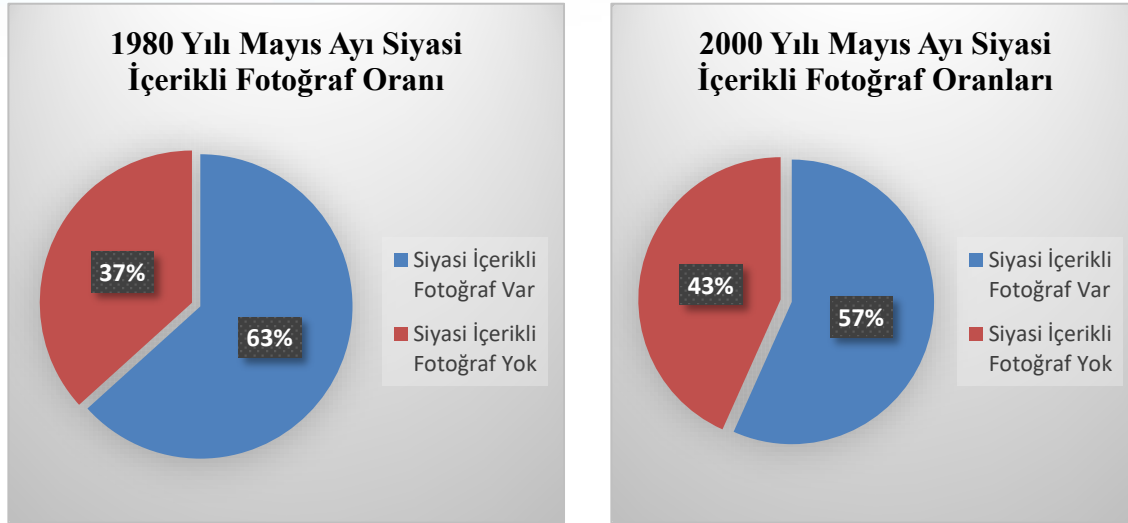
$P < 0,05$ H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir. Buna göre 1980 yılı Mayıs ayı karikatür verileri ile 2000 yılı Mayıs ayı karikatür verileri arasında $p=0,000$ anlamlılık düzeyinde fark vardır.

Şekil 3: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı karikatür verileri ile 2000 yılı Mayıs ayı karikatür verileri

yüzdeler oranları.

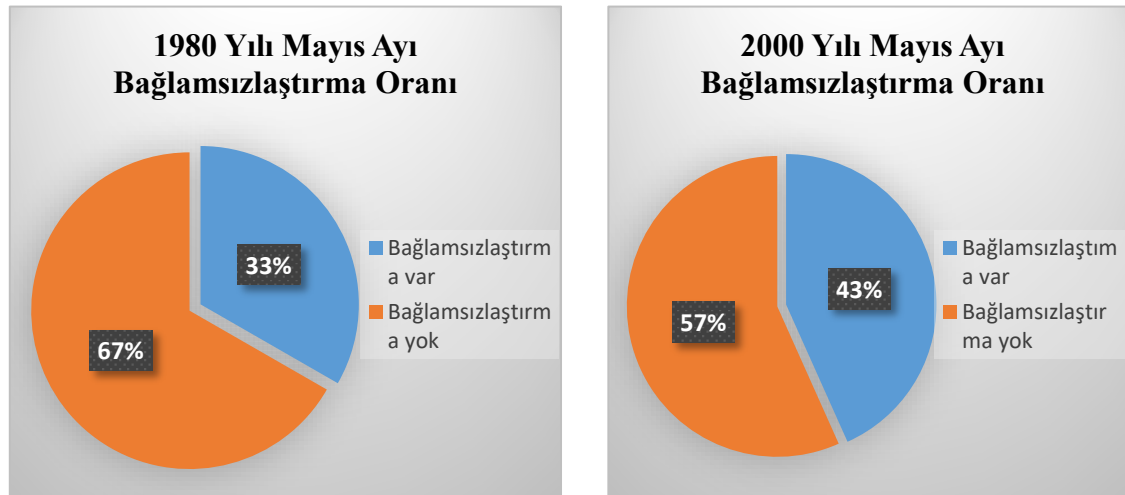
Şekil 3'te 1980 ve 2000 yılına ilişkin karikatür verileri yer almaktadır. Buna göre 1980 Yılı Mayıs ayı boyunca %63 oranında karikatür kullanılmışken, 2000 yılı Mayıs ayı boyunca bu oran %13'e gerilemiştir.

Şekil 4: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı siyasi içerikli fotoğraf verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı siyasi içerikli fotoğraf verileri yüzdeler oranları.



Şekil 4'te siyasi içerikli fotoğraf oranları görülmektedir. 1980 yılı Mayıs ayı boyunca %63 oranında siyasi içerikli fotoğraflara yer verilmişken bu oran 2000 yılı Mayıs ayı boyunca %57'ye gerilemiştir.

Şekil 5: Milliyet Gazetesi 1980 yılı Mayıs ayı bağlamsızlaştırma oranı ile 2000 yılı Mayıs ayı bağlamsızlaştırma verilerini karşılaştıran yüzdeler oranları.



Şekil 5'te ise içeriklerin bağlamsızlaştırma oranları verilmiştir. Bu oranlara göre 1980 yılı Mayıs ayı boyunca içeriklerde %33 iken 2000 yılı Mayıs ayında bu oran %43'e çıkmıştır.

SONUÇ

Şubat 1979'da Abdi İpekçi'nin öldürülmesinin ardından Milliyet Gazetesi, güçlü bir sermaye grubunun eline geçmiştir. Mali sorunların arttığı bu süreç içerisinde sermayeleşmeyi beceremeyen gazeteler tek tek kapanmışlardır. Büyük yatırımların yapılması ile beraber haber üretimi kolaylaşan, baskı olanakları artan ve özel dağıtım sistemi oluşturan işletmeler, gündelik gazete basımının dışında da faaliyetler yapmaya başlamışlardır. Büyük basın işletmeleri de bu kural doğrultusunda hareket ederek magazinsel içerikli gazeteler yayınlamaya başlamışlardır. Bu işletmeler kendi yayınlarının reklâmını bedava yaparak, bütün yurt sathına yayabildikleri için, aynı alanlarda dar kadrolarla çıkarılan yayınları piyasadan silmeye başlamışlardır. Böylece sermayenin etkisi altında başında ister istemez tekelleşme süreci başlamıştır (Görgülü, 1990'dan Akt. Kuyucu, 2013: 28). Bu durum araştırmanın verilerine şöyle yansımıştır;

Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayında %16,7 oranında magazinsel içeriğe rastlanmış %83,3'lük geri kalan kısımda ise diğer içeriklere rastlanmıştır. Fakat 2000 yılı Mayıs ayı boyunca bu durum %53 oranında magazinsel içerik %47 oranında diğer içerikler şeklinde değişmiştir. Veriler incelendiğinde iki farklı dönemde magazinsel içeriklerin 20 yıllık dönemde %36,3 oranında arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan Paired Samples T-Test sonucunda ise

$P=0,001$ anlamlılık düzeyinde 1980 yılı Mayıs ayı verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı verileri arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Benzer şekilde Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayı süresinde toplamda % 80 oranında olan manşet ve sürmanşetteki siyasi içerikli haber oranı 2000 yılı Mayıs ayı boyunca %43'e gerilediği görülmektedir. Bu verilerden de anlaşılacağı üzere siyasi içerikli yazıların oranında neredeyse yarı yarıya bir düşüşün olduğu sonucuna ulaşılmıştır. 20 yıllık bir farkla siyasi içerikli haberlerin sayısındaki düşüşte 12 Eylül Askeri Darbesinin ve medya alanında holdingleşmenin yarattığı kar odaklı habercilik anlayışı etkili olmuştur. Paired Samples T-Test sonucunda ise $P=0,032$ anlamlılık düzeyinde 1980 yılı Mayıs ayı verileri ve 2000 yılı Mayıs ayı verileri arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir. Milliyet Gazetesinin 1980 ve 2000 yılına ilişkin karikatür verilerine bakıldığında 1980 yılı Mayıs ayı boyunca %63 oranında karikatür içerikli haberlerin olduğu görülürken, 2000 yılı Mayıs ayı boyunca bu oran %13'e gerilemiştir. Karikatür içerikli haberlerin bu kadar fazla oranda düşmesi, karikatürün güldürürken düşündürülen yapısının ve içerisindeki ciddi mesajların topluma ulaşamamasına sebep olmuştur. Bunun karşılığında magazinselleşme olgusunun artmış ve böylece toplum depolitizasyon bir sürece sokulmuştur. SPSS Paired Samples T-Test sonucuna göre $P=0,000$ anlamlılık düzeyinde 1980 yılı Mayıs ayı verileri ve 2000 yılı Mayıs

ay verileri arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve H_1 hipotezi kabul edilmiş H_0 hipotezi reddedilmiştir.

Gazeteler için kullanılan fotoğraflar önemli bir yere sahiptirler. Haber fotoğrafları bazen haber metnine yardımcı bir konumda olurken, bazen de haberin bizzat kendisi olabilmektedir. Okurların görsel hafızalarına hitap etmesinden dolayı okuma yazma bilmeyen insanlar için haber fotoğrafları oldukça önemli bir role sahiptir. Çalışmada Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayı boyunca %63 oranında siyasi içerikli fotoğraflara yer verildiği tespit edilmiştir. Bu oran 2000 yılı Mayıs ayında %57'ye gerilemiştir. Bu iki oran arasındaki aralığın çok açık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Fakat içeriklerin bağlamsızlaştırılmasıyla başka bir sorun gözlemlenmiştir. Bağlamsızlaştırma sonucunda içerikler bağlamından yani esas anlatılmak istenen içeriklerden kopartılmıştır. Milliyet Gazetesinin 1980 yılı Mayıs ayında içeriklerdeki bağlamsızlaştırma oranı %33 iken 2000 yılı Mayıs ayında bu oran %43'e çıkmıştır.

Son olarak araştırmada Milliyet Gazetesinin farklı dönemlerdeki birinci sayfaları incelenmiş ve iki farklı dönemde içeriğin nasıl değiştiği verilerle ortaya konulmuştur. Yapılan literatür çalışmasıyla da bu değişim ve dönüşümün sebepleri yukarıda belirtilmiştir.

KAYNAKÇA

Adaklı, G. (2006). Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkisi, Ütopya Yayınevi, Ankara.

Adaklı, G. (2010). Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye’de Medya Endüstrisinin Dönüşümü. *Mülkiye Dergisi*, 34(269), 67-84.

Avşar, B. Zakir ve Demir, V. (2005). Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim. Piramit Yayıncılık, Ankara.

Avşar, Z. (2004). Medyada Yoğunlaşma Ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 121-144

Bilgin, N. (2014). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi (3. Baskı). Ankara, Siyasal Kitapevi.

Bulunmaz, B. (2011). Holdingleşme Ekseninde Türk Medyasında Tekelleşme Sorunu. *Öneri Dergisi*, 9(36), 237-246.

Dursun, O. (2014). Türk Medyasının Sermaye Yapısı Ve Siyasal İktidarla İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (1), 1-22.

Dündar, L. (2016). 2 Eylül 1980 Darbesinin Basına Etkileri. *Uluslararası Tarih Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Sayı: 16*, 125-154.

Fichter, J. (2006). Sosyoloji Nedir (8. Baskı). Ankara, Ertem Matbaacılık.

Gezgin, S. (1999). “Basınımda Son Günlerde Gelişen Olaylar ve Bir Değerlendirme”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı (9) s. 5-8.

Gezgin, S. (2004) Gazeteciliğin Ve Türk Yazılı Basınının Kısa Tarihsel Perspektifi (III). *İletişim Fakültesi Dergisi*, 9-12.

Kurban, D ve Sözeri, C. (2012). İktidarın Çarkında Medya: Türkiye’de Medya Bağımsızlığı ve Özgürlüğü Önündeki Siyasi, Yasal ve Ekonomik Engeller. TESEV Yayınları, İstanbul.

Kuyucu, M. (2013). Türkiye Basınında Tekelleşme Tartışmaları: Türkiye’nin İlk Medya Holding Patronu Asil Nadir Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 2 (5), 18-38

Kuyucu, M. (2015). “Türkiye’de Değişen Magazin Basını Ses Dergisi Örneğinde Magazin Yayıncılığı Sorunsalı” Proceedings Of Intcess15- 2nd International Conference On Education And Social Sciences, s. 448-463.

Özer, Ö. (Ed: Şimşek M, C. ve Türkoğlu). (2011). *Medya Okuryazarlığı*. İstanbul: Parşömen Yayıncılık.

Özgen, M. (2011). 1980 Sonrası Türk Medyasında Gelişmeler ve Magazinleşme Olgusu. *A Dialog Between Turkish and American Scholars*, 465-477.

Sert, G., Kurtoğlu, M., Akıncı, A. ve Seferoğlu, S, S. (2012). Öğretmenlerin Teknoloji Kullanma Durumlarını İnceleyen Araştırmalara Bir Bakış: Bir İçerik Analizi Çalışması. *Akademik Bilişim 12 – XIV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri. Uşak Üniversitesi 1- 3 Şubat*, 351-357.

Taşdemir, E. (2005). 1980 Sonrası Türk Basını, Türk Siyasi Hayatı Ve Basın-Siyaset İlişkisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 3(4), 173-180.

Tokgöz, O (2015). Temel Gazetecilik (11. Baskı), İmge Kitabevi, Ankara.

Tokgöz, O. (1981). Temel Gazetecilik, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, Ankara.

Topuz, H. (2012). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi (4. Baskı), Remzi Kitabevi, İstanbul.

Toruk, İ. (2005). Türkiye’de 1990-2000 Yılları Arasında Sosyoekonomik Ortamın Ve Kültürel Hayatın Reklamlar Üzerinden Temsili. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (14), 493-508.

Uzun, M. (2008). *Medya Sahipliğinin İçeriğe Yansımaları: Cem Uzan ve Genç Parti Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı.

Ünal, U. (2015). Özal Dönemi Ekonomisine Genel Bir Bakış, Erişim 10 Mart 2017, https://mpira.ub.uni-muenchen.de/81603/1/MPRA_paper_81603.pdf

www.onlineistatistik.com. (2016). Bağımlı 2-Örneklem t-Testi (Paired Samples) Nedir? Neden ve Nereelerde Kullanılır?. Erişim Tarihi: 09 Mart 2018. <https://www.onlineistatistik.com/single-post/2016/12/09/Bagimli-orneklemler-paired-t-testi-nedir-nerelerde-kullanilir>.

Yüksel, O. (2011). 12 Eylül 1980’den Günümüze Türkiye, Erişim 10 Mart 2017, <http://politikakademi.org/2011/09/12-eylul-1980den-gunumuze-turkiye/>