

**INTERNATIONAL JOURNAL OF COMMUNICATION  
AND MEDIA RESEARCH**

**JANUARY 2021**

**VOLUME 1**

**NUMBER 1**

**INJOCMER**

*International Journal of Communication and Media Research*

*Uluslararası İletişim ve Medya Araştırmaları Dergisi*

**ULUSLARARASI İLETİŞİM VE MEDYA  
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ**

**OCAK 2021**

**CİLT 1**

**SAYI 1**

**ISSN: 2757-7414**

## **Sahibi / Owner**

Prof. Dr. Refik POLAT

## **Sorumlu Yazı İşleri Müdürü / Managing Editor**

Prof. Dr. Fatma Zehra TAN

### **Editör / Editor**

Dr. Sema NOYAN

### **Yardımcı Editör / Vice Editor**

Arş. Gör. Mesut YILMAZ

### **Alan Editörleri / Field Editors**

Dr. Ayşe YILMAZ

Dr. Burak TÜRTEEN

### **Yayın Kurulu / Editorial Board**

Prof. Dr. Nilgün TUTAL CHEVIRON

Doç. Dr. Mustafa İNCE

Doç. Dr. Bahar AŞÇI

Dr. Bedirhan KARAKURLUK

Dr. Mevlüt Can KOÇAK

Dr. Mustafa CebraİL SADAKAOĞLU

Dr. Dina SEPTIANI

### **Danışma Kurulu / Advisory Board**

Prof. Dr. Aslı YAPAR GÖNENÇ (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Enver Özgür GÖNENÇ (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Güven BÜYÜKBAYKAL (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Yusuf YURDİGÜL (Manas Üniversitesi)

Prof. Dr. Hakan TEMİZTÜRK (Atatürk Üniversitesi)

Prof. Dr. Alev Fatoş PARSA (Ege Üniversitesi)

Prof. Dr. Aytekin CAN (Selçuk Üniversitesi)

Prof. Dr. Hüseyin KÖSE (Atatürk Üniversitesi)

Prof. Dr. Fatih BAYRAM (Karabük Üniversitesi)

Prof. Dr. Mehmet OKTAV (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Şevki İŞIKLI (Marmara Üniversitesi)

Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ (Yozgat Bozok Üniversitesi)

Prof. Dr. Mehmet YILMAZ (Ordu Üniversitesi)

Prof. Dr. Ikhtiar Ali GHUMRO (Shah Abdul Latif University)

Prof. Sasmita SAMANTA (KIIT University)

Prof. Andra SECELEANU (Universitatea Andrei Saguna)

Prof. Mohd SHUKRI (Management & Science University)

Prof. Khaled Hamed SHNİKAT (Al- Balqa' Applied University)

Doç. Dr. Ahmet AKGÜL (Marmara Üniversitesi)

Dr. I. G. A. K. Satrya WIBAWA (Universitas Airlangga)

Dr. Andra SECELEANU (Andrei Saguna University)

Dr. Sheikh Mohammad Shafiul ISLAM (Daffodil International University)

Dr. Mohammad Reza HAMZAH – (Faculty of Applied and Human Sciences University)

Dr. N. NAZINI (Sathyabama Institute of Science and Technology)

## **Hakem Listesi / Reviewer List**

Prof. Dr. Aslı Yapar GÖNENÇ (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Enver Özgür GÖNENÇ (İstanbul Üniversitesi)

Prof. Dr. Güven BÜYÜKBAYKAL (İstanbul Üniversitesi)

Doç. Dr. Şevki IŞIKLI (Marmara Üniversitesi)

Doç. Dr. Hale TORUN (İstanbul Aydın Üniversitesi)

Doç. Dr. M. Onur HASDEDEOĞLU (Kastamonu Üniversitesi)

Doç. Dr. Canan SEVİNÇ (Necmettin Erbakan Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ÖZTUNÇ (Sakarya Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Özden TOPRAK (Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Mustafa CebraİL SADA KAOĞLU (İstanbul Aydın Üniversitesi)

**Kapak Tasarımı / Cover Design**

Dr. Bedirhan KARAKURLUK

**Mizanpaj Editörü / Layout Editor**

Arş. Gör. Mesut YILMAZ

**Yayın Türü / Periodical**

Sürelî Yayın

**Yayın Tarihi / Publication Date**

Ocak 2021

**Yayımcı / Publisher**

Karabük Üniversitesi ©

**Yazışma Adresi / Correspondence Address**

Dr. Sema NOYAN

Karabük Üniversitesi Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi

Safranbolu/KARABÜK

Tel: 0 (370) 418 8690

Faks: 0 (370) 418 8756

E-mail: [semanoyan@karabuk.edu.tr](mailto:semanoyan@karabuk.edu.tr)

**Dergi Adresi / Journal Address**

[injcmer.karabuk.edu.tr](http://injcmer.karabuk.edu.tr)

## İÇİNDEKİLER

### Araştırma Makalesi

Bedirhan KARAKURLUK	Neil French'in UBS Reklamlarından Ozymandias'ın Auteur Eleştiri ve Edebi Metin Odaklı Çözümlemesi - <i>Auteur Criticism and Literary Text-Based Analysis of Ozymandias from Neil French's UBS Commercials</i>	1
Olgun KÜÇÜK & Mevlüt Can KOÇAK	Yeni Medyada Mahremiyet Üzerine Bir Araştırma – <i>A Research on Privacy in New Media</i>	18
Mustafa İNCE	Karabağ Sorununun Türk İnternet Medyasında Sunumu: Anadolu Ajansı Örneği - <i>Presentation of the Karabakh Problem in Turkish Internet Media: The Case of Anadolu Agency</i>	30
Mesut YILMAZ	Etik Açısından Sabah Gazetesi Üzerine Bir İnceleme - <i>An Investigation on the Sabah Newspaper in Ethics</i>	43
Fatma Sena YAMAN	İkdam Gazetesi Üzerine Bir İnceleme: Basın-İktidar İlişkileri – <i>A Review on İkdam Newspaper: Press-Power Relations</i>	65

Makale Geliş Tarihi:

30 Eylül 2020

Makale Kabul Tarihi:

18 Ocak 2021

ARAŞTIRMA MAKALESİ

**NEIL FRENCH'İN UBS REKLAMLARINDAN OZYMANDIAS'IN  
AUTEUR ELEŞTİRİ VE EDEBİ METİN ODAKLI ÇÖZÜMLEMESİ**

**Bedirhan KARAKURLUK<sup>1</sup>**

**Öz**

Sinema, reklamcılık ve edebiyat alanları ile bağlantılı bu disiplinlerarası çalışma, reklamlarda ve iletişim alanındaki diğer yapımlarda kullanılan edebi metinlerin tam anlamıyla anlaşılmasından kaynaklı oluşan hatalara dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Neil French'in UBS bankaları için ürettiği reklamlardan Ozymandias'ın içeriğinde kullanılan edebi metnin, reklamı yapılan banka ve reklamın amacı ile uyumu incelenmiştir. Bu sebeple kısaca reklamcılıktan, Neil French'ten ve şahsına münhasır reklamcılık anlayışından, auteur eleştirisi bağlamında detaylı bir şekilde görsel örnekler verilerek bahsedilmiştir. Sonrasında UBS bankalarından ve Neil French'in UBS bankaları için çektiği reklam kampanyasından genel olarak bahsedilmiş, bu reklam serisi içinden Ozymandias reklamının çözümlemesi, reklamın içeriğindeki edebi metin ön plana çıkarılarak yapılmıştır. Bunun için de klasik bir okuma gerçekleştirilerek, reklamda kullanılan edebi metnin yazarı Percy Bysshe Shelley'nin yaşantısından, eserlerindeki dikkat çeken özelliklerden ve şiiri Ozymandias'dan detaylıca bahsedilmiştir. Son olarak reklam kampanyasının yaratıcısı Neil French'in üslubu ve çekmiş olduğu reklamın söylemi ile reklamda kullandığı edebi metnin içeriği arasındaki anlam uyumu tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Reklamcılık, Edebiyat, Neil French, Percy Bysshe Shelley, Ozymandias.

**AUTEUR CRITICISM AND LITERARY TEXT-BASED ANALYSIS OF OZYMANDIAS  
FROM NEIL FRENCH'S UBS COMMERCIALS**

**Abstract**

This interdisciplinary study related to the fields of cinema, advertising and literature aims to draw attention to the errors caused by the incomplete understanding of the literary texts used in advertisements and other productions in the field of communication. For this purpose, it was examined whether the literary text used in the content of

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi, bedirhankarakurluk@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-2745-0952

Ozymandias, one of the commercials produced by Neil French for UBS banks, was in harmony with the purpose of the commercial and the advertised bank. For this reason, with a brief mention of advertising, Neil French and his exclusive advertising approach was given with detailed visual examples in the context of auteur criticism. Afterwards, UBS banks and Neil French's advertising campaign for UBS banks were generally mentioned, and the analysis of the Ozymandias commercial among this advertisement series was made by highlighting the literary text in the content of the advertisement. To this end, by performing a classical reading, the life of Percy Bysshe Shelley, the author of the literary text used in the commercial, the remarkable features in his works and his poem Ozymandias were examined in detail. Finally, the harmony of meaning between the style of Neil French, the creator of the advertisement campaign, and the discourse of his commercials as well as the content of the literary text he used in the commercial was discussed.

**Keywords:** Advertising, Literature, Neil French, Percy Bysshe Shelley, Ozymandias.

## GİRİŞ

Reklamın tarihinin neredeyse insanlık tarihi ile denk olduğu, yazılı reklamın yazının bulunduğu ilk dönemlerden itibaren kullanıldığı ve sanayi devrimi ile reklamın kurumsallaştığı söylenegelmıştır. Kapitalizmin yükselişi ile kitle iletişimindeki teknolojik ivmelenmenin, reklamın ve reklamcılığın konumunu günümüzdeki modern çizgiye taşıdığı düşünülür. Önceleri hedeflenen kitleye ya da bireye ulaşmak adına herhangi bir şeyin belirli bir bedel karşısında ilan edilmesi amacıyla kullanılan reklamlar, reklamcılığın sektörleşmesi ile birlikte yaratıcı ve karmaşık bir yapıya bürünerek günümüzdeki halini almıştır.

Bu araştırma İngiliz reklam yapımcısı Neil French'in İsviçre bankası UBS için çekmiş olduğu reklamlardan birinin, Ozymandias'ın çözümlemesini içeren nitel bir araştırmadır. Bunun için öncelikle Neil French'in kişiliğinden ve kariyeri boyunca reklamlarında ortaya çıkan kendine has yaratıcı söylemden auteur eleştirisi bağlamında reklamlarından örneklerle karşılaştırmalar yaparak bahsedilecek ve bu söylemin doğurduğu sonuçlardan bahsedilecektir. Daha sonra French'in UBS için çektiği reklamlardan ve bu reklamlarda meşhur oyuncular tarafından sunulan şiir performanslarından bahsedilecektir. Bu reklam serisinde kullanılan sloganlar ve reklam filmlerinde oluşturulan algı, bankanın yapısı ve tarihi bilgileri ışığında irdelenecektir.

Araştırmanın devamında, bu reklam kampanyası dâhilinde, *Gandhi* (1982) filmiyle Oscar alan Ben Kingsley tarafından icra edilen, İngiliz Romantik dönem şairi

Percy Bysshe Shelley'e ait *Ozymandias* şiiri, klasik bir bakış açısıyla şairin şahsiyeti, fikirleri, politik duruşu ve şiirden yapılan çıkarımlar da göz önünde bulundurularak incelenecektir. Sonrasında çalışmanın asıl konusu olarak, bu şiirin reklamda nasıl kullanıldığı analiz edilecek ve reklamda vurgulanmak istenen tema ile bu edebi metin arasında, Neil French ve ekibinin nasıl bir bağlantı kurduğu ya da kuramadığı ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır. Reklamın konusu, teması ve anlatısı üzerine odaklanılacak olan bu çalışmada reklamın biçimsel yönü ile ilgili, sinematografik bir çözümleme yapılmayacaktır.

### 1. Auteur eleştirisi ve Neil French

Auteur eleştirisi, ya da auterist eleştirisi, kelime kökeni yaratan, üreten anlamlarına dayanan yazar anlamındaki Fransızca auteur kelimesinden ve bu kelimedenden türetilen auteur kuramından gelir. Auteur kuramı Fransa'da Andre Bazin ve sonradan yönetmen olarak Fransız Yeni Dalga sinemasını başlatan François Truffaut ve Jean-Luc Godard gibi Cahiers du Cinéma dergisi ile etkileşimli yazarların kavramsallaştırdığı ve aslında sinema yönetmenleri için kullanılan bir terimdir. Kabaca yapımcının kararlarının etkin olduğu ve herkesin profesyonel bir şekilde kendi işini yaptığı endüstriyel bakış açısının aksine, auteur, filmin senaryosundan kurgusuna, görüntüsünden sanatına, kısacası her alanına yönetmenin kararlarının etkili olduğu yönetmen odaklı sinemanın adıdır. Auteur eleştiride de amaç filmin her alanında etkisi görülen auteur yönetmenin auteur yönünü, "filmlerinde ortak olarak bulunan ve filmde filme tekrarlanan, çeşitlenen ya da zıt kullanımlar içinde ortaya çıkan karakteristik yapılan, temaları, biçimsel kaygılan ve yönetmenlerin kişisel zihinsel meşguliyetlerini" teşhis etmektir (Özden, 2004 :128).

Neil French, uluslararası bir reklam ajansı sahibi ve üst düzey yöneticisi olmanın yanı sıra dünyaca meşhur bir reklam yönetmeni ve üreticisidir. Aslen İngiliz olan French, Dünya Basılı Medya Ödüllerinin kurucusudur ve kendisi hakkında bir dönem yaratıcılık konusunda dünyanın en çok ödül alan adamı olduğu ve bir reklamcılık efsanesi olduğu iddia edilmiştir (Vonk ve Kestin, 2007: 21). Reklam yöneticilerinden Jörg Dietzel (2010: 11) onun hakkında "Neil French, on yıllardır Asya'da, Avrupa'da ve Amerika'da ürettiği başarılı reklam kampanyaları sayesinde



büyük ihtimalle dünyanın en ünlü reklam yaratıcısı. Aynı zamanda o, saygısız ve kurallara uymayan bir tarza sahip” demiştir.

French, 2005 yılının Ekim ayında dünyanın en büyük reklam ajanslarından İngiliz WPP firmasının uluslararası kreatif direktörü iken Toronto’da neden reklam sektöründe kadınların erkeklerden çok daha az şans bulduğuna dair bir soruya, özetle, erkeklerin kadınlardan reklam konusunda çok daha yaratıcı olduklarını, kadınların hiçbir zaman erkeklerle işleri uğruna yapabilecekleri fedakarlıklar bakımından yarışamayacaklarını söylemiş, cinsiyetçi ve toplum tarafından kaba olarak kabul görülebilecek bir dil kullanarak cevap verdiği düşünüldüğünden görevinden istifa etmek zorunda bırakılmıştır (Spurgeon, 2008: 46). Şu anda yarı emekli bir şekilde Singapur’da yaşamaktadır.

### 1.1. Neil French’in reklamcılık anlayışı

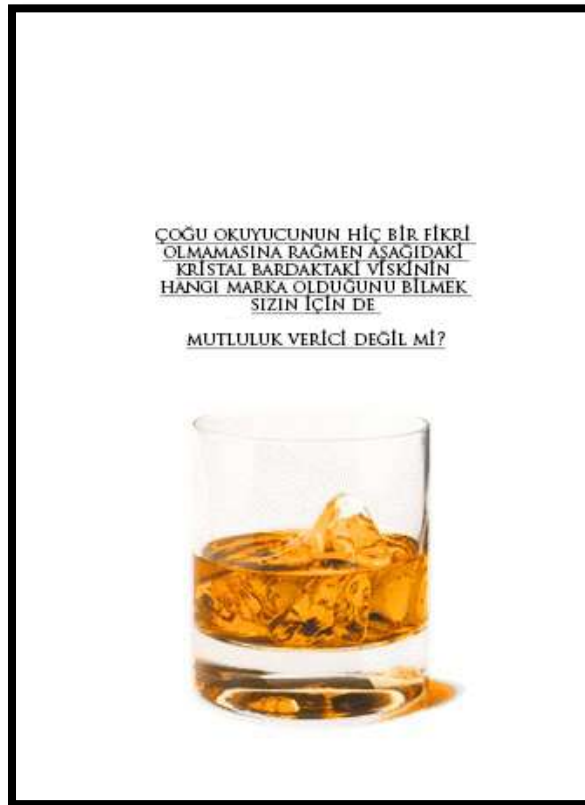
French’in kariyeri boyunca reklamlarında marka prestijini artırabilmek adına kendisi ile özdeşleşen bir üslup kullandığı düşünülmüştür. Bu bölümde, French’in üslubunu anlamak için basılı ve görsel medyadan çeşitli örnekler incelenecektir.



Şekil 1 – Neil French’in Chivas Regal reklamı<sup>2</sup>

<sup>2</sup> <http://wordsofbabel.blogspot.com/2011/07/chivas-regal-neil-french.html> (Türkçeye çevrilmiştir)

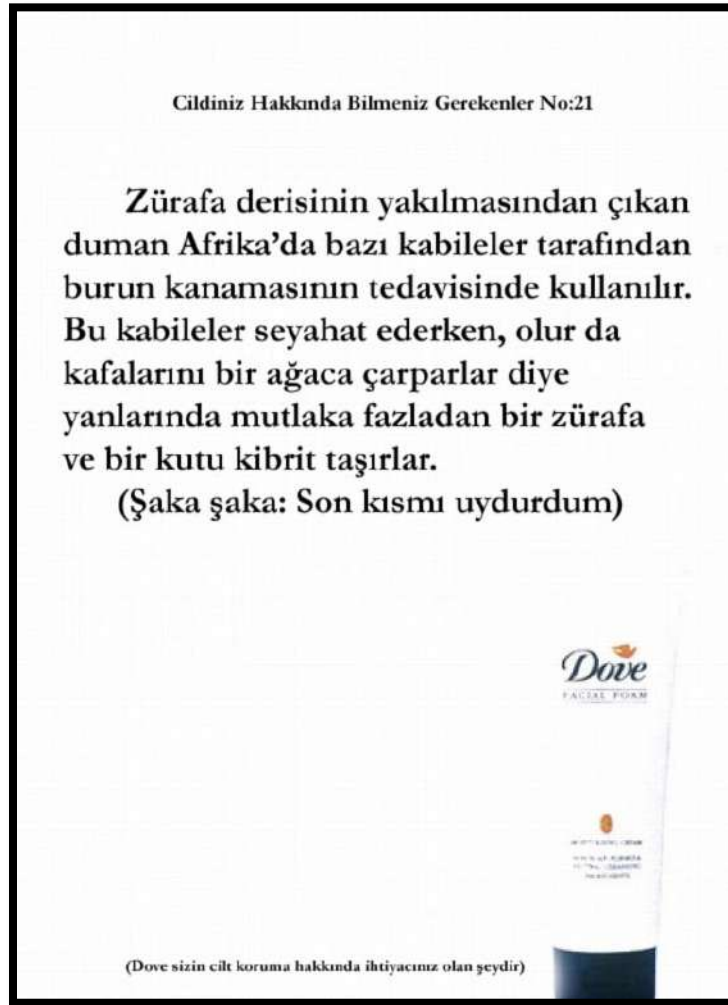
French, bir viski markası olan Chivas Regal için ürettiği reklamları dünya çapında satılan meşhur dergilerin orta sayfalarına düz beyaz zemin üzerine başka hiçbir öge ya da resim olmaksızın bastırmıştır. Bu da onun reklam anlayışıyla paralellik arz etmektedir, zira French'e göre bir reklamdan ne kadar ögeyi çıkarırsanız reklam o kadar iyi çalışır (Aitchison, 2012: 24). Reklamın hedef kitlesini etkileyebilmesi ve kitlede merak uyandırabilmek adına French, örneklerde de görüldüğü üzere, Chivas Regal firmasının logosundan, sloganından ve bazı reklamlarında görselinden ya da isminden dahi yararlanmamıştır. Kampanya dahilinde French, markaya sadece elit bir zümreye ait olduğu imajını yükleyerek onu elit olmak ya da elit kalmak isteyen viski müşterilerinin arzu objesi haline getirmeye çalışmıştır.



Şekil 2 - Neil French'in ikinci Chivas Regal reklamı<sup>3</sup>

<sup>3</sup> <http://wordsofbabel.blogspot.com/2011/07/chivas-regal-neil-french.html> (Türkçeye çevrilmiştir)

French basılı reklamlarda pek çok zaman uzun metinler kullanmayı tercih etmiş ve en önemli reklamcılık kuralının hitap edilen kitleyi değil, hitap edilen tekil bireyi çok iyi tanımak ve ona ürünü satabilmek için çalışmak gerektiğini savunmuştur (Dietzel, 2010: 18).



Şekil 3 – Neil French'in Dove Cilt Kremeleri reklamı<sup>4</sup>

<sup>4</sup> <https://iloveadverts.wordpress.com/2012/04/03/dove-skin-facts> (Türkçeye çevrilmiştir)



**Şekil 4 – Neil French'in Volvo reklamı<sup>5</sup>**

Neil French'in televizyon reklamlarında da basılı reklamlarındaki üslup görülebilir. Örneğin Volvo otomobilleri için çektiği reklamlarda, iki firma çalışanı başka bir firmadan transfer etmek istedikleri bir çalışan hakkında konuşurlar. Onu ikna edemeyeceklerini düşünürken içlerinden biri onun aklını çelmek için acaba ona bir Volvo otomobil mi vadetsek der. Diğeri bütçemizi biraz aşmıyor muyuz diye sorar ve reklam siyah zemin üstüne Volvo amblemi ile sona erer. Bu reklamda da yine marka değerinin ikna gücünden ve bu markanın herhangi bir kişinin bütçesiyle alınamayacak üst düzey bir değeri olduğundan bahsedilmiş, bir Volvo otomobil sahibi olunması durumunda farklı bir sosyo-ekonomik sınıfa mensup olunacağı vurgusu yapılmıştır. Reklamda yine ürünün kendisi, yani bir Volvo otomobili görülmemektedir.

Verilen örnekler bağlamında Neil French'in reklamlarında kendisiyle özdeşleşen elitist, gösterişçi, maddi zenginliği el üstünde tutan bir yaklaşıma sahip olduğu söylenebilir. Üslup olarak ürün görselliğini ya da marka logosunu geri planda tutarak ya da tamamen saklayarak bir gizem oluşturmuş, kimi zaman minimalist bir

<sup>5</sup> <http://www.neilfrench.com/videos/volvo/02.mpg>

bakış açısıyla çok az öge kullanmış, kimi zaman da uzun ve gülünç içeriği olan metinler yazmış ancak her zaman iddialı ve net mesajlar vermeyi tercih etmiştir.

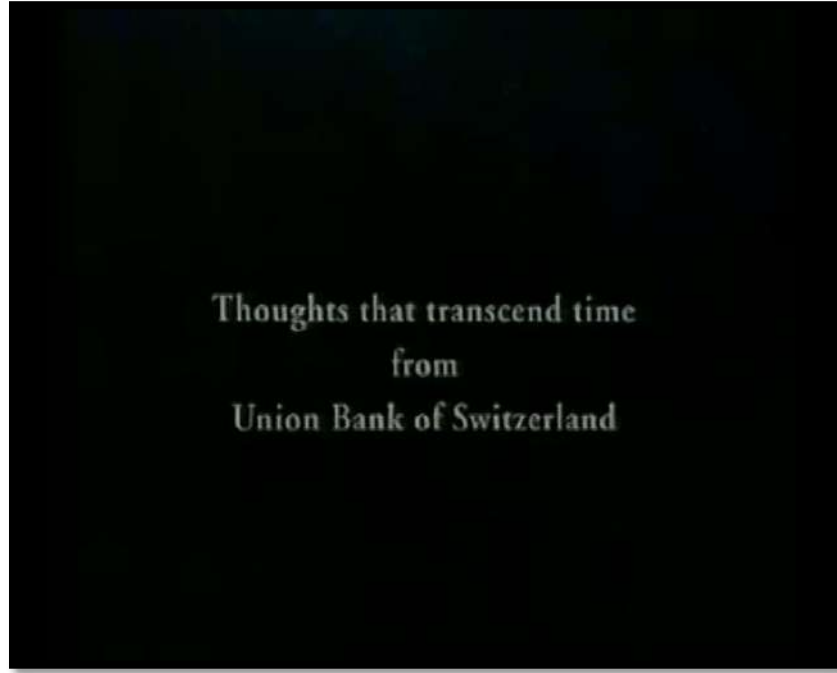
## 2. UBS ve Neil French'in UBS reklamları



Şekil 5 – Reklamın UBS firmasının logosunu ve sloganını gösteren son planı<sup>6</sup>

1862'de kurulan Union Bank of Switzerland (Union de Banques Suisses-İsviçre Birleşmiş Bankası) 30'dan fazla ülkede 29.000 işçisi bulunan, dünyanın uluslararası seviyede en büyük ve en iyi finanse edilen bankalarından biridir (Buri ve Findlay, 1996). 1998 yılında Swiss Bank Corporation (Société de banque suisse – İsviçre Bankası) ile yaşadığı birleşmeden sonra sadece adının kısaltması olan UBS ismini kullanmaya başlamıştır. UBS, geçmişte ve günümüzde, öldükten sonra Hitler'inkiler gibi ortaya çıkanlar da dâhil olmak üzere, birçok dünya liderinin şahsi hesaplarının resmi ya da gayri resmi olarak bulunduğu banka olarak tanınmaktadır (Boggan, 1996).

<sup>6</sup> <https://youtu.be/krbX-9ugbl4?t=61> – (01:01) Ben Kingsley | Ozymandias (1996)



**Şekil 6 – UBS reklamlarının tümünün girişinde görülen slogan<sup>7</sup>**

UBS reklam kampanyası Neil French'in 1996 yılında UBS için çekmiş olduğu 19 reklam filminden oluşur. French bu reklam serisi için “benim en büyük reklam kampanyam” demiş ve reklamın hedef kitlesini basitçe “çok fazla parası olanlar” şeklinde belirtmiştir (French, t.y). Bu reklam serisi, French'in hedef kitlesini de doğrular nitelikte, sadece CNN Finance ve CNBC kanallarında, yani dünyanın finans ve ekonomi alanındaki en büyük kanallarında yayımlanmıştır (Flaherty, 1996).

Tüm reklam filmleri aynı başlıkla başlar: “Thoughts that transcend time from Union Bank of Switzerland” (İsviçre Birleşmiş Bankası'ndan zamanı aşan düşünceler) (Şekil 6). Sonrasında reklamlar klasik müzik eşliğinde ve masmavi bir atmosferde, tanınmış oyuncuların farklı yüzyıllarda yaşamış meşhur yazarlardan ve şairlerden bazı şiirleri ya da sözleri aktarmasıyla devam eder. Reklamların sonunda ise ekran

<sup>7</sup> <https://youtu.be/krbX-9ugbl4> - (00:01) Ben Kingsley | Ozymandias (1996)

kararırken UBS logosuyla birlikte şu ibare yer alır: “Here Today, Here Tomorrow” (Bugün buradayız, yarın da burada olacağız) (Şekil 5).

19 reklam filminde Neil French'in üslubunun bir yansıması olarak UBS bankasından, bankanın özelliklerinden ya da verdiği hizmetlerden hiç sözlü olarak bahsedilmez. Bunun yerine markanın zamandan üstün olduğunu ima edecek şekilde insanlık tarihinin farklı dönemlerinin önemli yazar ve düşünürlerinden, Lao Tzu'dan Shakespeare'e mısralar kullanılır. UBS bankasının proje müdürü Vincenzo Travaglione'ye göre seçilen metinler sadakat, özgüven, dürüstlük, içtenlik ve beklentiyi karşılamadaki kararlılıktan bahseder (Flaherty, 1996). Reklam filmlerinde, Alan Bates, Sir John Geilgud, Dane Maggie Smith, Ben Kingsley, Sir Paul Schofield, Ying Ruo Cheng ve Harvey Keitel tarafından Robert Frost, William Ernest Henley, William Shakespeare, Lord Alfred Tennyson, R. L. Sharpe, Ella Wheeler Wilcox, Matthew Arnold, Percy Bysythe Shelley, Edgar Albert Guest, Arthur Hugh Clough, H. W. Longfellow, Rudyard Kipling, Wang Zihuan, Lao Tzu, Max Ehrmann, William Butler Yeats, Walter D. Wintle ve Edgar Albert Guest'e ait eserler icra edilmiştir.



## Şekil 7 – Ben Kingsley Ozymandias şiirini icra ederken<sup>8</sup>

Daha önce de belirtildiği üzere, 19 reklamın ikisinde Oscar ödüllü aktör Ben Kingsley'nin performansı bulunmaktadır (Şekil 7). Bunlardan birinde Kingsley İngiliz şair Percy Bysshe Shelley'nin *Ozymandias* adlı şiirini okur. Reklam, kampanyanın genel sloganıyla başlar ve iki mısra haricinde tüm şiir izleyicilere bakarak klasik müzik eşliğinde ağır ağır icra edilir. Sonrasında firmanın logosu ve sloganı görülür. Reklam toplamda altmış dört saniyedir.

### 2.1. Percy Bysshe Shelley

Altı büyük İngiliz romantik dönem şairinden biri olarak görülen Percy Bysshe Shelley, 19. yüzyılın başında üretmiş ve 29 yıllık yaşamına, dönemin ruhunu yansıtan pek çok edebi eser sığdırmıştır. *Ozymandias*'ın yanı sıra *Prometheus Unbound*, *Adonais* ve *Ode to the West Wind*, Shelley'nin bilinen eserlerinden birkaçıdır. Percy Shelley aynı zamanda meşhur *Frankenstein* romanının yazarı Mary Wollstonecraft Shelley'nin de eşidir.

Shelley'nin de öncülerinden olduğu Romantik dönem, Avrupa'daki endüstriyel devrimin doğa ve insan üzerinde oluşturduğu ezici yıkıma karşı bir reaksiyon olarak 19. Yüzyıl başında edebiyatta, sanatta ve entelektüel olarak ortaya çıkmış bir akımdır (Urgan, 2004: 504-505). Kendisi de aristokrat bir aileden gelmesine karşın yetişkinliğe erdiğinde toprak sahibi ailesinin ayrıcalıklı hayat tarzını reddeden Shelley, ateizmle ilgili yazdığı bir makaleden dolayı Oxford Üniversitesi'ndeki eğitiminden atılmıştır (Abrams, 1993: 642-643). Kısa yaşamı boyunca gelir dağılımındaki adaletsizliğin bitmesi gerektiğini düşünmüş, sınıf sistemi içinde ezilen işçilerin devrimini arzulamış ve eserlerinin pek çoğunda ideolojisini savunmuştur (Urgan, 2004: 627; Abrams, 199: 645). Düşüncesini sadece eserlerinde savunmakla kalmamış, ücretsiz hasta bakıcılığı yapmış, vejeteryen bir hayat sürmüş ve yaptığı işlerden eline geçen parayı yoksullara dağıtmıştır (Urgan, 2004: 633). Bloom (2009: xi), Shelley için "Bazı açılardan romantik dönemin Trotsky'si idi ve bugüne kadar gelen sosyalist ya da anarşist

<sup>8</sup> <https://youtu.be/krbX-9ugbl4?t=8> – (00:10) Ben Kingsley | Ozymandias (1996)



devrimcilerin, özellikle de Karl Marx'ın hayranlık duyduğu bir adamdı" demiştir. Dahası, Marx'ın kızı Eleanor Marx da yazdığı bir makalede, babasının ve Engels'in Shelley'nin şiirlerini ezbere bildiğini ve kendisinin kesinlikle bir sosyalist olduğunu şiirlerini incelemek suretiyle belirtmiştir (Marx ve Aveling: 1888). Özetle Percy Bysshe Shelley'nin özellikle Marx öncesi sosyalist düşüncenin en önemli isimlerinden ve en büyük ilham kaynaklarından biri olduğu düşünülmüştür.

## 2.2. Ozymandias

*Ozymandias* Percy Bysshe Shelley tarafından yazılmış ve ilk kez 1818 yılında yayımlanmış olan İngiliz romantik dönem şiiridir. Yapısal olarak kimi değişiklikler gösterse ve klasik dönemde olduğu gibi aşktan bahsetmese de sone biçiminde on dört mısra olarak yazılan şiirin orijinal metni şu şekildedir (Abrams, 1993: 672):

"I met a traveller from an antique land  
Who said: Two vast and trunkless legs of stone  
Stand in the desert. Near them, on the sand,  
Half sunk, a shattered visage lies, whose frown,  
And wrinkled lip, and sneer of cold command,  
Tell that its sculptor well those passions read  
Which yet survive, stamped on these lifeless things,  
The hand that mocked them and the heart that fed:  
And on the pedestal these words appear:  
"My name is Ozymandias, king of kings:  
Look on my works, ye Mighty, and despair!"  
Nothing beside remains. Round the decay  
Of that colossal wreck, boundless and bare  
The lone and level sands stretch far away."

Şiirin sone biçimine ve dönemin yapısına bağlı kalınmadan yapılmış mana odaklı serbest bir Türkçe çevirisi de şu şekildedir:

Kadim bir memleketten,  
Bir seyyah anlattı bana:

Taştan, gövdesiz iki dev bacağı,  
Çölün ortasında yattığını.  
Kuma gömülmüş ve parçalanmış bir yüzde,  
Asık bir surat, soğuk, alaycı dudaklarla,  
Bir zamanlar hükmeden bu cansız heykelde,  
Heykeltıraştan yansıyanlar duruyor hala.  
Hemen altında, şöyle yazıyor kaidesinde:  
“Ben krallar kralı Ozymandias  
İşte eserlerim, korkutsun azametim”  
Önümde çürüyen bu heykelden başka,  
Hiçbir şey yoktu etrafta.  
Sadece kumlar,  
Dümdüz uzaklar.

Bu eserde bahsedilen Ozymandias, Eski Mısır firavunlarından II. Ramses'dir ve bu onun Yunan kaynaklarında geçen ismidir (Rodenbeck ve كيندور, 2004: 122). II. Ramses Kadim Mısır'ın Hitit Krallığı ile yaptığı Kadeş savaşının taraflarından biri olarak tanınır ve kendisinin ya da oğlu Merneptah'ın Eski Ahit'te ve Kuran-ı Kerim'de bahsedilen firavun olduğu iddia edilmiştir. Esere ilham kaynağı olan heykelinin ve kaidesinin aslında Mısır'da bulunan farklı yerlerdeki kalıntılardan Shelley'nin hayal gücü ile birleştirilerek oluşturulduğu düşünülmektedir (Waith, 1995: 22).

Eser, bir romantik dönem özelliği olan uzak, kadim ve egzotik diyarlardan haber alan şairin duyduğu öyküyü kendi yaşadığı toplumu ve yönetimi ima ederek öznel bir dille anlatması ile başlar. Genel olarak, İngiliz romantik dönem edebiyatının unsurları olan, doğanın ve zamanın herkesten ve her şeyden güçlü olduğu vurgusunu yıkılmış bir heykel metaforu üzerinden görmek mümkündür. Günümüze sadece bir kısmı ulaşmış olan bu dev heykelden bahsederek insanın yaşadığı dönemde ne kadar kudretli olduğunun, zamana karşı olan acizliğinin yanında hiçbir öneminin olmadığı vurgulanmaktadır. Yaşadığı dönemde dünyadaki en büyük medeniyetin başında olduğu düşünülen ve kendisini “kralların kralı” olarak tanımlayan firavunu günümüze taşıyan yegâne şeyin tartışılmaz otoritesi ve zenginliği ile kendi varlığı ya da tarumar olmuş eserleri değil bir sanatkâr olan heykeltıraşın sanatı olduğu vurgusu da eserden çıkarılabilecek anlamlardan bir diğeridir. Okumadaki eleştirel bakış açısı değişse dahi;

tarihsel, sosyolojik, Marksist, yeni eleştirel ya da yapısökümcü okumalarda da şiirin anlamı aynı bağlamda kalmaktadır. Sonuç olarak *Ozymandias* firavunluğu ve aslında firavunluk üzerinden dönemin despotluğunu ve sömürü düzenini eleştiren, bunlar gibi yapılanmaların mutlaka yok olacağını, ancak sanatın bir şekilde yaşamaya devam edeceğini ima eden, duruşu net olan politik bir şiidir (Rodenbeck ve كبنذور, 2004: 139).

## TARTIŞMA VE SONUÇ

UBS firmasının yetkilileri Neil French direktörlüğünde üretilmiş olan reklam kampanyaları hakkında şöyle der:

Yoğun bir yaratıcı süreçten sonra, duygusal yoğunluğu ve etkileyciliği güçlü olan şiirlerin okunmasının UBS'in vizyonunu, değerlerini ve uzun vadeli ilişkilere olan bağlılığını en iyi şekilde göstereceğine karar verdik. Standart figürler ve rakamlardan bahseden bir reklam yerine böyle bir yol kullanmanın çok daha etkili olacağını düşündük. Araştırma sonuçlarındaki önerilerle paralel olarak, kampanyadaki şiirlerin en meşhur şiirler olması değil, UBS'in firma ve marka değerlerini yansıtmaya uygun felsefi derinliği olan şiirler olması ve hedef kitleyle özdeşleşmesi hedef alındı (Buri ve Findlay: 1996).

Dünyadaki en zengin 1000 kişinin servetinin dünyadaki 2,5 milyar kişinin sahip olduklarının iki katı olduğu bir dünyada yapılan gelir adaletsizliği araştırmalarının tamamında zenginlerin servetlerini arttırdığı fakirlerin de gittikçe fakirleştiği sonucu çıktığı söylenir (Bauman, 2015: 9, 14, 16). Dünyanın en büyük kişisel servet bankalarından birinin, istisnalar hariç olmak üzere, dünyayı sömürerek servet oluşturan insanlara hitap ettiği bu reklamlarında, Shelley gibi ailesinin servetini reddederek dünya zenginliklerinin her insana paylaşılması gerektiğini düşünen sermaye düşmanı politik bir şairin, *Ozymandias*'da özetle "Sultan Süleyman'a kalmadı dünya, sana da kalmaz, hiç bir kitap yazmaz" diyen ve suyun başını zamanında tutup da oluşturduğu elit bir söylemle dünya kaynaklarını çıkarları doğrultusunda biriktirenlerin ve bunlardan akıllarınca doğaya meydan okurcasına ibretlik eserler ürettiklerini zannedenlerin zamana karşı asla şanslarının olmadığını anlatan bir şiirini seçmeleri ve sonrasında da firavunların yok olan kadim Mısır medeniyetine kıyasla daha yeni kurulmasına karşın pişkin bir söylemle "dün buradaydık, yarın da burada olacağız" gibi bir slogan kullanmaları neyin göstergesi

olabilir? Yukarıda da alıntılandığı üzere bu reklam kampanyasını üretirken UBS bankasının firma yetkilileri seçilen edebi metinleri “UBS’in firma ve marka değerlerini yansıtmaya uygun” olarak seçtiklerini iddia etmektedir ancak bu reklamda bundan bahsedilmesi mümkün değildir. Banka yetkilileri Daily Telegraph gazetesinde reklamın savunulduğu bir yazıda bu şiirin insanlığa hayatın risklerle dolu olduğunu hatırlattığı, dolayısıyla bu şiirden de yola çıkarak iyi bir bankanın gerekli olduğu manasının çıktığını söylediklerini aktarmıştır (Buri ve Findlay, 1996). Bu açıklama da içerikle alakalı görünmemektedir.

Neil French ve reklam ekibinin bu reklam kampanyasında Shelley'nin bu şiirini kullanması, siz onun dediğine bakmayın, bizim bir bildiğimiz var, bu sistem sürecek, siz firavunluğunuza gönül rahatlığıyla devam edin, biz paranızı saklarız şeklinde bir meydan okuma olabilir; ancak bu doğru olamaz çünkü şiir tam tersini iddia etmektedir ve bu kadar büyük ve saygın imajlı olduğu düşünülen bir bankanın reklamında dikkat çekmek adına bile olsa böylesine absürt bir tutum kabul görmez. Zaten reklam kampanyasında kullanılan diğer şiirlerde de böyle bir tutum yoktur. Dahası bu kampanyadaki reklamların hiçbirinde Neil French'in üslubunda da zaman zaman görülen, ürün ile içerik arasında dikkat çekme kaygısıyla söylediğinin tam tersi mana oluşturacak ironik ve şakacı (playful) bir tavır bulunmamaktadır, yani böyle bir açıklama da gerçeği yansıtmaz. O zaman bu reklam filminde olan şudur: İhtişamlı UBS bankası ile emrindeki dünyanın en akıllı, en yetenekli kreatif direktörleri ile bir reklamcılık efsanesi olarak görülen Neil French, büyük bir hata yapmıştır. Bu, reklam içeriğinde kullanılan edebi metnin doğru bir şekilde anlaşılmasından kaynaklı bir hatadır. Reklamın metni ile reklamı yapılan firma arasında oluşabilecek hatalı ilişkiyi göstermek adına bu örneğin reklam okullarında öğrencilere gösterilmesi uygun olacaktır.

Özellikle sinema filmlerinde yabancı dildeki sözlü müzik kullanımını sırasında burada görülen hataya benzer hatalara rastlanmaktadır. Örneğin hüznü bir sahnede kullanılan yabancı dildeki şarkıların sözleri bazen sahnede gösterilenle alakasız bir neşeye sahip olmakta, ya da tam tersi umut dolu bir sahnede çalan şarkıda ölen evlada yakılan bir ağıt duyulmaktadır. Bu reklamdaki hata da bunun gibi anlatılanla içeriğin uyumsuz oluşu, hatta taban tabana zıt mana içerecek şekilde olmasıdır. Farklı olarak

buradaki hata yabancı bir dilin anlaşılmasından oluşmamaktadır; zira şiir İngilizce, Neil French de her ne kadar soyadı aksini iddia etse de bir İngiliz'dir ancak kendisi bu reklam filminde mevzuya biraz "Fransız" kalmıştır.

#### **KAYNAKÇA**

ABRAMS, M.H. (Editör) (1993). The Norton Anthology of English Literature, Vol. 2, NewYork: W W Norton & Co Inc.

AITCHISON, J. (2012). Cutting Edge Advertising: How to Create the World's Best Print for Brands in the 21st Century, Singapore: FT Press.

BAUMAN, Z. (2015). Azınlığın Zenginliği Hepimizin Çıkarına mıdır?. (Çev. Hakan Keser). (İkinci Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. (Eserin Orijinali 2013'de yayımlandı)

BLOOM, H. (2009). Bloom's Classic Critical Views, New York: Infobase Publication.

BOGGAN, S. (1996), Discovered: Hitler's secret Swiss bank account, (<http://www.independent.co.uk/news/discovered-hitlers-secret-swiss-bank-account-1361935.html>) adresinden 24.09.2020'de alınmıştır.

BURI, C., FINDLAY, A. (1996). Here today here tomorrow. The contribution of marketing research to the making of UB's global brand campaign, (<http://www.warc.com/fulltext/ESOMAR/9771.htm>) adresinden 24.09.2020'de alınmıştır.

DIETZEL, J. (2010). 3 in 1 Create Connect Convince: Fundamentals of Advertising, Branding and Communication, Singapore: Marshall Cavendish International Asia Pte Ltd.

FLAHERTY, M. (1996). The Classiest Ad You'll Ever See, Entertainment Weekly, sayı: 343.

FRENCH, N. UBS, (<http://www.neilfrench.com/ubs/index2.html>) adresinden 24.09.2020'de alınmıştır.

MARX, E., AVELING, E. (1888). Shelley and Socialism, To-Day, pp. 103-116. (<https://www.marxists.org/archive/eleanor-marx/1888/04/shelley-socialism.htm>) adresinden 24.09.2020'de alınmıştır.

ÖZDEN, Z. (2004). Film Eleştirisi – Film Eleştirisinde Temel Yaklaşımlar ve Tür Eleştirisi, Ankara: İmge Kitabevi.

- RODENBECK, J., & كيندور, ج. (2004). Travelers from an Antique Land: Shelley's Inspiration for "Ozymandias" / في ليشد دذع ي حوللا رداصم : ةدئاب ضرأ نم نولحترملا / سايديناميزوا " ةديصقلا همظن Alif: Journal of Comparative Poetics, (24), 121-148.doi:10.2307/4047422
- SPURGEON, C. (2008). Advertising and New Media, New York: Routledge.
- URGAN, M. (2004). İngiliz Edebiyatı Tarihi, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- VONK, N, KESTIN, J. (2007), Beni Seç! Reklam Dünyasında Tutunmanın Öğretilmeyen Yolları, Çeviren: Murat Yaz, İkinci Baskı, İstanbul: MediaCat Kitapları. (Eserin Orijinali 2005'de yayımlandı)
- WAITH, E. M. (1995). Ozymandias: Shelley, Horace Smith, and Denon. Keats-Shelley Journal, 44, 22-28. (<http://www.jstor.org/stable/30212990>) adresinden 24.09.2020'de alınmıştır.



Makale Geliş Tarihi:

16 Ekim 2020

Makale Kabul Tarihi:

11 Aralık 2020

ARAŞTIRMA MAKALESİ

YENİ MEDYADA MAHREMİYET ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Olgun KÜÇÜK<sup>1</sup>

Mevlüt Can KOÇAK<sup>2</sup>

Öz

İnsanlar boş zamanlarının önemli bir kısmını medya karşısında geçirmektedir. Özellikle yeni medya araçları aktif izleyici kavramını ortaya çıkarmıştır. Aktif izleyici ile birlikte ise medyada editöryal denetim iyice erozyona uğramış, denetimsiz bir ortam oluşmuştur. Yeni medyanın en önemli araçlarından olan internet ve sosyal medyanın sunduğu olanaklar, her geçen gün onlara olan ilgiyi artırmıştır. Bu araçlar sayesinde insanlar istedikleri yazıyı, resmi ve videoyu geniş kitlelere yayabilmektedir; fakat bu çevrimiçi teknolojisi, mahremiyet başta olmak üzere birtakım problemlerinde iyice gün yüzüne çıkmasına da neden olmaktadır. Gelişen teknolojiyle beraber insanların bütün hayatları izlenmeye, takip edilmeye başlamıştır. Özellikle sanatçılar ve siyasetçiler bu durumdan fazlasıyla etkilenmiştir. Aynı şekilde sıradan pek çok insan da bu mağduriyeti yaşamaktadır. Bu çalışma bağlamında kişilerin mahremiyetine yönelik olayların yeni medya ortamında nasıl yer bulduğu örnek olaylar üzerinden ortaya konulmuştur. Yine araştırma kapsamında özel yaşamın ihlalinin bilgisayar oyunlarında, alışveriş sitelerinde ve itiraf sitelerinde nasıl gerçekleştiği bulgulanmıştır. Araştırmada ayrıca medya ortamında mahremiyet sorununun erkeklerden çok kadınların yaşadığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Mahremiyet, Yeni Medya

A RESEARCH ON PRIVACY IN NEW MEDIA

ABSTRACT

People spend a significant part of their free time in front of the media. Especially new media tools have revealed the concept of active audience. With the active audience, editorial control in the media has eroded thoroughly and an uncontrolled environment has been created. The opportunities offered by the internet and social media, which are among the most important tools of new media, have increased the interest in them day by day. Thanks to these tools, people can spread the text, picture and video they want to large audiences; However, this online technology also causes some problems, especially privacy, to come to light. With the developing technology, all lives of people have begun to be monitored and followed. Especially artists and politicians were affected by this situation. Likewise, many ordinary people also experience this victimization. In the context of this study, how the events related to the privacy of individuals find their place in the new media environment has been presented through case

<sup>1</sup> Karabük Üniversitesi, Safranbolu MYO, Karabük, Türkiye, olgunkucuk61@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-9471-3540

<sup>2</sup> Karabük Üniversitesi, Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi, Karabük, Türkiye, mevlutcankokak@karabuk.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-9496-0541

studies. Again, within the scope of the research, how the violation of privacy occurs in computer games, shopping websites and confession websites was found. The study also concluded that women rather than men suffer from privacy issues in the media environment.

**Keywords:** Privacy, New Media

## **GİRİŞ**

Mahremiyet kavramı incelendiğinde neredeyse insanlık tarihi kadar eski olduğu görülmektedir. Mahrem olarak adlandırılan şey kültürler arasında ve zaman içinde farklılık arz edebilmektedir (Korkmaz, 2013). Batı kültüründe mahremiyet dokunma ve dokunulmazlık üzerinden ele alınırken doğu kültüründe ise mahrem sayılan bilgilerin gizliliğiyle ilgili olabilmektedir. Bu gibi durumlar mahremiyet kavramının tanımlanmasını ve sınırlarının belirlenmesini zorlaştırmaktadır.

Mahremiyet kelimesi İngilizce’de “privacy” ve Latince’de “Privatus” olup kabaca gizlilik anlamına gelmektedir. Sözcük Türkçe ’de; yalnız kalmak, uzlet, halvet gibi kelimelerle de ifade edilmektedir. Mahremiyet insanın kendisi veya yakınlarıyla baş başa kalması, o sırada etrafında saklı gizli tutmak için sakınacağı bir kimsenin bulunmaması durumu olarak izah edilebilir. Mahremiyet Arapça bir sözcük olup, bilindiği üzere dini anlamda haram, yani yapılmasından sakınılması gerekenler olarak da ifade edilmektedir.

Mahremiyet, insan ile ilgili bir kavram olarak psikoloji, sosyoloji, siyaset bilimi, insan kaynakları, pazarlama ve yönetim bilişim sistemleri disiplinlerinde çalışan araştırmacıların ilgisini çekmiş ve incelenmiştir (Dinev, Xu & Smith, 2009).

Çelikoğlu (2007: 8) mahremiyeti, “kişilerin yalnız başına kalabildikleri, başkalarıyla hangi koşullarda ilişki içerisine gireceklerine kendilerinin karar verebildikleri bir alan” olarak tanımlamıştır.

Laudon ve Laudon (2011: 131)’a göre mahremiyet; bireylerin yalnız kalma, diğer bireylerin ve devlet de dâhil olmak üzere örgütlerin gözetiminin veya müdahalesinin olmamasını talep etme hakkını ifade etmektedir.

Mahremiyetle ilgili diğer bazı tanımlar şöyledir: (Çetinkaya, 2011: 25).

“Westin: Bireylerin, grupların veya kurumların kendilerine dair bilgilerin ne zaman, nasıl ve ne ölçüde diğerlerine aktarılabilceğini belirleme hakkıdır.



Arthur Miller: Bireyin Kendisi ile ilgili bilginin dolaşımını kontrol yeteneğidir.

Flaherty: Yalnızlık, samimiyet ve anonimliği yaşama hakkıdır.

Lyon: Devletler, ekonomik kurumlar veya diğer bireyler gibi herhangi bir dışsal aktör tarafından yalnız bırakılma hakkıdır.

Warren & Barndies: Yalnız bırakılma hakkı olup hakların en kapsamlısıdır. Özgür insanlar tarafından en çok değer verilen haktır. “

Her toplumun mahrem kabul ettiği bazı alanlar ve şeyler bulunmaktadır. İnsanların resmi işlemler için kullandıkları numaralar kişiye özel olarak bilinmektedir. Yine kişilerin finansal numara ve şifreleri de mahrem bir konudur. Banka ve kredi kartı numaraları bu türdeki mahrem bilgilere girmektedir. İnsanların hastalık ve tedavi bilgileri de saklanması gereken bilgiler arasında yer alabilir. Hangi ilaçları kullandığı, hangi birimlerde tedavi gördüğü gibi bilgilerin gizli olmasında yarar olabilir. Bilimin gelişmesiyle birlikte tanımlanabilen insanın biyolojik bilgileri de istismar edilmemesi için gizli tutulması gereken bilgiler arasında yer almaktadır. Özellikle DNA, parmak izi veya göz retinası bilgisinin de ifşa edilmemesi gerekmektedir. Ayrıca insanların suç geçmişleri de mahremiyet kapsamı içinde yer alabilmektedir. Kamu yararı gözetilmeyen durumlarda bu gibi bilgilerin paylaşılmaması gerekmektedir. Diğer insanların bilmesi durumunda kişinin utanç duyabileceği bilgiler de mahrem bilgi kategorisi altında değerlendirilebilir.

Mahrem alan ile ilgili önemli konulardan biri de hasta mahremiyetidir. Bu bağlamda özellikle ünlü veya popüler hastalarla ilgili görüntüler basın mensupları tarafından yeri geldiğinde mahremiyet hiçe sayılarak habercilik adı altında yayınlanabilmektedir. Hastaların yakınları tarafından hastanın bilgisi dışında çekilen fotoğraflar da sosyal medyada paylaşılabilir.

Mahrem alan olarak kastedilen şey, insanın evi, özel yaşantısının devam ettiği yer, evsel yaşam ihtiyaçları, ailenin ihtiyaçları, cinsellikle/üreme ile ilgili ihtiyaçlar gibi başkalarının karışamayacağı, kararlarını kendisinin verebileceği alan olarak izah edilebilir (Aslan, 2011: 90). Gerek çarşı pazar gibi, gerek iş yaşamı gibi alanlarda ise insanın kendisi dışında pek çok karar verici dış etkenler ve karar mercilerinin olduğu

bu gibi yerler ise özel alanın tersine kamusal, herkese açık ve gizli olanın, mahremin sergilenmemesi gereken alanlar olarak ifade edilebilir.

Günlük yaşantısında insan bazen yalnız kalarak, tek başına bir nevi inzivaya çekilerek kendisine mahrem bir alan açabilir. Bu alan tamamen kendisine özeldir ve kendisi dışındakilere kapalıdır. Bir diğer özel alan görünümü ise insanın yakın bir arkadaşı ile sevdiğiyle bir arada bulunarak açtığı mahrem dairesidir. Mahremiyeti bu daire etrafında cereyan eder ve dışarıya kapalıdır. Bunların dışında insan, toplum içinde bir birey olarak paylaşmaktan imtina edeceği bazı düşünce ve sırları bakımından da bir mahrem alan yaratıp toplumsal hayata katılabilir.

Mahremiyet; bireysel, enformasyon ve mekânsal mahremiyet olarak üç başlıkta toplanabilir. Bireysel mahremiyet; kişinin kendisine yönelen haksız ve olumsuz durumlar karşısındaki mahremiyetini ifade eder. Mekânsal mahremiyet; kişilerin yaşam alanı olan evlerinin mahremiyetini kapsamaktadır. Enformasyon mahremiyeti ise; kişilere ait bilgilerin güvenliği ve korunması ile ilgili durumları kapsamaktadır (Aslan, 2011: 91).

İçinde yaşadığımız zaman bir yönüyle de “dikizleme çağı” olarak adlandırılabilir. Sokaklardaki güvenlik kameralarından, para çekme makinelerine kadar her hareketi takip edilip gözetim altında tutulan insan, yeni medyanın sağladığı imkânlarla Twitter, Facebook gibi mecralar üzerinden gözetlemeyi kitleselleştirmektedir. Sosyal paylaşım siteleri, bloglar, video paylaşım siteleri vasıtasıyla özel alandan kamusal alana taşınan mahrem konular gözetim toplumunun oluşmasında etkili olmaktadır.

Neo liberal ekonomik sistem getirdiği bireysellelikle, çalışma hayatındaki başarı veya başarısızlığın sebebi olarak bizzat kişinin yetersizliği ve çabasını görme eğilimindedir. Bu durumda iş hayatında başarısız olan insanlar kendilerini suçlayarak nefret etmeye, bu şekilde de marjinal sayılabilecek ruhsal sorunlar yaşayarak olur olmaz mahrem sırlarını ortaya saçma eğilimine girmektedirler. Toplumsal hayatta yoksulluğun getirdiği pek çok sıkıntı ile yüzleşmek zorunda kalan halk yığınları, dışarıda veya medya temsillerinde örneklerine rastladıkları varsıl hayat örnekleri karşısında aşağılık kompleksi, güvensizlik ve birikmiş bir şiddet duygusu

yaşamaktadırlar. Bu duygular yoksul kimselerin mahremiyet duygusunu derinden yaralamakta, kendilerini değersiz hissetmelerine yol açarak, mahrem konularda kaybedecek bir şeyi yokmuş edasıyla davranmaya itebilmektedir (Kete, 2011: 72).

Yukarıda da anlatıldığı üzere kişiler bazen mahrem bilgilerini kendi rızasıyla toplumla paylaşabilmektedir. İnsanların toplumsal yaşamda maruz kaldığı özellikle maddi eşitsizlikler onların topluma karşı bir intikam duygusu biriktirmelerine yol açabilmektedir. Kişi eşitsizlik içinde gördüğü topluma karşı içinde biriktirdiği kinini yaptığı sosyal medya paylaşımları üzerinden ortaya koyabilmektedir. Kişinin bu davranışı sınıfsal dibe vurmuşluğun ve çaresizliğin intikamını kendi sırlarını ifşa etmek yoluyla toplumdan alması, yani, “bakın, görün ben ne haldeyim, işte siz beni bu hale soktunuz” demesi gibidir.

### **1. Yeni Medya ve Mahremiyet**

Günümüzdeki enformasyon teknolojisi ve gelişmiş iletişim araçları vasıtasıyla insanlar kendi bilgilerini başkalarının gözetimine sunarken, aynı zamanda bilinçli / bilinçsiz paylaşımlar aracılığıyla kendilerini diğer insanlara adeta ifşa etmektedirler. Gözetim olgusu mahremiyet ihlalini de beraberinde getirmektedir. Narsisim esintilerini barındıran yoğun paylaşımlar ise gözetleme toplumunu beslemektedir (Güven, 2011: 173).

Toplumsal hiyerarşide üstte bulunanlar genel olarak alttakileri gözetleyerek denetleme eğilimindedir. Örneğin; yöneticiler çalışanların sosyal medya veya mail hesaplarını kontrol etmek isterler. İnsanların içinde var olan merak duygusu ise diğer insanların özel durumlarını öğrenme anlamında tetikleyici olabilir. Kişiler medya önündeki insanlara da özenerek bazen kendi özelliklerini ifşa etme yoluna gitmektedirler.

İnternet ve mobil teknolojilerde meydana gelen gelişmeler sonucu insanların zaman ve mekân bağımsız bir şekilde iletişim halinde olmaları hiçbir zaman günümüzdeki kadar kolay olmamıştır (Genç, 2010). Sosyal medyanın kullanımının artmasıyla beraber insanlar istedikleri her şeyin fotoğraf ve videolarını çekerek yayımlıyor, bununla beraber geri dönüşü olmayan hatalara neden olarak sosyal ve etik bakımdan hoş olmayan sonuçlar doğurabiliyorlar. Popülerlik kazanan sosyal medyada

insanlar hem kendilerinin hem de çevrelerindeki insanların mahremiyetini ifşa edebiliyorlar.

Sosyal medyanın etkileşimli yapısı fotoğraf ve video gibi çoklu medyanın internet üzerinde dolaşıma sokulmasını kolaylaştırmaktadır. Web 2.0 teknolojisi son derece etkileşimli bir alan açmaktadır. Bu kolaylık ise tüm içerikler gibi mahrem olmayan içeriklerin de hızlı biçimde yayılmasını beraberinde getirmektedir.

İnternetteki sohbet siteleri gibi ortamlarda insanlar anonimliğin verdiği rahatlıkla mahremiyeti göz ardı eden paylaşımlarda bulunabilmektedir. Ayrıca narsisim ve teşhircilik bu durumu tetikleyici unsurlar olarak göze çarpmaktadır (Kuyucu, 2015: 38).

Teknolojinin gelişmesiyle her eve giren ve internetle küresel gözetim ağına bağlanan bilgisayar, bazı cömert kullanıcılar vasıtasıyla mahrem bilgilere erişme noktasında imkânlar oluşturmaktadır. Bazı kullanıcılar bilgisayarda oluşturdukları sanal ortamlarla neredeyse tüm bilgilerini paylamaktadır. Sosyal ağlar üyelerine zorunlu olarak doldurttukları profil bilgileri ve film, kitap gibi beğenilerle veya daha farklı seçeneklerle mahremiyet sınırlarını zorlayan profil ve gizlilik seçenekleri sunmaktadır (Yıldırım, 2012: 246-247).

## **2. Araştırmanın Yöntemi**

Bu çalışmada örnek vaka analizleri yapılmıştır. Araştırma Türk medyasında yaşanan mahremiyet olaylarıyla sınırlandırılmış olup, özellikle özel yaşam ihlallerinin bilgisayar oyunlarında, alışveriş sitelerinde ve sosyal medyada nasıl gerçekleştiği incelenmiştir.

## **3. Bulgular ve Değerlendirme**

### **3.1. Deniz Baykal- Nesrin Baytok Vakası**

2010 yılı Mayıs ayında CHP gelen başkanı Deniz Baykal ve CHP Milletvekili Nesrin Baytok'a ait olduğu iddia edilen videonun yeni medyada servis edilmesi mahremiyet ihlali bağlamında ele alınması gereken çok önemli bir örnektir. Konuyla ilgili görüntülerin internette yayınlanması aynı zamanda önemli bir siyasi gelişme ile

sonuçlanmış ve uzun süredir partisinin başkanlığı yapan Deniz Baykal'ın istifası ile sonuçlanmıştır.

Baykal ve Baytok'a ait görüntülerin internete düşmesi ile çok farklı politik kesim ve gazetecilerden olumlu - olumsuz görüşler dillendirilmiştir. Abdurrahman Dilipak, olayı bir etme - bulma vakası olarak değerlendirmiştir. Bir zamanlar başörtüsünü fişleyenler şimdi çıplaklığı ifşa ediyor mealinde bir yorumda bulunmuştur (Aslan, 2011: 113). Gazeteci İsmet Berkan; bu görüntülerin internete yayınlanmasını tam manasıyla bir ahlaksızlık olarak nitelemiş ve bu videonun ancak röntgenci toplum iştahı ile izah edilebilecek kabul edilemez bir durum olduğunu dile getirmiştir.

İnternet çağı topluma kazandırdığı artıların yanında “interneteye düşmek” olarak ifade edilecek bir paranoyayı da beraberinde getirmiştir. Kudretli ve kıdemli bir parti liderini koltuğundan eden bu durum toplum üzerinde mahremiyeti koruma telaşını özellikle yeni medya bağlamında artırmış durumdadır. Kimsenin özel yazılarının, fotoğraf veya videolarının günün birinde bir sitede yayınlanmayacağına garantisizdir. Bu durum yeni medya ortamlarını aynı zamanda ifşa mekanizmasına dönüştürüp toplum üzerinde güvensizlik ve korku pompalamaktadır.

### **3.2. Gamze Özçelik Vakası**

9 Ocak 2012 tarihinde internete dolaşıma sokulan ve oyuncu Gamze Özçelik'in sevgilisiyle MSN programı üzerinden yaptığı yazışmaları ifşa eden video özel yaşam ihlaline yeni medya üzerinden bir örnek olarak verilebilir. Yayınlanan bu video ile özel yaşamın gizliliği ihlal edilmiş yani mahremiyet hiçe sayılmıştır (Çetinkaya, 2011: 58).

Kadın bedeninin mahremiyeti binlerce yıllık mitoloji ve dinler tarihine dayalı inançlarla şekillenmiş bir durumdur. Kadın bedeni sadece modern çağların değil, 3 semavi din olan Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslam teolojisinde de Tanrı buyruğu ile sınırları çizilmiş bir mahremiyet unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Dinler bakımından illegal bedensel arzular günah olanı ifade ederken, Tanrı buyrukları ise, bu günaha karşı müeyyideler koyan yasaları belirlemektedir.

### **3.3. Animasyon Filmlerde Mahremiyet İhlali**

Ülkemizde çocuklar, gençler hatta yetişkinler tarafından beğeniyle izlenen özellikle Japonya kaynaklı animasyon filmler içeriklerinde mahremiyet ihlali barındırabilmektedir. Geçmişte daha çok televizyon üzerinden izlenen bu filmler, internette video izleme alışkanlığının artması ile yeni medya ortamlarına da taşınmıştır. Bu animasyonlarda karakterlerin davranış ve konuşmalarında sezilemeyen erotizm vurgusu daha çok elbiseleri üzerinden dışa vurulmaktadır. Konu ile hiç alakalı olmamakla birlikte son derece estetik ve çıplak vücutlar yoluyla cinsel çağrışımlar yapmaktadır. Bunun dışında bazı animasyon karakterlerinde eşcinsellik olgusuyla karşılaşılmaktadır. Son derece güzel bir kadın vücudundan erkek sesinin çıktığı durumlar buna örnek olarak verilebilir (Hünerli, 2011: 329-330).

Başka bir tür animasyonlar ise içerik ve görsel olarak cinsellikle bağlantılı olanlardır. Bu filmlerde ise bilimkurgu ve fantastik öğelerle süslenen hikâye yoğun biçimde erotizmle harmanlanarak verilir. Bu ise mahrem alana bir saldırı olarak değerlendirilebilir.

### **3.4. Viral Reklamlarda Mahremiyet İhlali**

Viral reklam dönüşen ve değişen medya ortamlarında geleneksel reklam yöntemlerini kanıksamış ve bu yöntemlerden sıkılmış kitleler için farklı bir tür olarak ortaya çıkmıştır. Tanıdık insanlar, profesyonel ekip ve kurmaca yöntemlerle kitlelerin ilgisine mazhar olamayan reklam verenler için amatörlük kılıfına büründürülmüş, insanlar için daha sıcak gelecek bir yöntem olarak başarı sağlamıştır. Ağızdan ağza, paylaşımından paylaşıma hızla yayılan ve içeriğinin gerçek mi, yoksa gerçektışı mı olduğu pek anlaşılamayan bu reklamlar daha inandırıcı olabilmektedir.

Viral reklamların mahremiyeti hiçe sayan bir örneği olarak, 24 Temmuz 2009 tarihinde sosyal medya üzerinden dağıtımına giren ve gittigidiyor.com internet alışveriş sitesinin reklamı olan “Fulya’nın İntikamı” adlı video verilebilir. Bu videoda Fulya isimindeki kız güya ayrıldığı sevgilisinden intikam alma bahanesiyle sevgilisiyle arasında özel anlamı olan eşyaları bu site üzerinden ve bir liradan satışa çıkardığını söylemektedir. Satışa çıkan ürünler arasında erkek arkadaşının Fulya’ya almış olduğu gecelik ve ikilinin özel fotoğrafları olan bir albüm de yer almaktadır. Bu videoda gerek mekân, gerek Fulya isimli kişi doğal bir kıyafetiyle görüntülenmekte, bu durum

reklama amatör bir hava katmak için bilinçli olarak yapılmaktadır. Ayrıca ev içinde odada oturan Fulya ise üzerinde kendisini ifşa edecek bir kıyafetle görüntülenmektedir. “Fulyanın İntikamı” viral reklamı mahremiyet bağlamında önemlidir. Ticari amaçlar uğruna özel alan ve mahremiyet burada alenen ifşa edilmektedir (Uğurlu, 2011:259).

### **3.5. İtiraf Sitelerinde Mahremiyet İhlali**

Mahremiyet bağlamında ele alınması gereken bir olgu da yeni medya ortamında sıklıkla rastladığımız itiraf siteleri ve itiraf etme merakıdır. İnsan, yapısı gereği anlatarak rahatlama eğilimindedir. İtiraf yoluyla içinde onu kemiren duyguları dışarıya çıkararak rahatlar. İşte bu durum, insanların kendilerini rahat hissettikleri sanal ortamlarda korkusuzca ve mahremiyette sınır tanımayan itiraflarda bulunmalarına yol açmaktadır. Hemen her konuda rastlanılan itiraf sitelerinin önemli bir kısmı ise insanın en mahrem alanı olan cinsellikle ilgilidir. Cinsellik, toplumun merak duygusunu da arkasına alarak itirafların neredeyse ana konusunu oluşturmaktadır. Öyle ki, eşlerini aldatan insanlar bile bu durumu sanal ortamlarda hikâye haline getirip anlatabilmektedirler (Yılmaz, 2011: 133).

### **SONUÇ**

Mill'e göre; mahremiyete yönelik ihlaller bu ihlallerle yüz yüze kalan insan için uzun vadede ortalama bir insan olma ve kişiliğindeki sivrilikleri törpüleyip toplumun normallerine gelme durumunu yaratmaktadır (Yılmaz, 2011: 133). Yani bu yönüyle kamu, mahremiyete yaptığı saldırılarla onu kendi istediği sınırlara çekip bireyin özgür mahrem alan yaratmasını engellemektedir.

Medya tecimsel yapısı gereği en fazla insana ulaşma kaygısı güder. Bu kaygı geleneksel medyada olduğu gibi yeni medyada da mahremiyet ihlallerinin kulak ardı edilip haberin takipçi sayısı, tıklama adedi gibi olgular ön plana gelmektedir. Geleneksel gazetelerin 3. sayfalarında yer alan ve oldukça ilgi gören cinayet, tecavüz, gasp gibi mahremiyet barındırıcı haberler yeni medya ortamlarında da sağladıkları popülerite yüzünden tercih edilmektedir. Şahısların mahremiyetleri ise haberin maddi getirisi yanında hiçe sayılmaktadır.

Dijitalleşmenin etkisiyle bütün dünya birbirleriyle iletişim halinde olan, birbirlerinin her durumundan haberdar olan adeta küçük bir kasaba haline gelmiştir. İnsanların her şeyden hemen haberdar olabilmesi, sürekli bir etkileşim içinde bulunmasının aynı zamanda olumsuz tarafları da vardır. İnsanın özeli denilen alan bazen bizzat kendisi, bazen de çevredekilerin etkilemesiyle özel olmaktan çıkabilmektedir.

Medya izleyicisi artık televizyon, gazete veya radyonun mesaj gönderdiği homojen insan topluluğu olmak yerine, aldığı mesajları seçen hatta içerik üreten, kendi kanallarında istediği bireylere ulaştıran-yayınlayan, farklı ilgi alanları olan ve farklı gruplara dâhil heterojen insan topluluklarından oluşmaktadır.

Halkla ilişkiler ve reklam çalışmalarında hedef kişilere ulaşılabilecek her türlü kanalların etkinliği değerlendirilmektedir. Sosyal ağlar da ister çevrimiçi, ister çevrimdışı olsun halkla ilişkiler mesajlarının ve reklam uygulamalarının etkin bir şekilde yayılabileceği iletişim kanallarıdır. Halkla ilişkiler amaçlı planlanmış bir mesajın geniş kitlelere yayılmasında şirket çalışanlarının sosyal ağları kullanarak paylaşımında bulunmalarının etkili olabileceği ortaya çıkmıştır. Geniş ağların kullanılabilmesi mahrem olmayan içeriklerin yani mahrem içeriklerin de daha geniş bir alana ve daha hızlı biçimde yayılmasına önayak olmaktadır.

Mahremiyet ihlalleriyle ilgili konuların kadın ve onun bedeni ile doğrudan veya dolaylı bir ilintisi olduğu da makalede yer alan örnek vakalardan anlaşılmaktadır. Kadın bedeni, yaşanan mahremiyet sorunlarının neredeyse ana temasını oluşturmaktadır. Özne olan kadının ünlü olması ise medyada daha fazla dolaşıma girmesine yol açmaktadır.

Sonuç olarak; çevrimiçi sitelerin üzerinden insanların mahremiyetine yönelik saldırılar kaygı verici durumda olduğu anlaşılmaktadır. İnternet ve sosyal medyanın tüm mecralarında mahremiyet ihlali sorunu ile karşılaşılabilir.

**Çatışma Beyanı:** Çalışmaya aynı derecede katkı sağlamış olan yazarlar, aralarında hiçbir çakar çatışması olmadığını beyan ederler.

## KAYNAKÇA



- ASLAN, Cumhur (2011). “Türkiye’de Özel Alanın İfşası ve Mağduriyet Halleri: “Deniz Baykal” Örneği”, (Editör) Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 84-125.
- BİNARK, Mutlu ve BAYRAKTUTAN, Günseli (2013). Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik, İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- ÇETİNKAYA, Hüsamettin (2011). “Beden İdeolojisi Olarak Mahrem”, (Editör), Hüseyin Köse. Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 23-60.
- DİNEY, T., Xu, H., ve SMİTH, H. J. (2009). Information privacy values, beliefs and attitudes: An empirical analysis of Web 2.0 privacy. Proceedings Of The 42nd Hawaii International Conference On System Sciences. Los Alamitos, CA: IEEE Computer Society Press.
- GENÇ, Zülfü (2010). Web 2.0 Yeniliklerinin Eğitimde Kullanımı: Bir Facebook Eğitim Uygulama Örneği. Akademik Bilişim’ 10- XII. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri, [http://ab.org.tr/ab10/kitap/genç\\_AB10.pdf](http://ab.org.tr/ab10/kitap/genç_AB10.pdf)
- GÜNEY, Sevgi Kesim (2011). “Gözetimin Toplumsal Meşruiyeti”, (Editör), Hüseyin Köse. Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s.173-198.
- KETE, Nazmiye (2011). “Yoksulluk, Mahremiyet ve Ölüm İlişisini Medya Üzerinden Okumak”, (Editör), Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 61-83.
- KORKMAZ, İlhan (2013). Facebook ve mahremiyet: Görmek ve Gözetle(n)mek, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, 3:5, s.107-122.
- KUYUCU, Mihalis (2015). “Sosyal Madyada Mahremiyet: Türkiye’deki Twitter Kullanıcılarının Mahremiyet Anlayışı”, (Editörler), Ali Büyükaslan ve Ali Murat Kırık, “Sosyal Medya Araştırmaları 2 “Sosyalleşen Olgular”, Konya: Çizgi Kitabevi, s. 21-53.

- LAUDON, Kenneth C. ve LAUDON, Jane P. (2011). Yönetim Bilişim Sistemleri Dijital İşletmeyi Yönetme. (Çev; Uğur Yozgat). Ankara: Nobel Yayınları.
- HÜNERLİ, Selçuk (2011). “Namahrem Anime, Japon Animelerinde Erotizm, Cinsellik ve Mahrem “Fulya’nın İntikamı” Viral Kampanyası Örneği”, (Editör), Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 321-333.
- ÖZGE, Uğurlu (2011). “Postmodern Pazarlama Stratejisi Olarak Dönüşen Mahremiyet “Fulya’nın İntikamı” Viral Kampanyası Örneği”, (Editör), Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 247-263.
- YILDIRIM, Arif (2012). “Sosyal Medya ve Halkla İlişkilerde Değişen Medya Anlayışı”, (Editörler), Tolga Kara ve Ebru Özgen, Sosyal Medya, İstanbul: Beta basım yayım, s. 243-267.
- YILMAZ, Sıdıka (2011). “Her İletişim Bir Mahremiyet İhlalidir ve Her Mahremiyet İhlalinin Bir Haber Değeri Vardır.”, (Editör), Hüseyin Köse, Medya Mahrem, Medyada Mahremiyet Olgusu ve Transparan Bir Yaşamdan Parçalar, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, s. 129-146.



Makale Geliş Tarihi:

20 Ekim 2020

Makale Kabul Tarihi:

11 Aralık 2020

ARAŞTIRMA MAKALESİ

**KARABAĞ SORUNUNUN TÜRK İNTERNET MEDYASINDA SUNUMU:  
ANADOLU AJANSI ÖRNEĞİ**

Mustafa İNCE<sup>1</sup>

**Öz**

Azerbaycan ile Ermenistan arasında yaşanan sorunların temeli çok eskilere dayanmaktadır. Azerbaycan Türkleri ile Ermeniler arasında, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin dağılmasından önce de sonra da pek çok sorun yaşanmıştır. Bu sorunlardan biri ve belki de en önemlisi Dağlık Karabağ sorunudur. Dağlık Karabağ bölgesinde 1989 yılında başlayan ve 1994'e kadar devam eden olaylarda binlerce insan ölmüş, Azerbaycan Türkleri, Ermeniler tarafından yaşadıkları yerlerden sürgün edilmişlerdir. Bugün Azerbaycan topraklarının yüzde 20'si Ermenistan tarafından işgal edilmiş durumdadır. Ermeniler tarafından herhangi bir hukuki dayanağı bulunmaksızın işgal edilen Dağlık Karabağ için, uluslararası alanda henüz herhangi bir çözüme ulaşılamamıştır. Söz konusu sorunun çözülememesi nedeniyle bölgede zaman zaman ölümle sonuçlanan çatışmalar da devam etmektedir. Dağlık Karabağ sorununa yönelik zaman zaman taraflardan ve uluslararası kamuoyundan açıklamalar / çağrılar yapılmakta ve bu açıklamalar medya tarafından habere dönüştürülmektedir. İnternetin yaygınlaşması ve internet haberciliği, bu haberlerin anlık olarak dünyaya yayılmasını sağlamıştır. Böylece konunun gündemde kalması mümkün olmuştur. Çalışmada, Türkiye'de internet haber siteleri aracılığıyla Dağlık Karabağ sorununa ve sorunun çözümüne yönelik yayınlanan haberler ele alınarak değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler;** Azerbaycan, Karabağ sorunu, medyada Karabağ, Ermenistan

**PRESENTATION OF THE KARABAKH PROBLEM IN TURKISH INTERNET  
MEDIA: THE CASE OF ANADOLU AGENCY**

**Abstract**

The problems between Azerbaijan and Armenia date back to ancient times. Many problems occurred between Azerbaijan Turks and Armenians before and after the dissolution of the Union of Soviet Socialist Republics. One of these problems, and perhaps the most important one, is the Nagorno-Karabakh problem. Thousands of people died in the events that started in the Nagorno-Karabakh region in 1989 and continued until 1994, and Azerbaijani Turks were exiled from their places of residence by the Armenians. Today, 20 percent of Azerbaijani territory is occupied by Armenia. No solution has been reached in the international arena for Nagorno-Karabakh, which was

<sup>1</sup> Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, [mustafaince@karabuk.edu.tr](mailto:mustafaince@karabuk.edu.tr), ORCID ID: 0000-0001-8058-1076

occupied by the Armenians without any legal basis. Due to the inability to solve the aforementioned problem, conflicts that sometimes result in death still continue in the region.

From time to time, statements and calls are made from the parties and the international public regarding the Nagorno-Karabakh conflict and these statements are turned into news by the media. The widespread use of the internet and internet journalism have made these news instantly spread around the world. Thus, it was possible to keep the issue on the agenda. In the study, published articles in the Nagorno-Karabakh conflict Turkey via the internet news sites and for the solution of the problem is dealt with and evaluated.

**Keywords;** Azerbaijan, Karabakh conflict, media coverage Karabakh, Armenia

## **GİRİŞ**

Azerbaycan ve Ermenistan arasında yaşanan sorunların geçmişi neredeyse iki yüz yıllıktır. Sovyetler Birliği döneminde Ermeniler ile Azerbaycan Türkleri birçok kez çatışmalar yaşamış, bu olaylarda çok büyük beşerî kayıplar yaşanmıştır. Ermenilerin Azerbaycan Türklerine karşı saldırganca yaklaşımında Rusya'nın tutumu etkili olmuştur. Ruslar, Rus ihtilalinden önce de sonra da Ermenilere her zaman ihtimam göstermiş, ayrıcalık tanımıştır. Bu durum Ermenileri şımartmış ve saldırganca davranış sergilemelerine sebep olmuştur. Rusya topraklarında, Ermenilere daha fazla hak ve imkânların tanınması onların zenginleşmelerini sağlamış, yönetimde söz sahibi olmalarına imkân vermişti. Hatta Ruslar, 1905 yılında Azerbaycan Türkleri ile Ermeniler arasında yaşanan çatışmalar öncesinde Ermenileri silahlandırmış, binlerce Müslümanın hayatını kaybetmelerine sebep olmuştu (İnce, 2016: 13). İran, Rusya ve Osmanlı üçgeninde gelişen olaylarda Ermeni saldırganlığı Müslümanları ata yurtlarından etmek, onları fiilen yok ederek topraklarına sahiplenmeye yönelik topyekûn bir etnik temizleme siyaseti idi. 1918 yılında da benzer olaylar yaşanmış, Azerbaycan'ın bağımsızlığını engellemek için Rusların desteğiyle Ermeniler Bakü'de ve diğer bölgelerde Müslümanlara karşı büyük katliamlar uygulamışlardır. 1918 olayları bir milletin fiziksel olarak tasfiyesine yönelik Ermeni planının sadece bir halkasını oluşturuyordu (Asker, 2015: 482).

Sovyetler Birliği döneminde her ne kadar Ermeni saldırganlığı durdurulmuş gibi görünse de yine bu dönemde göç politikaları ve sınır tashihi adı altında hem Ermenistan yönetimi, ülke sınırları içinde Türk nüfusun azalmasını hem de Azerbaycan'dan toprak koparmayı başarmıştır.

Dağlık Karabağ sorunu, özellikle 1980'lerden sonra Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin (SSCB) zayıflamaya başlamasıyla birlikte ortaya çıkmış,

Ermenistan, Azerbaycan'a ait Karabağ bölgesinin dağlık kısmında hak iddia etmişti. "Ermeni aydınlar, Mihail Gorbaçov'un 1985 yılında SSCB'de devlet başkanı olmasından sonra Gorbaçov'la ilişkilerini geliştirdiler ve bu dönemde uygulanan glasnost ve perestroyka politikalarının sağladığı ortamdan istifade ederek, Dağlık Karabağ'a yönelik cüretkâr taleplerde bulundular. Ermeni aydınları, Dağlık Karabağ bölgesinin "tarihi Ermeni toprağı" olduğunu iddia ediyordu. Fakat belirtmek gerekir ki, Ermeni tarihçilerinin de destek verdiği bu iddia, ilim çevrelerinin çoğunluğu tarafından kabul görmedi ve eleştirildi" (Eyvazlı, 2017: 58).

Ermeniler 1987 yılından itibaren Karabağ ile ilgili taleplerini çeşitli platformlara taşımaya başladılar. "İlk olarak 'Helsinki Antlaşmalarının Uygulanmasını Gözetleme Ermenistan Komitesi' üyesi Robert Nazaryan öncülüğünde 75 bin imzalı bir dilekçe hazırlanarak ideolojik sorunlarla ilgili politik büro üyesi Mikhael Serguevlich'e gönderildi. Dilekçede Ermenilerin çoğunluğu oluşturduğu Karabağ ve Nahcivan'ın hangi sebeplerle Azerbaycan Cumhuriyeti'ne bağlandığı anlatıldı, bölgenin Ermeni özelliğı vurgulandı, malum Ermeni soykırımı iddialarına yer verildi, bu bölgelerin Türkleri memnun etmek için Azerbaycan'a bağlandığı iddia edildi ve bu durumdan dönemin Milliyetler Komiseri olan Stalin sorumlu tutuldu". Bu dönemde kitlesel gösteriler de düzenlendi. Bunlardan biri, 10 Ekim 1987'de Erivan'da yapılan gösteriydi. Bu gösterilerde öne sürülen toprak talepleri, Dağlık Karabağ ile sınırlı kalmadı ve Ermeniler, nüfusun ancak %1,4'ünü teşkil ettikleri Nahcivan'ı da istedi. Bu gösterilerin üzerinden çok geçmeden Ermeniler Türklere yönelik saldırılara başladı. 18 Ekim 1987'de Dağlık Karabağ'ın Çardaklı köyünde Türkler ve Ermeniler arasında çatışmalar yaşandı." (Eyvazlı, 2017: 58)

"Ancak yıllar geçtikçe Azeri ve Ermeni taraflar arasındaki gerginlik giderek çatışmaya dönüştü. Azeri-Ermeni çatışmalarının asıl başlaması ise 20 Şubat 1988'de Dağlık Karabağ Yerel Konseyi'nin (Azeri üyelerin katılımı olmaksızın) bölgenin Azerbaycan Sovyet Sosyalist Birliğı Cumhuriyeti'nden ayrılarak Ermeni Sovyet Sosyalist Birlik Cumhuriyeti'ne katılmasını onaylamasıyla başladı (Kurbanov, 1996: 6). Şubat 1988'de yüzbinlerce Ermeni, Erivan'da dört günlük bir gösteri düzenleyerek Karabağ Özerk Bölgesi'nin Ermenistan'a bağlanmasını talep etti. Bu gelişmeler Azerbaycan'da infiale sebep oldu. Söz konusu gerginlikler sonucu Azerbaycan'da 32

kişinin öldüğü 197 kişinin yaralandığı ciddi çatışmalar yaşandı. Yaşanan gerginlikler üzerine, SSCB Komünist Partisi Merkez Komitesi, Karabağ'ın Azerbaycan SSC 'den ayrılıp Ermenistan SSC 'ne bağlanma kararını reddetti (Yalçınkaya, 2006: 132). Ancak Karabağ üzerindeki çatışmaların devam etmesini gerekçe gösteren Sovyet yönetimi, bölgeyi, 12 Ocak 1989'da direkt Moskova yönetimine bağladı (Özyılmaz, 2013: 200).

SSCB'nin dağılmasından sonra da Azerbaycan ile Ermenistan arasında olaylar devam etti. Zaman zaman yaşanan çatışmalar neticesinde yüzlerce insan hayatını kaybetti. Bu olaylardan birisi de Hocalı katliamıdır. 26 Şubat 1992'de Ermeniler, Hocalı kasabasında 613 kişiyi katletti. 1993'te Aliyev'in göreve gelmesiyle olaylar kısmen de olsa duruldu. Aliyev, işbaşına gelir gelmez ilk olarak Azerbaycan'ı tekrar BDT'ye sokmak ve savaşı acilen durdurmak için uğraştı. Ancak siyasi istikrarsızlıkların yanı sıra, düzenli bir ordusu bulunmayan ve milis güçlerle kendisini savunmaya çalışan Azerbaycan'ın topraklarının yüzde 20'sini Ermenistan tarafından işgal edilmişti.

1994 yılında yapılan ateşkes anlaşmasına kadar (1988-1994 savaşlarında) toplam 32 binden fazla sivil Azerbaycan vatandaşı, 16 bin civarında da Azerbaycan askeri öldürüldü. "12 Mayıs 1994'te ateşkes imzalanmasını sağlayan Cumhurbaşkanı Haydar Aliyev, kısa sürede iç siyasette de istikrarı sağlayarak, Karabağ sorununun çözümüne yöneldi. AGİT ve diğer uluslararası güçler nezdinde girişimlerde bulundu. Bu çerçevede AGİT aracılığıyla sorunun çözümüne ilişkin yeni bir plan hazırlandı. Ancak Birleşmiş Milletlere bağlı Minsk grubunda sürdürülen barış görüşmeleri, Ermenistan'ın sürekli karar değiştirmesi ve BM'ye üye ülkelerin durumu ciddiye almaması yüzünden herhangi bir neticeye bağlanamadı." (Özyılmaz, 2013: 202)

Maalesef günümüze, Ermenistan'ın işgalci politikasını durdurmak yönünde uluslararası kuruluşlar ve bölgesel güçler etkin bir politika yürütmemektedirler. Son dönemde Ermenistan askeri iş birliği adıyla bölgede Rus ordusunun fiilen desteğini arkasına almış durumdadır. İki ülke arasındaki son dönemde oluşturulan Birleşik Ordu Grubu bundan sonraki süreçte de bölgesel barışı tehdit etmektedir (Asker, 2017).

Jeopolitik açıdan büyük öneme sahip olan ve önemli yeraltı kaynakları bulunan bölge, Türkiye dâhil Rusya, İran ve birçok batılı ülke için stratejik önem arz

etmektedir. Ancak doğrudan ilgi alanına girmeyen batının, bu bölgedeki sorunların çözümüne yönelik yaklaşımın da isteksizdir. Bu durumda yıllardır devam eden sorunlar yüzünden bölge diken üstünde kalmaya devam etmektedir.

## 1. Karabağ Sorunu

Karabağ, stratejik açıdan önemli olmasının yanı sıra, coğrafi yapısı, ekonomik ve kültürel özellikleri bakımından da ilginç bir bölgedir. 4.400 kilometre karelik bir alanı kapsayan bölgenin çoğu dağlık ve ormanlık alandır. Nüfus açısından ele alındığında bölgede yerleşik halkın çoğunluğunun Türklerden oluştuğu görülmektedir. 1810'da Çarlık yönetimi tarafından yapılan sayıma göre toplam 12.000 aileden oluşan nüfusun 9.500'ünü Azerbaycan Türkleri, 2.500'ünü ise Ermeniler oluşturmaktaydı (İşgenderli, 2017). Ancak daha sonraki yıllarda Çarlık Rusya'sının uyguladığı göç politikaları gereği bölgede Ermeni nüfusu çoğaldı (Bayat, 2011). Ruslar, İran ve Anadolu Ermenilerini, Kafkas sahasına getirerek Karabağ'a yerleştirdiler (Taşkiran, 1997: 16). Ermeni nüfusun bölgede çoğalmasıyla birlikte ortaya çıkmaya başlayan sorun 1980'li yıllarda tekrar hortlamıştır.

“20 Şubat 1988'de Dağlık Karabağ Özerk Bölgesi Sovyeti, Azerbaycan'dan ayrılarak Ermenistan'a bağlanma talebini Azerbaycan, Ermenistan ve SSCB'ne bildirmiş ve Azerbaycan'ın bu talebi reddetmesiyle ülkede protesto gösterileri ve şiddet olayları gelişmiştir.” (Yiğit ve Gülbiten, 2018). “Gorbaçov'un Sovyet Komünist Partisinin 19'uncu kongresinde Yukarı Karabağ sınırlarının değiştirilemeyeceğini bildirmesi üzerine Ermenilerin bölgedeki faaliyetleri arttı. 12 Temmuz 1988'de Yukarı Karabağ Ermenileri, özerk bölge olarak resmen Ermenistan'a bağlandıklarını ilan ettiler. Devlet kurumlarına Ermenistan bayrağı çektiler. Yukarı Karabağ'la birleşme planının son aşaması olarak 1 Aralık 1989 tarihinde Ermenistan Parlamentosu, Azerbaycan'a bağlı Yukarı Karabağ bölgesiyle birleşme kararı aldı. Moskova, Ermenistan Parlamentosunun aldığı bu karara tepki gösterdi. Ermenistan Parlamentosu, Azerbaycan'ın onayı olmadığından bu kararın Sovyet Anayasasının 78. Maddesini çiğnemiş oluyordu. Ermenilerin attığı bu adımlar, Azerbaycan'da büyük tepki yarattı. Ancak Ermenistan tutumuna devam etti.” (Gökçe, 2011)

“1989’un ortalarına kadar, Ermeni Ulusal Hareketi (EUH) ve Azerbaycan Halk Cephesi’nin (AHC) oluşmuş ve Ermenistan Parlamentosu’nun Dağlık Karabağ’ın Ermenistan’la birleştiğini 1 Aralık 1989’da ilan etmesiyle kriz yeni bir boyut kazanmıştır. 14 Azeriler ve Ermeniler arasındaki çatışmalar, 1990’a kadar devam etmiş ve SSCB Yüksek Sovyeti Azerbaycan’daki denetimini kaybetmemek adına 20 Ocak’ta birliklerini Bakü’ye göndermiştir. 15 Bu müdahale sonrasında sorun, 3 Eylül 1991’deki “Dağlık Karabağ Cumhuriyeti” nin ilanı ile farklı boyut kazanarak devam etmiştir.” (Yiğit ve Gülbiten, 2018: 4).

Pek çok farklı parametresi bulunan dağlık Karabağ sorununun, batılı ülkelerin hantal ve isteksiz tavırları nedeniyle kısa zamanda bir çözüme kavuşması olası gözükmemektedir. “Bugün, taraflar kendi tezlerini, küresel güçlerin bölgesel menfaatleriyle özdeşleştirerek kazançlı çıkmaya çalışmaktadır. Buna karşın uluslararası kamuoyu problemin çözümü için gereken siyasi inisiyatifi üstlenmemektedir.” (Yılmaz, 2013)

## **2. Çalışmanın Amacı ve Kapsamı**

Bu çalışmada, Türkiye’deki internet haber sitelerinde Karabağ sorununa ilişkin yayımlanan haberlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Türkiye’de internet haberciliği özellikle son on yılda büyük gelişme göstermiş ve giderek daha fazla insana ulaşmaya başlamıştır. Böylece herhangi bir olay karşısında kamuoyu oluşmasına katkıda bulunmuştur. Çalışma kapsamında, 2017 yılında Karabağ sorununun çözümüne yönelik girişimlerle ilgili olarak Anadolu Ajansı tarafından medyaya sunulan haberlerin incelenmesi amaçlanmıştır. 2017 yılında Anadolu Ajansı’nın sunduğu Karabağ ile ilgili haberlere ulaşarak, Karabağ sorununun çözümü için ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirilen girişimlerle ilgili haberler incelenmiştir.

## **3. Türk İnternet Medyasında Karabağ Sorununun Yer Alması**

Türkiye’nin hem Azerbaycan’la olan Milli bağları hem de bölgenin jeopolitik açıdan önem arz etmesi, Dağlık Karabağ sorununa yakından ilgi göstermesine neden olmaktadır. Siyasiler, çoğu zaman çeşitli platformlarda konuya ilişkin görüşlerini paylaşarak Türkiye’nin Azerbaycan’ın yanında olduğu mesajını vermektedirler. Basın da konuya ilişkin haklı bilgilendirmek, kamuoyu oluşturmak ve siyasilerin görüşlerini



kitlelere yaymak adına konu ile ilgili haberleri yayınlamaktadırlar. Özellikle internet haberciliği ile bilgi ve haberin daha hızlı ve daha kolay dağılımı sağlamıştır. Böylece internet haberleri de daha önemli hale gelmiştir.

Anadolu Ajansı tarafından 23 Kasım 2017 tarihinde yayınlanan **“NATO Genel Sekreteri Stoltenberg: Dağlık Karabağ sorununun çözülmemesi endişe verici”** başlıklı haberde, NATO Genel Sekreteri'nin Karabağ sorununun çözülememesinin endişe verici olduğu söylendiği belirtildi.

Haberde, NATO Genel Sekreteri Jens Stoltenberg, Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'le Brüksel 'de gerçekleştirilen görüşmesinin ardından, Azerbaycan'a, Afganistan'da 'Kararlı Destek Misyonu 'na sağladığı katkılardan dolayı teşekkür ettiği, Stoltenberg, Azerbaycan'ın asker sayısını artırma kararını memnuniyetle karşıladığını belirttiği yazıldı. Haberde, Stoltenberg'in, Azerbaycan ve NATO arasında uzun yıllardır demokratik değerlere dayanan bir iş birliği olduğunu hatırlattığı, tarafların kabiliyet gelişimi ve enerji güvenliği gibi çok farklı alanlarda iş birliği yaptığını belirttiğine yer verildi.

"Dağlık Karabağ sorununun çözülmemesi endişe verici" alt başlığıyla verilen haberin devamında ise; “Stoltenberg, görüşmede Güney Kafkasya bölgesinde güvenlik durumunu da ele aldıklarını belirterek, *"Dağlık Karabağ sorununun çözülmemesi endişe verici." vurgusunu yaptı.*” NATO'nun bu konuda doğrudan bir rol oynamadığını hatırlatan Stoltenberg, soruna askeri bir çözüm bulunmadığının çok açık olduğunu, Minsk Grubu'nun çalışmalarına destek verdiklerini bildirdi. Stoltenberg, soruna tarafların anlaşarak çözüm bulmaya çalışmasının önem taşıdığını ve gerginliğin tırmanmaması için çaba sarf etmeleri gerektiğini kaydetti.” İfadelerine yer verildi.

Haberin son kısmında ise Aliyev'in, Ermenistan'ın mevcut durumu sürdürmek istediğini söylediği belirtilerek, *“Aliyev, Stoltenberg'le birlikte bölgesel güvenlik konularını da ele aldıklarını kaydederek, "Bölgesel güvenlik için en büyük tehdit, Ermenistan ve Azerbaycan arasındaki çözülmemiş sorun olarak ortaya çıkmaktadır." diye konuştu. Azerbaycan topraklarının uzun yıllardır Ermenistan'ın işgalinde olduğunu anımsatan Aliyev, 1 milyondan fazla Azerbaycan vatandaşının sığınmacı*

*haline geldiğini ya da kendi ülkeleri içinde göç etmek zorunda kaldığını ifade etti. Aliyev, "Azerbaycan halkına karşı etnik temizlik gerçekleştirildi. Durum maalesef değişmiyor. Ermenistan mümkün olduğu müddetçe mevcut durumu sürdürmek istiyor"* dediği ifade edildi. Anadolu Ajansı tarafında yayınlanan bu haberin, NATO ile Azerbaycan'ın 'iyi' ilişkisinin kamuoyuna yansıtılması ve Azerbaycan'ın mağduriyetinin dünya kamuoyuna duyurulması açısından önemli olduğu anlaşılmaktadır.

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın **"Dağlık Karabağ meselesi bizim de hususi meselemiz"** sözlerini başlığa taşıyan 22 Kasım 2017 tarihli bir başka haberinde Anadolu Ajansı, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın, Dağlık Karabağ sorununa ilişkin *"Bu işi yine bu bölgede çözecek güç Sayın Putin'dir. Bugün fırsat bulmam halinde tekrar gündeme getiririm. Çünkü Dağlık Karabağ meselesi bizim de hususi meselemizdir. Bunu kenara bırakmayız"* dediğini yazdı.

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın, İstanbul Kongre Merkezi'nde düzenlenen İslam İş birliği Teşkilatı (İİT) Ekonomik ve Ticari İş birliği Daimî Komitesi'nin (İSEDAK) 33. Toplantısı'nın açılış töreninin ardından, Kalkınma Bakanı Lütfi Elvan ve İİT Genel Sekreteri Yusuf Bin Ahmed El Useymim ile birlikte heyet başkanlarını kabul ettiği toplantının ardından bir gazetecinin;

*"Bugün Soçi'ye gideceksiniz ve daha önce Dağlık Karabağ'ın da Putin ile yapacağınız görüşmede gündeminizde olacağını söylemişsiniz?"* şeklindeki sözleri üzerine şunları kaydetti:

*"Geçen gidişimde Dağlık Karabağ'ı konuşmuştuk. Bununla ilgili olarak da Sayın Putin, bu konuda elinden gelen ne varsa bunu yapmaya gayret ettiğini söylemişti. Ben bu 5 rayon meselesinde daha hassas olmalarını ve bu konuda, çünkü artık süre neredeyse süre 30 yıla doğru gidiyor. Bu işi yine bu bölgede çözecek güç, Rusya'dır, Sayın Putin'dir. 'Bu konudaki hassasiyetinizi özellikle bekliyorum' demiştim. Bugün de yine üçlü bir görüşme olduğu için fırsat bulmam halinde tekrar gündeme getiririm. Çünkü Dağlık Karabağ meselesi bizim de hususi meselemizdir. Bunu kenara bırakmayız."* İfadelerine yer verildi. Anadolu Ajansı'nın yayınladığı bu haberde de Karabağ sorununun çözümü noktasında iki önemli lider olan Erdoğan ve Putin'in

konuyu ele alması ve konunun tekrar gündeme getirilmesi açısından oldukça önemli olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca haberde Erdoğan'ın "*Çünkü Dağlık Karabağ meselesi bizim de hususi meselemizdir*" açıklamasına yer verilmesi, Türkiye'nin meseleye sahip çıktığını göstermesi bakımından da önem taşımaktadır.

Anadolu Ajansı Dağlık Karabağ konusunda çözüm arayışlarına istinaden yayınladığı bir başka haberi 16 Ekim 2017'de "**Aliyev ve Sarkisyan Dağlık Karabağ'ı görüştü**" başlığıyla vermiştir.

Azerbaycan Cumhurbaşkanı İlham Aliyev ve Ermenistan Cumhurbaşkanı Serj Sarkisyan, Dağlık Karabağ sorununu görüşmek üzere İsviçre'nin Cenevre kentinde bir araya geldiğinin belirtildiği haberin girişinde, Azerbaycan Cumhurbaşkanlığından konu ile ilgili bir açıklama yapıldığı bilgisine yer verildi. Açıklamada, Azerbaycan Dışişleri Bakanı Elmar Memmedyarov, Ermenistan Dışişleri Bakanı Eduard Nalbandyan, AGİT Minsk Grubu eşbaşkanları Rus İgor Popov, Fransız Stephane Visconti, Amerikalı Andrew Schofer ve AGİT Özel Temsilcisi Andrzej Kasprzyk'ın da görüşmede hazır bulunduğu belirtildi.

Aliyev ve Sarkisyan, daha sonra ikili görüşme yaptığının belirtildiği haberde, görüşmelerin ardından AGİT Minsk Grubu eşbaşkanları ortak bildiri yayımladığına da yer verildi.

Toplantının yapıcı bir atmosferde geçtiği bilgisinin belirtildiğine yer verilen haberde, "*Toplantı yapıcı bir atmosferde geçti. Cumhurbaşkanları, müzakere sürecini yoğunlaştırmayı ve temas hattındaki gerilimi azaltmak için ek önlemler almayı kabul etti. Eş başkanlar, uzun bir aradan sonra gerçekleşen bu görüşmeden duydukları memnuniyeti dile getirdi. Eş başkanlar, Dağlık Karabağ sorununun barışçıl yollarla çözümü için taraflarla birlikte çalışmaya devam edecekler. Bir sonraki aşamada eş başkanlar, dışişleri bakanlarıyla görüşme gerçekleştirecek*" denildiği belirtildi.

Haberin sonunda ise Aliyev ve Sarkisyan, en son Haziran 2016'da Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'in arabuluculuğunda St. Petersburg'da bir araya geldiği hatırlatıldı. Anadolu Ajansı'nın yayınladığı bu haberin, Dağlık Karabağ konusunun gündemde kalmasına ve çözüm noktasında ilgisiz ve duyarsız kalan dünya kamuoyuna olayın tekrar hatırlatılması noktasında önemli katkı sağlayacağı anlaşılmaktadır.

Karabağ'da çözümlenmeye yönelik “**Rusya'da üçlü Dağlık Karabağ görüşmesi gerçekleşti**” başlıklı haber, Anadolu Ajansı tarafından 28 Nisan 2017'de yayınlanmıştır.

Haberde, Moskova'da Rusya Dışişleri Bakanı Sergey Lavrov, Azerbaycanlı ve Ermenistanlı mevkidaşları Memmedyarov ve Nalbandyan ile Dağlık Karabağ temalı görüşme gerçekleştirdiği belirtilmiştir.

Haberin devamında “*Rusya Dışişleri Bakanlığında yapılan açıklamaya göre Rusya'nın girişimi ile gerçekleştirilen toplantıda taraflar 2016 Mayıs ve Haziran'da devlet başkanlarının Viyana ve Petersburg görüşmelerinde elde edilen anlaşmalara uyulması gerektiğini teyit etti*” denilmiştir.

Üçlü görüşmeye daha sonra Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (AGİT) Minsk Grubu eş başkanları Rus İgor Popov, Fransız Stephane Visconti, Amerikalı Richard Hoagland ve AGİT Özel Temsilcisi Andrzej Kasprzyk de katıldığını belirtildiği görüşmenin sonrasında Memmedyarov ve Nalbandyan'ın, Dağlık Karabağ sorununun barış yoluyla çözülmesi yolunda gösterdiği çabalar için Lavrov'a teşekkür ettikleri bilgisine yer verildi.

Yukarıda ancak belirli sayıda yer verebildiğimiz haberlerin onlarcası her yıl Anadolu Ajansı tarafından haberleştirilerek kamuoyuna duyurulmaktadır. Anadolu Ajansı'nın yayınladığı haberlerin aboneleri aracılığıyla tekrar tekrar yayınlandığı düşünüldüğünde, konunun gündemde kalması ve konu hakkında kamuoyu oluşmasında katkı sağladığı düşünülebilir.

## **SONUÇ**

Ermenistan, Karabağ'da tarihi olarak önceliklerinin olduğu ve bu bölgede yaşayan çok sayıda Ermeni bulunduğu iddiasıyla bölgeyi işgal etmiştir. Azerbaycan ise söz konusu bölgenin Azerbaycan toprakları olduğu ve Ermenilerin işgalinin hukuki bir dayanağı bulunmadığını savunarak, Ermenilerin bu bölgeye Ruslar tarafından yerleştirildiğini belirtmektedir. Bu yaklaşımlar sebebiyle yıllardır anlaşmazlıkların yaşandığı bölgede kalıcı çözüm için samimi adımlar atılmamıştır.

Aslında bu bölgenin işgalinde Azerbaycan'ın iddia ettiği gibi bir Rus politikasının yattığı açıktır. Rusya bugün dahi sıcak denizlere inme politikası

çerçevesinde bazı bölgelerdeki nüfuzunu artırma ve devam ettirme gayretindedir. Dağlık Karabağ sorunu hem Rusya'nın bölgedeki politikaları hem de batılı devletlerin umursamazlığı sebebiyle henüz bir çözüme kavuşturulamamıştır. Bölgedeki çözümsüzlük ise zaman zaman ateşkes ihlallerine ve çatışmalara sebep olmaktadır.

Bölge hem Azerbaycan hem de Ermenistan için büyük önem taşımaktadır. Ermeniler bölgeyi milli birliğin bir unsuru olarak değerlendirirken, Azerbaycan ise bölgeye ekonomik katkısından ziyade toprak bütünlüğü ve milli-manevi değerler açısından yaklaşmaktadır. Azerbaycan Türkleri tarafından bölgenin kaybının kabul edilemez bir durum olduğu düşünülmektedir. Ancak bölgedeki çözümsüzlük her iki taraf içinde yıkıcı olmuştur. Azerbaycan ve Ermenistan'dan binlerce insan hayatını kaybetmiş, yüzbinlerce kişi mülteci durumuna düşmüştür.

Bölgeye çözümün getirilmesi şüphesiz çok yönlü bir çalışmayla mümkün olabilecektir. Başta taraf devletler Azerbaycan ve Ermenistan olmak üzere, uluslararası kuruluşların çabası hem bu ülkelerin güvenliği hem de Hazar ve Karadeniz bölgelerinin ekonomik kalkınması açısından önemli ve gereklidir. Siyasi girişimlerin yanı sıra, konuyu uluslararası düzeyde gündemde kalması da önem arz etmektedir. Burada da medyaya büyük görevler düşmektedir. Konunun gündeme gelmesi, gündemde kalması ve uluslararası kamuoyunun oluşmasını için taraf ülkelerle egemen ülkelerin medyalarının daha fazla çaba göstermeleri gerekmektedir. Türkiye'nin önemli haber ajanslarından biri olan Anadolu Ajansı, konuyla ilgili yaşanan en ufak bir gelişmeyi haberleştirerek dünyaya servis etmeye çalışmıştır. Ayrıca Anadolu Ajansı, Karabağ konusunda, Azerbaycan'ın haklılığını destekleyecek ve Azerbaycan yönetiminin çözüm için çaba gösterdiğine yönelik haberleri de yayınlamaya dünyada Azerbaycan lehine bir kamuoyu oluşmasında katkıda bulunmayı amaçlamıştır.

#### **KAYNAKLAR**

- ASKER, A. (2017). The Advanced Stage of Russia-Armenia Military Cooperation: The Military Force, Review of Armenian Studies, No. 35, pp. 59-89.
- ASKER, A. (2015). "Ermeni Meselesi" ve Kafkasya Gerçekleri, İçinde. Yüzüncü Yılında Ermeni Meselesi: "İddialar-Yalanlar-Gerçekler" (Editör. Hakan Boz), Algan yayıncılık, İstanbul, s. 446-482.

- BAYAT, E. (2011). Foreign Policy of Russia and Turkey on Nagorno Karabakh Conflict. Tehran, "Andisheh No" Publication.
- EYVAZLI, E. (2017). "Türk Basınında Dağlık Karabağ Sorunu: Milliyet, Hürriyet, Sabah Gazeteleri Örneği", MUTAD, 2017; IV (1): 57-74 (ISSN 2148-6743); DOI: 10.16985/MTAD.130405
- GÖKÇE, M. (2011). "Yukarı Karabağ Sorunu ve Türkiye-Ermenistan İlişkileri Üzerine bir Değerlendirme" Turkish Studies- International Periodical For The Languages, literature and History of Turkish or Turkic. Volume 6/1 Winter 2011, p. 1139-1154, TURKEY.
- İSGENDERLİ, A. (2011). Realities of Azerbaijan 1917 1920. Xlibris Corporation.
- İNCE, M. (2016). Bolşevik Propagandasına Karşı Bir Uyarı Aracı: Bildiriş Gazetesi (1930-1931), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi. İstanbul, s.1-173.
- KURBANOV, E. (1996). "Azerbaycan'ın Güvenlik Kaygıları: Dağlık Karabağ Üzerinde Ermenistan'la Çatışma ve Diğer Ülke İçi Anlaşmazlıklar" Avrasya Etütleri, C. 3, S. 4.
- ÖZKUL, O. ve VERMEZ, H. (2014). "Dağlık Karabağ Probleminin Tarihi ve Siyasi Nedenleri", Yeni Türkiye Dergisi, S. 60, Ankara, s. 1-14.
- ÖZYILMAZ, E. V. (2013). "Geçmişten Günümüze Dağlık Karabağ", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 15 /2, (ss.191-208).
- SARIAHMETOĞLU, N. (2011). Karabağ, İstanbul: IQ Yayıncılık
- SWIETOCHOWSKI, T. (1998). "Müslüman Cemaatten Ulusal Kimliğe Rus Azerbaycan'ı 1905-1920", (Çev: Nuray Mert), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- TAŞKIRAN, C. (1995). Geçmişten Günümüze Karabağ Meselesi, Ankara: Gn. Kur. Askeri Tarih ve Stratejik Etüt Başkanlığı Yayınları, Genelkurmay Basım Evi.
- TAŞKIRAN, C. (1997). "Karabağ'da Son Durum", Yeni Türkiye Dergisi, C. 3, S. 16, Ankara, s.1192.

YALÇINKAYA, A. (2006). Kafkasya'da Siyasi Gelişmeler, Ankara: Lalezar Kitabevi.

YILMAZ, R. (2013) “Kafkasya’da Çözülemeyen Kördüğüm: Dağlık Karabağ Sorunu”, Çankırı Karatekin Üniversitesi Uluslararası Avrasya Strateji Dergisi 2(1): 71-90.

YİĞİT, S. ve GÜLBİTEN, G. (2018). “Rusya’nın Güney Kafkas Dış Politikası: Dağlık Karabağ ve Hazar Denizi”, Barış Araştırmaları ve Çatışma Çözümleri Dergisi, 5 (2), 1-30. DOI: 10.16954/yalovabaccd.374409

### İNTERNET KAYNAKLARI

<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/nato-genel-sekreteri-stoltenberg-daglik-karabag-sorununun-cozulmemesi-endise-verici/976380>

<https://aa.com.tr/tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-daglik-karabag-meselesi-bizim-de-hususi-meselemiz/974323>

<https://aa.com.tr/tr/dunya/aliyev-ve-sarkisyan-daglik-karabagi-gorustu/939187>

<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/rusyada-uclu-daglik-karabag-gorusmesi-gerceklesti/807503>

**Not:** Bu çalışma 23-24 Mayıs 2018’de Bakü’de düzenlenen, “Kafkaslarda Devletlerarası Münasebetler; 100 Yıl Evvel ve Muasır Devir” konulu konferansta bildiri olarak sunulmuştur.



Makale Geliş Tarihi:

22 Ekim 2020

**ETİK AÇISINDAN SABAH GAZETESİ ÜZERİNE BİR İNCELEME**

Makale Kabul Tarihi:

14 Ocak 2021

**Mesut YILMAZ<sup>1</sup>**

**ÖZ**

Gazetecinin asli görevi, kamuoyunu dünyada olup bitenler hakkında bilgilendirmek ve bu doğrultuda kişilerin kendi kanaatini oluşturma hakkına katkıda bulunmaktır. Bu şekilde yapıldığı takdirde gazetecinin mesleki etik kuralları çerçevesinde görevini gerçekleştireceği öngörülür. Fakat gazetecilikte etik sorunlara yol açan birtakım etmenler bulunmaktadır. Bu etmenlerden dolayı gazetecilikte etik sorunlar meydana gelir ve gazeteci birincil işlevini yerine getiremez. Bu çalışmada etik kavramı, meslek etiği ve basın etiğindeki sorunlardan biri olan tarafsızlık ilkesinin ihlalden oluşan etik sorunlar ele alınacaktır. Çalışma kapsamında 7 Haziran 2015 Türkiye genel seçimlerindeki *Sabah* gazetesinin seçimlerden önceki bir aylık süre zarfında yayınlamış olduğu birinci sayfasındaki haber manşetleri, başlıkları ve haber girişleri, spotları internetten taranarak Teun A. van Dijk'in eleştirel söylem analizi modeli ile incelenecektir. *Sabah* gazetesinin örneklem olarak ele alınmasının sebebi, siyasi iktidar ve muhalefete karşı dikkat çeken yayınları göz önünde bulundurulmuştur. Makale için kullanılan gerekli veriler var olan kayıtlı/yazılı bilgi birikimine başvurularak toplanıp değerlendirilmiştir. Basının etik açısından neden tarafsızlık ihlali yaptığı konusu ideolojik nedenlere bağlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Etik, Medya, Gazeteci, Sabah

**AN INVESTIGATION ON THE SABAH NEWSPAPER IN ETHICS**

**ABSTRACT**

The primary duty of the journalist is to inform the public about what is happening in the world and to contribute to the right of individuals to form their own opinions in this direction. If done in this way, it is predicted that the journalist will fulfill his duty within the framework of professional ethics rules. However, there are some factors that cause ethical problems in journalism. Due to these factors, ethical problems arise in journalism and the journalist cannot fulfill his primary function. In this study, ethical problems arising from the violation of the principle of neutrality, which is one of the problems in ethics, professional ethics and press ethics, will be discussed. Working under the June 7, 2015 Turkey which was published during the previous months of the election the morning newspaper in the general elections, the first page of the news headlines, headlines and news entries, spotlights scanning the Internet will be examined by Teun A. van Dijk critical discourse analysis model. The reason why Sabah newspaper was taken as a sample was taken into consideration by its publications that draw attention

<sup>1</sup> Arş. Gör., Karabük Üniversitesi Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi, mesutyilmaz@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-0053-5147



to the political power and opposition. The necessary data used for the article were collected and evaluated by referring to the existing recorded / written knowledge. The issue of why the press violates its ethical neutrality is linked to ideological reasons.

**Keywords:** Ethic, Media, Journalist, Sabah

## GİRİŞ

Kolektif yaşamın olduğu her yerde etik konusu ele alınabilmektedir. Dolayısıyla her yerde bulunan etik kodlar mesleklerde de bulunmaktadır. Toplumdan topluma kültürel anlamda etik kodlar değişse de meslek etiğindeki etik kodlar değişmezdir. Meslek etiğindeki var olan yazılı ibareler evrensel olarak tanınıp kabul edilen etik kodlardır. Nitekim kültürel olarak kabul edemeyip başka bir insanın herhangi bir davranışından kaynaklı bize gelen “bu hiç etik değil” düşüncesi, meslek etiklerinde hali hazırda var olan kodlara uyum sağlanmadığı zaman o meslekte etik ihlali yapıldığı anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada meslek ilkelerinden medya etiği ile ilgilenilecektir. Toplum üzerinde önemli etkilere sahip kitle iletişim araçlarından biri olan gazete, televizyon, radyo ve yeni medya içerisinde de etik ihlaller her zaman olmaktadır. Medyadaki yer alan etik ihlaller; tarafsızlık ilkesinin ihlali, özel yaşama müdahale, şiddetin sunumu ve magazinleşme olarak yer almaktadır. Medyada etik olamamanın önündeki engeller ise reyting kaygısı, politik kaygı, tekelleşme ve ekonomik kaygıdır.

Medya etik ihlallerinden biri olan tarafsızlık yani yanlı yayın politikası, bu ihlale girişmiş olan medya organı sahiplerinin ya da sahibinin ideolojik tutumlarıyla ilgilidir. Kamuya kendini doğru ve özgür bir biçimde yansıtma çabası içerisinde olan bir yazılı basının yanlı yayın politikası izledikçe kendisinden bilgi alan kesim de yalnızca aynı ideolojik görüşte olanlardan olacaktır. Öyle ki kendi ideolojik düşüncesini desteklemeyen yayınlar yapan bir televizyon kanalının haberini hatta dizisini dahi izlemeyen bir toplum ortaya çıkmaktadır. Böylelikle bu etik ihlaller toplumda adeta takım tutar gibi gazete seçimlerinde de bir fanatikleşme oluşturmuştur. Bu bağlamda medya kendisini göstermiş olduğu gibi tarafsız ve özgür yayın politikasını benimseyebildiği takdirde tüm topluma ulaşabilmektedir.

Medyada haber verme açısından önemli bir dönem olan seçim öncesi dönemleri tarafsızlık açısından oldukça kıymetli bir zaman dilimidir. Tek bir siyasi parti haberlerini vermek yerine diğer siyasi partilerin de aynı şekilde haberlerinin verilmesi gereklidir. Ancak etik ihlalinde bulunan bir medya organı için bu sıradan bir dönemdir. İdeolojisi gereği nasıl bir politika izleyeceği önceden bellidir.

Bu çalışmada da örneklem olarak alınmış olan *Sabah* gazetesinin inceleneceği dönemdeki yayımlanmış haberleri, ayrıntıları ile incelenip etik ihlalleri gösterilmeye çalışılacaktır.

### 1. Etik Kavramı

“Etik” sözcüğünün etimolojik kökeni Yunanca “ethos” sözcüğünden gelmektedir. Ethos sözcüğü ise birbirinden oldukça farklı birçok anlama işaret etmektedir. Yunancada çoğul olarak kullanıldığında genellikle bir kişinin esas yeri yurdu, kaldığı yer, ikamet ettiği ev bark, memleket demektir. Sözcüğün gene genellikle çoğul olarak kullanıldığında karşılaştığımız anlamları, alışkanlıkları, geçmişten uzana gelen birikimleri, insan davranışının alışıldık, bildik tarzlarını, hayatın belli alışkanlıkları, töreleri, adetleri vb. kapsar. Sözcüğün üçüncü bir öbekte karşımıza çıkan anlamları ise, töresel-ahlaksal bilinç, töresel-ahlaksal inanç ve davranışlar, tutumlar; töresel-ahlaksal karakter, töresel-ahlaksal olanın kendisidir (Atayman, 2011: 11).

Etik, insanlar arasındaki davranış standartlarının belirlenmesi, ahlaki bir yargı ya da felsefe çalışmasıdır (Özgen, 1998: 41). Etik, Yunancada, iyi bir “varoluş tarzı”, bilgece bir eylem yolu arayışına karşılık gelir. Bundan dolayı etik, felsefenin bir parçası, pratik varoluşu iyi tasarımı etrafında düzenleyen parçasıdır (Badiou, 2016: 17).

Ethos sözcüğü başlangıçta hayvanların bir arada kalması anlamında da kullanılmıştır. Ethos ile aynı kökten gelen Yunanca “syn-ethes” sözcüğü de hem “birlikte oturarak, birlikte yaşayarak” anlamlarına hem de “birbirine alışmış, birbirini tanıyan”, hatta akraba, ortak yaşama alışkanlıkları ve yaşama tarzı sayesinde “birbirine bağlanmış” anlamlarına da gelmektedir (Atayman, 2011: 12-13).

Evers'e (2010: 47) göre etik, ahlâk üzerine düşünmeyle ilgili bir davranış bilimi olarak tanımlanabilmektedir. Toplumsal bir bağlamda davranışı düzenleyen ve neyin uygun ya da uygunsuz, izin verilir ya da verilmez, doğru ya da yanlış olduğu perspektifinden hareketle bir değerler, ilkeler ve kurallar bütünüdür.

Ethos kavramının etimolojisi, içerdiği ve birbirine bağladığı anlamlarla bizi ahlaksal olanın maddi kökenlerine kadar geri götürmekle kalmaz, ahlaksal olanın, hayatın bu en ilkel aşamasından en üst düzlemdeki karmaşık gelişmişlik düzlemine kadar uzana gelen gelişmesini anlamamızı da kolaylaştırır. Kolektif yaşamın, çalışmanın ve ikametnin belli bir tarz ve biçimi, zorunlu olarak bir yasal düzenlilik içinde bulunduğu belirli davranış tarzı ve biçimlerine, alışkanlıklara, töre, adet, gelenek ve göreneklere yol açmakla kalmayıp aynı zamanda belli ahlaksal görüş ve anlayışları, duyguları, kural ve normları da beraberinde getirmektedir. (Atayman, 2011: 15).

Bir başka deyişle etik, bireyi vesayet altına almak yerine toplum içinde diğerleriyle birlikte yaşarken, bireyin kendini nasıl kendi olarak gerçekleştirebileceğine ya da neyse o olarak var olabileceğine ilişkin yolları gösterecektir. Dolayısıyla etik, insan merkezlidir; insanlar arası ilişkilerin düzenlenmesi ve yönlendirilmesi ile ilgilidir. Bugün çevre etiği gibi kavramlardan söz edilebilse de bu, küresel eko-sistemdeki bozulmaların insan neslini ve gelecek kuşakları tehdit eder hale gelmesindedir ve kökeni yine insana dayanır (Badiou, 2016: 18).

Ahlak felsefesi olan etik, ahlakla ilgili bir çalışma olup, ahlakı belirli bir disiplin altında yorumlayıp bunun sonucunda bazı çıkarımlar elde etmeye çalışır. Etik değerlerin saptanması da belirli bir ahlak felsefesi anlayışı doğrultusunda gerçekleşir. Her ahlak felsefesiyle ilgilenen filozof, kendi görüşüne bağlı olarak etik değerleri ortaya koyup, bunların mutlak doğruluğunu savunmaktadır. "Değer tür olarak insanın varlığa kattığı bir bilinç boyutudur... Çeşitli bağlamlar içinde kullanışlarına bakılırsa değerle, bir şeyin aynı türden şeyler arasında özel yerinin kastedildiği ve bu değer genellelikle olumlu bir renk taşıdığı görülür." (Özgen, 1998: 41). Değer kavramı etik içinde düşünüldüğünde insanların ahlak boyutunda yapmış oldukları hareketler bütününde ulaşmak istedikleri zirve noktasıdır.

Değerin kişi açısından önemi şöyle açıklanabilir: “Bizim hayatımız ancak ebedi ahlak yasasının, mutlak bir hayır kavramının varlığı kanaati sayesinde değer kazanır. Bu kanaatten mahrum bir hayat, bir hayvanın hayatından farksız, hedefsiz, gayesiz, idealsiz, gayet süfli bir hayat olurdu.” Bu noktada anlaşılmakta olan insanı insan yapan “değer”ler kişinin kendisine kazandırdıkları açısından önemli bir yer tutmaktadır. Etik, insan için en yüksek iyinin ne olduğu sorusuna yanıt ararken, kendi yorumu ve anlayışı doğrultusunda en son ereğe ulaşmayı amaçlamaktadır. Bu erek, etiğin temel kavramı olan, “mutlak değer”dir (Özgen, 1998: 41-42).

## 2. Medya Etiği

Keeble (akt. Gülsünler, 2010: 161) gazeteciler için etik adlı eserinde etiğin basın için önemini şu şekilde belirtmiştir: “Etik, basın alanında çalışan herkesin bilmesi gereken bir konudur. Temel ahlaki ve politik prensiplerin tanımlanmasında, çalışanlara veya hedef kitlelere yönelik amaçların gerçekleştirilmesinde yardımcı olmaktadır.” Ancak basında etikten söz edebilmemiz 19. yüzyıldaki medya pratiklerinden sonra gerçekleşmiştir.

20. yüzyılın hemen başında toplumsal ve mesleki alanlarda kazanmış olduğu bu itibar, “onun” aynı zamanda daha dikkatli kullanımını da gerekli kılmıştır. 19. Yüzyılda Batı’da görülen “parti” gazeteciliği ya da kitlesel ilgiyi gazete üzerinde toplama çabalarının bir sonucu olan “peni” (penny) ve “sarı” (yellow) gazetecilik olgularının yanında basın alanında uygulanacak mesleki ahlak ilkeleri de o dönemde gündeme gelmeye başlamıştır (Özgen, 1998: 49).

Özgen’in (1998: 49) belirttiğine göre, ABD’nin üçüncü Başkan’ı Thomas Jefferson’ın kaleme aldığı ve 1776 tarihinde kabul edilen Virginia Haklar bildirgesi, basının sahip olması gereken özgürlüğü tanımlaması açısından, bu konuda çok önemli ipuçları veren yasal nitelikli tarihsel bir metin olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna göre, özgün adı, The Virginia Bill of Rights olan Virginia Haklar Bildirgesi’nin 12. maddesinde şu hükümlere yer verilmektedir: “Basın özgürlüğü, özgürlüklerin büyük kalelerinden biridir ve hiçbir zaman, müstebit hükümetler dışında bir yönetim onu kısıtlayamaz.”

Bugün hemen hemen bütün ülkelerde, medyanın uyması gereken bazı “etik kodlar” geliştirilmiştir. Bu etik kodların uygulanıp uygulanmadığını veya ihlâl edilip edilmediğini tespit eden ve gerekli tedbiri almakla görevli olan iki temel kurum bulunmaktadır. Bunlardan ilki, bu etik kuralların pek çoğunu ortaya koyan ve kabul eden meslekî örgütler, genellikle iletişim konseyleridir. Bir diğeri ise medya organlarının kendi içlerinde uygulamaya koydukları “ombudsmanlık” uygulamasıdır (Erciyas, 2001: 28).

Avrupa kıtasında da 1789 Fransız Devrimi sonucunda meydana gelen İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi’nin 11. maddesinde belirtilen hüküm şudur (Özgen, 1998: 49): “Düşünce ve kanaatlerin özgürce iletilmesi insanın en değerli haklarından biridir. Her yurttaş özgürce konuşup yazabilir ve basım yapabilir, yalnız yasada öngörülen hallerde bu özgürlüğün kötüye kullanımından sorumludur.” Bu hükümlerle birlikte Fransa’da basın ve söz söyleme özgürlüğü anayasal bir çerçeveye alınmıştır.

Etik düşüncenin amacı, tercihen ortak ahlâki başlangıç noktalarından hareketle, ahlâki ilkeler üzerinde en yüksek odayı sağlamaktır. Sonuç olarak makul bireyler arasında geçen bir diyalog çeşitlilik içeren bir toplumda kabul görece ve etkili olacak ahlâki kuralları bulma amacını taşımaktadır. Farklı ve birbiriyle uyuşmayan düşünelere rağmen akılcı savları temel alarak sınırları çizmek önemlidir (Evers, 2010: 49-50).

Haberde doğruluk kuralı genel kabul görmüş meslek etiği kodlarının ilki ve en önemlisi kabul edilmektedir (Avşar ve Demir, 2005: 55). Doğru haber vermeyen, haberi ya da görüntüleri manipüle eden, taraflılaştıran bir gazetecinin aslında kişisel anlamda ahlaki bir zafiyet içinde davrandığını, ahlaksızlaştığını, eş deyişle edepsizleştiği söylenebilir. Eğer bu tür bir ahlaki zafiyet içinde davranan gazeteci tipi, mesleğin içinde hızla artıyorsa, sayısal olarak çoğalıyorsa, bu durumda Mesleğin Adabında genel bir bozulmadan söz etmek mümkündür (Vural, 2009: 492).

Medya etiği her şeyden önce gazetecilerin, iletişim profesyonellerinin, reklam müdürlerinin vb. profesyonel etik kurallarını içerir. İşleri ve niyetleri ne kadar farklı olursa olsun medya çalışanlarının bir ortak noktası bulunmaktadır: her gün geniş bir topluluğa oluşturdukları iletileri yayarlar (Evers, 2010: 46).

### 3. Medyada Yaşanan Etik Sorunlar

Kuçuradi (2000: 30) gazetecilikte etik sorunların, kamera hileleri, fotomontaj, haber uydurmak gibi uygulamalarla başlamadığını belirterek; “diğer şeyler yanında gazeteci olan ve aracını, gazetecilikle hiçbir ilişkisi olmayan kendi amaçları için kullanan kişiden kaynaklanan sorunlardır” olarak tanımlamaktadır.

Medya son yıllarda dünyadaki değişimlere ayak uydurabilen tek güçtür. Teknolojik gelişmeler çok yakından izlenmektedir. Böylece medya olayları izlemede ve yorumlamada hızlı davranabilme yeteneğine kavuşmuştur. Bu yeteneğini her zaman doğru kullandığı söylenemez belki, ama yeni gücü ve rolü eleştirileri de beraberinde getirmiştir (Güllüoğlu, 2013: 167). Günümüzde toplumdan her kesimin medyaya karşı güvensizliği giderek artmaktadır. Bu güven probleminin nedeni olarak medyanın etik değerlerin dışına çıkarak yaptığı haberleri örnek gösterebiliriz.

Medya’da yaşanan etik sorunları sınıflandıracak olursak; tarafsızlık ilkesinin ihlali/yanlı tutum, özel yaşama müdahale ve mahremiyet, medyada şiddet içerikleri/nefret söylemi ve magazinleşme/tabloidleşme olarak sınıflandırılabilir.

Medyanın çalışanlarının etik bir şekilde görevlerini yerine getirebilmesi için insanların yaşamıyla ilgili önemli konularda doğru ve eksiksiz iletilerin oluşturulması gerekmektedir. Medyada etik sınırlamalar yalnızca haberin doğru verilmesi ve haberin nesnelliği gibi konularla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda haberin gerçekleştiği bağlamın eksiksiz ve doğru bir şekilde aktarılmasını içermektedir. Yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç olarak kabul edilen medyadan, haberleri objektif bir şekilde ele alması ve sunması beklenmektedir. Haberde objektifliğin sağlanabilmesi için de haberde doğruluk sağlaması, çarpıtma olmaması, olay-yorum farkına gidilmesi gerekmektedir. Medya iletilerinde politik, inanç, ideolojik, görüş ve beğenilerle ilgili konularda taraf olmamak veya belli bir tarafa fazlaca yaklaşarak, o tarafın özelliklerini, seslerini, renklerini abartmamak sürekli yer vermemek gereklidir (Güllüoğlu, 2013: 167).

Liberal basın anlayışına göre haber içinde geçen isimlerin doğru olarak belirtilip belirtilmediğine, alıntuların aynen aktarılıp aktarılmadığına, anlamların korunup korunmadığına ve olayların açık biçimde ilişkilendirilip

ilişkilendirilmediğine bakılmalıdır; karalama olmamalıdır ve haber ancak doğruysa ve adilse yayınlanmalıdır (Güllüoğlu, 2013: 168).

Haberi bilinçli bir şekilde kamuoyuna yanlış aktarmak ya da keşfedilen gerçeğin üzerini bilerek örtmek, bir reklam verenin ya da herhangi bir sermaye sahibinin çıkarlarını gözetmek gibi durumlar yanlış tutum kapsamında değerlendirilebilir.

Yazılı basın gibi toplum üzerinde önemli bir etkiye sahip kitle iletişim aracının her zaman gerçeği aktarma iddiasında olurken, sahip olduğu gücü kötüye kullanarak oldukça güçlü bir yalan mekanizması haline gelebilmektedir. Bundan dolayı basın meslek ilkelerine göre objektiflik; tarafsızlık, bağımsız olmak ve çoğulcu olmak gibi etik ilkeleri yok sayarak tarafsızlık ihlali basın etiğinde önemli bir sorun olmaktadır.

#### **4. Sabah Gazetesinin 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri ile İlgili Haberlerinin Basında Yaşanan Tarafsızlık İhlalinden Kaynaklanan Etik Sorunlar Kapsamı Üzerinden İncelenmesi**

Medyanın veya biraz daraltacak olursak yazılı basının sahip olabileceği etik sorunlara yukarıda değindik. Yazılı basının sahip olduğu bu etik sorunlardan biri olan tarafsızlık ihlali sermaye sahipleri ile siyasiler arasında geçen bir takım ortak çıkarlar neticesinde meydana gelebilmektedir. Ortak çıkarların yanı sıra tarafsızlık ihlalinin kaynaklanmasında ideolojik nedenler de yadsınamaz bir gerçektir. Sermaye sahibi ile siyasi aktör arasındaki bu ideolojik yakınlık medya patronlarını bir “etik olmayan” duruma sürükleyebilmektedir.

Medya bugün, dünyada olup bitenleri kendi ideolojisi etrafında biçimlendirerek, istediği şekilde tüketime sunmaktadır. Bu çerçevede medyanın tarafsız olmasını beklemek pek de mümkün değildir. Haberler genellikle gazete sahiplerinin, editörlerin, muhabirlerin ve foto muhabirlerinin ideolojilerini yansıtmaktadır. Yani ideolojik arka planın biçimlenmesinde; sahiplik ilkesi belirleyici bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Chomsky ve Herman’a göre kitle iletişim araçları çok zengin kişilerin ya da şirketlerin mülkiyetinde bulunan kar amaçlı işletmelerdir. Bu işletmelerin başlıca gelir kaynağı, yine kar amacı taşıyan ve reklamlarının sunulmasını isteyen reklam verenlerdir. Medya, hükümete ve büyük

şirketlere haber kaynağı olarak da bağımlıdır. Hükümet ve medya dışı büyük şirketler dolaylı ve dolaysız olarak medya üzerinde kolaylıkla baskı uygulayabilecek konuma (ve servete) sahiptirler (Chomsky vd., 2004: 159).

Çaplı'nın (2002: 81) belirttiğine göre; “medyada neyin haber olacağı, nasıl yorumlanacağı ve anlatılacağı tamamen değer yargıları tarafından belirlenmektedir. Haberler; kişisel önyargılar, çıkarlar ve siyasi tercihlerce yapılır. Bu da gerçeklerin doğru bir biçimde aktarılmasına ve çarpıtılmasına neden olmaktadır.” Bu şekilde haber metinlerindeki üstü kapalı ideolojileri gün yüzüne çıkararak, haberi makro ve mikro yapılarla inceleyen van Dijk'ın eleştirel söylem modelidir.

Eleştirel söylem çözümlemesi toplumsal cinsiyete dayalı kimlik ve eşitsizlik, kadın çalışmaları, ulusal ve etnik kimlikler, haber, reklam ve popüler kültür söylemi, tarih yazımı söylemi, küreselleşme en fazla ele alınan konulardır. Tüm bu alanlara bakıldığında haber etiği bağlamında da yapılacağı kanısı üzerine eleştirel söylem çözümlemesini bu çalışmada uygulanacaktır.

#### 4.1 Veri

#### 4.2. Sabah gazetesi

Dinç Bilgin tarafından kurulan *Sabah* gazetesi 22 Nisan 1985'te yayınlanmaya başlamıştır (Topuz, 2015: 288). Yayınlandığı günden itibaren yüksek tirajları ile dikkat çeken gazete farklı sermaye sahipleri arasında el değiştirmiştir. Sabah Gazetesinin şu anki sahibi Turkuvaz Medya Grubudur. Turkuvaz Medya Grubu şu an elinde bulundurduğu diğer medya organları ise; Takvim Gazetesi, Fotomaç, Daily Sabah, Yeni Asır ve ATV televizyon kanalına ayrıca birçok yabancı derginin Türkiye'deki yayın haklarını elinde bulunduruyor olup radyo kanallarına da sahiptir (tmgrup.com.tr, 2018).

#### 4.3. Yöntem

*Sabah* gazetesi, siyasi iktidarın yürütmüş olduğu politikalara karşı olumlu yaklaşan bir yayın politikası izlediği için örneklem olarak alınmıştır. 7 Haziran 2015 Türkiye genel seçimlerinde 7 Mayıs 2015 tarihinden 6 Haziran 2015 tarihine kadar yayımlanan gazetenin ilk sayfasında yer alan seçim ile ilgili haberler, internet



arşivlerinden taranarak, gazetenin haberleri yayımlama şekli ve hedef kitleye ulaşmaya çalışırken izlediği sunum tarzı, gazetecilik meslek etiklerinden tarafsızlık ihlâli kapsamında incelenecektir.

Çalışmada uygulanacak yöntem için Teun A. van Dijk'in eleştirel söylem analizi modeli tercih edilmiştir. Van Dijk modelinin seçilmesinin nedeni, haberin yapısını ve haberde üretilen ideolojileri ortaya çıkarmasından dolayı tercih edilmiştir. Haberlerdeki ideolojik üretime göre inceleme yapılacak bu çalışmada ideolojik sunum önem arz etmektedir. Van Dijk modelinde haber, makro ve mikro olarak iki aşamada incelenmektedir (Özer, 2001).

#### **4.4. Makro Yapı: Tematik ve Şematik Çözümleme**

Haber metinleri makro önermelerden oluşmaktadır. Makro yapı, “Tematik yapı” ve “Şematik yapı” başlıkları altında incelenecektir. Başlıklar, haber girişleri, spotlar ya da haberin ilk paragrafı, fotoğraflar, ana olayın sunumu, ardaan ve bağlam bilgisi makro yapı altında incelenecektir.

##### **4.4.1. Tematik Yapı İncelemesi**

Haber anlatıları makro önermelerden oluşmaktadır. Bunlar, çoğunlukla temalardır ve bir söylem birden fazla temayı içinde barındırabilmektedir. Temalar söylem içerisinde yapılandırılmaktadır.

###### **4.4.1.1. Manşetler/Başlıklar**

Haber manşetleri ve başlıkları incelendiğinde iki siyasi aktörün (Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Başbakan Ahmet Davutoğlu) bir ay boyunca sürekli söylemlerine yer vermiş olup, meydanlardaki söylemlerini de doğrudan başlıklara ve manşetlere taşımışlardır.

7 Mayıs 2015 tarihinden 6 Haziran 2015'e kadar var olan başlıklar incelemek üzere ele alınmıştır.

**İncelenen tarihlerde, *Sabah* gazetesinin manşetleri/başlıkları aşağıdaki gibidir (gazete.netgazete.com);**

1. Silahı bırak barışı konuş (Sabah, 7 Mayıs 2015)

2. İnadına barış inadına kardeşlik (Sabah, 8 Mayıs 2015)
3. Onların adı artık CHDP (Sabah, 9 Mayıs 2015) – Başlık:
4. Ya yeni Türkiye ya istikrarsızlık (Sabah, 10 Mayıs 2015)
5. Egemenlerin değil milletin adamıyım (Sabah, 11 Mayıs 2015)
6. Halk kurusıkıya asla prim vermez (Sabah, 12 Mayıs 2015)
7. Aynı kaptan su içiyorlar (Sabah, 13 Mayıs 2015)
8. Banko Ak Parti (Sabah, 14 Mayıs 2015)
9. Kendilerine yeni Kâbe arıyorlar (Sabah, 15 Mayıs 2015)
10. Paralel ile bölücü örgüt bir oldu (Sabah, 16 Mayıs 2015)
11. Batı idamlara seyirci (Sabah, 17 Mayıs 2015)
12. Ey Doğan medyası avucunu yalarsın (Sabah, 18 Mayıs 2015)
13. O manşeti kim atmıştı (Sabah, 19 Mayıs 2015)
14. Ey Doğan milletin oyuna saygın yok (Sabah, 20 Mayıs 2015)
15. Tüsiad açık konuş (Sabah, 21 Mayıs 2015)
16. Bunlar aydın değil karanlık kişiler (Sabah, 22 Mayıs 2015)
17. Hayal edilemeyi gerçekleştirdik (Sabah, 23 Mayıs 2015)
18. Tayyip baba bizi kurtar (Sabah, 24 Mayıs 2015)
19. Tehditlere değil bize oy verin (Sabah, 25 Mayıs 2015)
20. İşte devletin gücü (Sabah, 26 Mayıs 2015)
21. Hdp ile Chp eş başkan gibi (Sabah, 27 Mayıs 2015)
22. 27 Mayısçılar'a sandıkta ders verin (Sabah, 28 Mayıs 2015)
23. Ne kadar eskici varsa birleşti (Sabah, 29 Mayıs 2015)
24. İhanetin ilacı yok (Sabah, 30 Mayıs 2015)
25. Fetih 7 Haziran (Sabah, 31 Mayıs 2015)
26. Haykırıyorum (Sabah, 1 Haziran 2015)
27. Bar sanatçısı gibi pazarlıyorlar (Sabah, 2 Haziran 2015)
28. Organize işler (Sabah, 3 Haziran 2015)
29. Kürdü Kürde öldürttüler (Sabah, 4 Haziran 2015)
30. Bu ülkeyi parçalamayız (Sabah, 5 Haziran 2015)
31. Demokrasi için sandığa gidin (Sabah, 6 Haziran 2015)

Tarafsızlık ilkesi ihlali bağlamında bu başlıklara bakıldığında en dikkat çekenler “Ya yeni Türkiye ya istikrarsızlık, Banko Ak Parti, Tayyip baba bizi kurtar, Tehditlere değil bize oy verin, İşte devletin gücü, Fetih 7 Haziran” başlıklarıdır. Genel olarak bakıldığında taraf olunan siyasilerin diğer partilere karşı yapmış olduğu ötekileştirmeleri de başlıklarına aktardıkları görülmektedir. “Onların adı artık CHDP, aynı kaptan su içiyorlar” başlıkları bunlara örnek teşkil etmektedir.

#### 4.4.1.2. Haber Girişleri/Spotlar

Seçilen haberlerin girişleri ve eğer varsa spotları ele alınmıştır.

*“Başbakan Davutoğlu: Barış süreci artık partililerin değil milletin meselesi. Her surette başarıya ulaşacak. Silahla demokrasi yan yana olmaz HDP tercih yapmak zorunda. Ya terör ya da barış dilini kullanacak. Türkiye artık özgürlükler ülkesi. Siyaset yapacaklarsa dağdan inip barışı konuşsunlar.”* (Sabah, 7 Mayıs 2015)

*“Başbakan Davutoğlu: Seçim sonucu ne olursa olsun, bu kardeşlik ve yeni Türkiye'nin özgürlükçü atmosferini korumaya devam edeceğiz.”*(Sabah, 8 Mayıs 2015)

*“Kılıçdaroğlu'nun ‘Her işçiye sendika. Taşeron işçiliği kaldıracağız’ vaadinde maske düştü: CHP’li belediyeler tam bir işçi kıyma makinesi” – Başlık: Başbakan Davutoğlu: CHP ve HDP ruh ikizi. İkisi de aynı zihniyette. Onlara artık CHDP diyebiliriz.”* (Sabah, 9 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Yeni Türkiye'nin kapıları 10 Ağustos'ta aralandı. Milletimiz 7 Haziran'da yeni Türkiye ile eski Türkiye arasında bir seçim yapacak.”* (Sabah, 10 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Acıları, eksiklikleri görüp de sessiz mi kalayım? Böyle şey olur mu? Ben egemen güçlerin değil, milletin adamıyım.”* (Sabah, 11 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Halk kurusıktı atmaya değer vermiyor. Öyle olsa ‘Asgari ücreti 5 bin lira yapacağım’ diyen oyları toplardı.”* (Sabah, 12 Mayıs 2015)

*“Başbakan Davutoğlu: (Bahçeli'ye) Siyasetçinin şerefi vatan toprağının her köşesine adım atmasıyla ölçülür.”* (Sabah, 13 Mayıs 2015)

*“Dolarda düşüş, tahvil faizinde iniş, borsada yükseliş başladı. Uzmanlara göre, piyasa AK Parti'nin tek başına iktidarını koruyacağını gördü.”* (Sabah, 14 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Benim Kürt kardeşlerim Zerdüştlüğü din edinenlere mutlaka gerekli cevabı verecek”* (Sabah, 15 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Türkiye 7 Haziran'a giderken, bölücü terör örgütü paralel örgüt bir olmuşlar önlerine muhalefeti katmış eski Türkiye'yi getirmeye çalışıyorlar.”* (Sabah, 16 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Mısır eski Mısır'a dönüyor. Yüzde 52 oyla seçilen Mursi için maalesef idam kararı alındı. Batı, darbeci Sisi'ye karşı tavır koymuyor.”* (Sabah, 17 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Ey Doğan medyası!.. Pensilvanya, Kandil, Kılıçdaroğlu... Ne kadar yanıldığınızı 7 Haziran'da millet gösterecek”* (Sabah, 18 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Doğan Medyası'nı yine uyardı: Türkiye eski Türkiye değil”* (Sabah, 19 Mayıs 2015)

*“Erdoğan kendisini tehdit eden Hürriyet'in patronuna sert yanıt verdi: Ey Aydın Doğan niye rahatsız oldun?”* (Sabah, 20 Mayıs 2015)

*“Başbakan Davutoğlu: TÜSİAD konuşacaksa açık konuşsun, karşımıza açıkça çıksın.”* (Sabah, 21 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı: HDP'ye destek veren bazı yazarlar, aydın değil karanlık. Çünkü, Türkiye'yi bölme gayretindeler”* (Sabah, 22 Mayıs 2015)

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Eski Türkiye'de Ordu ve Giresun'a denizin içinde bir havalimanı hayalken biz bunu hayata geçirdik”* (Sabah, 23 Mayıs 2015)

*“AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Nureddin Nebati'nin Güneydoğu izlenimleri: Seçmen PKK baskısından o kadar bıktı ki, bana gizlice 'Tayyip Baba bizi kurtarsın' notu veriyorlar”* (Sabah, 24 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan Şanlıurfalılara seslendi: Şimdi siz 7 Haziran’da hizmete mi oy vereceksiniz, yoksa tehditlere mi?” (Sabah, 25 Mayıs 2015)

“PKK’nın tüm tehditleri püskürtüldü... Ve Yüksekova Havalimanı tamamlandı...” (Sabah, 26 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Bunlar benim Kürt kardeşimi sevmiyor. Biz hizmet siyaseti yapıyoruz, onlar ise sadece tehdit bilir” (Sabah, 27 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: 27 Mayıs tarihe utanç günü, kara gün olarak geçti. Menderes, sonraki siyasetçilere ibret olsun diye asıldı.” (Sabah, 28 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan başkanlık sistemini istemeyenleri saydı: Terör örgütü, Pensilvanya, Halkı aşığılayanlar, Ermeni diasporası, Muhalefet partileri” (Sabah, 29 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Bugün bizi Mursi’nin akıbetiyle tehdit eden gazete geçen yıl da Ziraat Bankası New York Şubesi’ni itibarsız hale getirmeye çalışıyordu. Gaflet ve cehaleti çözebilirsiniz ama ihanetin ilacı yok” (Sabah, 30 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: FETİH inşallah 7 Haziran’dır. Yeni Türkiye yolunda önemli bir dönemeci birlikte başarıyla geçmektir.” (Sabah, 31 Mayıs 2015)

“Erdoğan, ‘altın klozet’ iddiasına ‘Hodrimeydan’ yanıtını verdiği CHP lideri Kılıçdaroğlu’nu Beştepe’ye davet etti” (Sabah, 1 Haziran 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: İstanbul’daki elitleri bölücü örgütün partisinin barajı geçmesi için seferber oldu.” (Sabah, 2 Haziran 2015)

“Başbakan Davutoğlu: Siyaset mühendisliği yapılıyor. Ulusalçı, Paralel ve dış medya HDP ile Kandil’i açık destekliyor. Bunlar tek değil, organize işler” (Sabah, 3 Haziran 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Bu terör örgütünün arkasındaki partinin başkanı 6-8 Ekim’de ‘Dökülin Sokağa’ dedi, 50 kişi öldü.” (Sabah, 4 Haziran 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Kurtuluş Savaşı’nda olduğu gibi düşman ülkeye girse ve dese ki, ‘Ben, Tayyip Erdoğan’ı düşürmek için geldim.’ Çiçeklerle karşılarlar” (Sabah, 5 Haziran 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Tahriklere gelmeden, bu demokratik sınavı çok büyük katılımıla gerçekleştirmeliyiz” (Sabah, 6 Haziran 2015)

Yapılan incelemede *Sabah* gazetesinin 7 Haziran 2015 seçimlerine yönelik haber girişlerinde ve spotlarında mevcut siyasal iktidara yönelik yanlı haber tutumu iktidar partisi siyasal aktörleri Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve dönemin Başbakanı Ahmet Davutoğlu'nun meydanlarda belirttiği söylemleri doğrudan ele alıp haber girişi ve spotlarında bunlara yer vermiştir.

#### 4.4.1.3. Fotoğraflar

*Sabah* gazetesinin seçim ile ilgili haberleri kullanımında haberin olumlu veya olumsuz havasına göre siyasal aktörlerin yüzleri gülüyor veya kızgın bir biçimde olan fotoğrafları kullanılmıştır. Örneğin; 18 Mayıs 2015 “Doğan medyası avucunu yalarsın” manşetinin altında Cumhurbaşkanının iki avucu açık bir şekilde halkı selamlarken çekildiği fotoğraf kullanılmıştır. 24 Mayıs 2015 “Tayyip baba bizi kurtar” manşetinde ise Erdoğan sağ elinin kalbinin üzerinde olduğu bir fotoğraf kullanılmıştır. Ayrıca hem Erdoğan hem de Davutoğlu'nun yer aldığı her haberin arka planında miting meydanlarında elinde Türk bayrağı bulunan insanlar kullanılmıştır. Bununla da arka planda birlik ve beraberliğin Ak Parti ile sağlanacağı vurgulanmaktadır.

#### 4.4.2. Şematik Yapı İncelemesi

Şematik yapıda ana olayın sunumu ve sonuçlar ve arda lan ve bağ lam bilgisi çerçevesinde değerlendirme yapılmaktadır.

##### 4.4.2.1. Ana Olayın Sunumu ve Sonuçlar

İncelenen *Sabah* gazetesinde yer alan haberler başlıklar ve sunumlar ile birlikte birbirini destekler nitelikte olmuştur. Siyasal aktörlerin söylemlerini başlıklarına dahil etmiş ardından spot veya haber girişi olarak da aynı yönde devam etmiştir. Haberlerin bazıları öteki medya şirketlerine ve öteki partilere cevap niteliğinde olmuştur.

##### 4.4.2.2. Ardalan ve Bağ lam Bilgisi

Ardalan bilgisi haberde geçen olayın politik ve sosyal yönüne odaklanır. Olayların ilişkili olduğu diğer bağ lamlar bu bölümde ön plâna çıkmaktadır. 7 Haziran

2015 seçimlerine yönelik incelenmekte olan haberlerde örneğin; *Sabah* gazetesinin 23 Mayıs 2015 “Hayal edilemeyecekleri gerçekleştirdik” manşeti ile “*Cumhurbaşkanı Erdoğan: Eski Türkiye’de Ordu ve Giresun’a denizin içinde bir havalimanı hayalarken biz bunu hayata geçirdik*” spotuna yer vermiştir. Burada da görüldüğü üzere yapılan haberin tarihsel yönü geçmişten günümüze yapılan yenilik olarak aktarılmıştır. 27 Mayıs 2015 “27 Mayısçılara dersini sandıkta verin” başlığı ile “*Cumhurbaşkanı Erdoğan: 27 Mayıs tarihe utanç günü, kara gün olarak geçti. Menderes, sonraki siyasetçilere ibret olsun diye asıldı.*” 27 Mayıs 1960 tarihinde gerçekleşen darbe hatırlatılarak Ak Parti için oy istendiği gazete tarafından da manşet olarak verilmiştir.

#### **4.4.2.3. Haber Kaynakları ve Olay Taraflarının Değerlendirilmesi**

Haber manşetleri ve içeriklerinin kaynakları doğrudan siyasi aktörlerin meydanlarda ürettiği söylemlerden elde edilmiştir. Kaynak olarak birinci elden elde edilen kaynaklar denilebilir. Verilen manşetleri güçlendirmek için siyasilerin fotoğrafları ürettiği söylemlere bir duygu katarak aktarılmaya çalışılmıştır. *Sabah* gazetesini tarafından ötekileştirilmiş muhalefet partilerinden gelen haberler ise muhalefetin seçim vaatlerini yalanlayarak öne çıkartılmıştır. Örneğin; *Sabah* gazetesinin 9 Mayıs 2015 tarihindeki manşetleri olan ‘Taşeron Yalanı’ Cumhuriyet Halk Partisi tarafından ortaya atılmış bir yalan olduğu belirtilmiştir.

#### **4.5. Mikro Yapı**

Haber metninin mikro yapısının çözümlenmesinde; sentaktik çözümlenme, bölgesel uyum, kelime seçimleri ve retorik çözümlenmeleri yapılmaktadır. Cümlelerin yapılarına, basit/karmaşık, etken/edilgen durumlarına, kelime seçimlerine, haber metninde ardı ardına gelen cümleler ile oluşturulmaya çalışılan nedensel, işlevsel ve referansal ilişkilere, haberin inandırıcılığının sağlanması için kullanılan sayısal verilere, taraf ve tanık ifadelerine, fotoğraflara, tırnak içinde aktarılan görüşlere vb. unsurlara bakılmaktadır (Özer, 2001: 83-84).

##### **4.5.1. Sentaktik Çözümlenme**

Gazetenin, haber ajansının, haber aktörlerinin, muhabirlerin, fotoğrafçının veya köşe yazarının haber hakkındaki tutumu veya duruşu analiz edilmektedir. Bu

yöntemde cümle yapıları önem verilen noktadır. Cümle yapıları aktif ve pasif, kısa ve uzun, basit ve karmaşık yapısına dikkat edilmektedir.

Buna göre *Sabah* gazetesini incelediğimizde manşetlerin genel olarak uzunluğu bir gazetede olması gerektiği gibi tutulmuştur. Manşetler oldukça basit ve anlaşılırdır. Kullanılan manşetlerin birçoğu etken, spotlar veya haber girişleri ise tamamen etkindir. Anlaşılacağı üzere her spotun başında Cumhurbaşkanı Erdoğan ve Başbakan Davutoğlu olarak belirtilmiştir. Örnek verecek olursak;

Tehditlere değil bize oy verin (Sabah, 25 Mayıs 2015) başlığının ardından gelen spot,

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan Şanlıurfalılara seslendi: Şimdi siz 7 Haziran’da hizmete mi oy vereceksiniz, yoksa tehditlere mi?”* (Sabah, 25 Mayıs 2015)

Demokrasi için sandığa gidin (Sabah, 6 Haziran 2015) başlığının ardından verilen spot,

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Tahriklere gelmeden, bu demokratik sınavı çok büyük katılımı ile gerçekleştirmeliyiz”* (Sabah, 6 Haziran 2015)

#### **4.5.2. Bölgesel Uyum**

Bölgesel uyum, metin içerisinde arka arkaya gelen ifadelerin nasıl kurgulandığıdır. Nedensel, işlevsel ve kavramsal olarak üç tür ilişkiden söz edilmektedir. Nedensel ilişkide dikkat edilen nedensel bağıdır. İşlevsel ilişkide genel olarak sunulan bir cümlenin hemen arkasından gelen cümlede açıklamasının olup olmadığına dikkat edilir. İdeolojik bulguların varlığına dikkat çeken kavramsal ilişkide ise kavramın ardından kurulan cümlede kayıp bağın kurulup kurulmadığının aranmasıdır.

İncelenen haberlerde anlaşıldığı üzere haberde nedensel ilişkiler kurulmuş olup manşet ve spotlarda devamlılık sağlanmaktadır.

Ey Doğan medyası avucunu yalarsın (Sabah, 18 Mayıs 2015) tarihli başlığı ardından yazılan spot aynı şekilde karşıt görüşlü medya organına karşı yöneltilmiştir.



*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Ey Doğan medyası!.. Pensilvanya, Kandil, Kılıçdaroğlu... Ne kadar yanıldığınızı 7 Haziran'da millet gösterecek”* (Sabah, 18 Mayıs 2015)

Bu ülkeyi parçalamayız (Sabah, 5 Haziran 2015) tarihli başlıkta Erdoğan'ın mitinglerdeki bir söylemi sonuç niteliğinde manşete taşınmış ardından spot ile nedensel bir bağlantı kurulmuştur.

*“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Kurtuluş Savaşı'nda olduğu gibi düşman ülkeye girse ve dese ki, 'Ben, Tayyip Erdoğan'ı düşürmek için geldim.' Çiçeklerle karşılarlar”* (Sabah, 5 Haziran 2015)

#### **4.5.3. Kelime Seçimleri**

Eleştirel söylem çözümlemesinin en temel yapılarından biri kelime seçimidir. Çünkü kelime seçimleri gazetenin ait olduğu medya kuruluşunun ideolojisini belirlemede önemli rol oynamaktadır. Haberin kurgulandığı egemen söylemde, dil yani cümle ve bu cümleleri oluşturan kelimeler haberin aktörlerinin desteklenmesini ya da sorgulanmasını belirtir. Desteklenen görüşler haber girişlerinde genellikle; ifade etti, belirtti, açıkladı ve vurguladı şeklinde kelimelerle bitirilir. Desteklenmeyenler ise haber girişlerindeki cümleler; savundu, iddia etti, öne sürdü, ileri sürdü gibi kelimelerle bitirilmektedir.

*Sabah* gazetesi de gözlemlediğimiz üzere oldukça çarpıcı kelimeleri manşetlerine ve başlıklarına taşımıştır. Seçilen manşetlerde örnek kelimeler aşağıdaki gibidir;

“Halk kurusıkıya asla prim vermez” (Sabah, 12 Mayıs 2015)

Burada kullanılan ‘kurusıkı’ kelimesi boş seçim vaatlerinde bulunduğu iddiası ile muhalefet partilerine yöneltilmiştir.

“Aynı kaptan su içiyorlar” (Sabah, 13 Mayıs 2015)

Chp ve Hdp ittifakına karşı benzer düşüncülere sahip olduğunu ileri sürerken kelime seçimi bu yönde olmuştur.

“Banko Ak Parti” (Sabah, 14 Mayıs 2015)

Seçimi kazanma ihtimalinin yüksek olduğu düşünülürken kelime olarak ‘banko’ kullanılmıştır.

“Ey Doğan medyası avucunu yalarsın” (Sabah, 18 Mayıs 2015)

Karşıt medya organına karşı istediklerin olmayacak anlamında avucunu yalarsın deyimi kullanılmıştır.

“Bunlar aydın değil karanlık kişiler” (Sabah, 22 Mayıs 2015)

Aydın Doğan’a yönelik aydın kelimesinin anlamının zıttı kullanarak ima yapılmıştır.

“Tayyip baba bizi kurtar” (Sabah, 24 Mayıs 2015)

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan hakkında daha samimi olduğu düşünüleceği üzere ‘baba’ kelimesi kullanılmıştır.

“İhanetin ilacı yok” (Sabah, 30 Mayıs 2015)

Çare yerine ilaç kelimesi kullanılmıştır.

“Fetih 7 Haziran” (Sabah, 31 Mayıs 2015)

Seçim günü kazanacağını düşünen Erdoğan’ın kazanmak yerine kullandığı kelime ‘Fetih’.

“Bar sanatçısı gibi pazarlıyorlar” (Sabah, 2 Haziran 2015)

Saz çalan Hdp eş başkanı Selahattin Demirtaş’a karşı Erdoğan’ın ‘Bar sanatçısı’ demesi kullanılmıştır.

Buradaki kelime seçimlerinden de görüldüğü üzere *Sabah* gazetesi mevcut iktidar partisi siyasi aktörlerinin söylemlerini sık ve sürekli olarak başlıklarına taşımıştır.

#### 4.5.4. Haberlerin Retoriği

Mikro yapıda haberin retoriği aşaması inandırıcılık anlamında önem taşımaktadır. Burada bir olayın nasıl ifade edildiği haber retoriği olarak ortaya çıkmaktadır. Haber içinde yer alan alıntılar retorik olarak ikna kapsamında önemli

bulgulardır. Alıntılarının yanı sıra sayısal veriler ve haberdeki karşılaştırmalar, zıtlıklar, abartılar gibi durumlar da haber retoriği açısından önemli öğeler arasındadır.

*Sabah* gazetesinin 7 Haziran 2015 seçimlerine yönelik bazı haberlerindeki manşetlerde ve spotlarda uzmanlardan alındığı belirtilen alıntılara, fotoğraflara ve sayısal verilere de yer verilmiştir.

“Banko Ak Parti” (Sabah, 14 Mayıs 2015) manşeti verilmiş ardından gelen spot ile “*Dolarda düşüş, tahvil faizinde iniş, borsada yükseliş başladı. Uzmanlara göre, piyasa AK Parti'nin tek başına iktidarını koruyacağını gördü*” (Sabah, 14 Mayıs 2015) uzmanların görüşünden faydalandığı belirtilmiştir.

## SONUÇ

Medyada magazinleşme olgusuyla birlikte yapılmaya başlanan sansasyonel gazetecilik, etik konusunu da gündeme getirmiş ve tartışılmaya başlanmıştır. Bugün yalnızca magazinleşmeden dolayı değil, yanlı tutum, mahremiyet ve şiddet içerikleri konularında da medyada etik olmayan yayınlar yapılmaktadır. Bu hususta sorumlu olarak hedef olan kişiler medya organını yönetenler ve biçimlendirenler olarak görülür. Nitekim bu sermaye sahipleri de bir insan olduğu için şahsi görüş ve ideolojileri bulunmaktadır. Dolayısıyla etik olmasını beklediğimiz bir medya organı ideolojik nedenlerden dolayı etik ihlalleri yapabilmektedir.

7 Mayıs 2015 ile 6 Haziran 2015 arasındaki bir aylık sürede *Sabah* gazetesinin haberlerini incelediğimiz bu çalışmada da kullanılan manşetler, başlıklar, spotlar ve haber girişleri taraf tutulan siyasi aktörün söylemlerinden özel olarak seçilen kelimelerden yapılan haberler, tarafsızlıktan kaynaklanan bir dizi etik ihlaller meydana getirmiştir.

Özellikle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve dönemin Başbakanı Ahmet Davutoğlu'nun mitinglerdeki söylemlerini doğrudan manşetlerine aktararak muhalefet partilerine karşı aynı yaklaşım içerisine girmemiştir. Medya sahiplerinin izlenen yayın politikası üzerinde büyük bir önemi olsa da haberde yapılan etik ihlallerin sebebini yalnızca onlara yükleyemeyiz. Bu işte görevlendirilmiş gazeteci/muhabirden, haberi denetleyen, düzenleyen, değiştiren eşik bekçilerine kadar

pek çok kişinin süzgecinden geçen haber, tüm bu çalışanların ön yargı, tutum ve düşünceleriyle yapılanmaya maruz kalmaktadır.

Yazılı basında ya da diğer kitle iletişim araçlarında haberin etik olmasının önemi, medyanın topluma karşı doğru haber verme görevi kapsamında büyük rol oynamaktadır. Özellikle siyasi haberlerde karşılaşılabileceğimiz taraflılık ihlalinde medyaya büyük bir iş düşmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

ATAYMAN, Veysel (2011). Etik, İstanbul: Bs Yayın Basım Dağıtım.

AVŞAR, Zeki ve DEMİR, Vedat (2005). Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim, Ankara: Piramit Yayıncılık.

BADIOU, Alain (2016). Etik, (4. Basım), (Çev: Tuncay Birkan), İstanbul: Metis Yayınları.

CHOMSKY, N. vd. (2004). Medyanın Kamuoyu İmalatı, (Çev: Adnan Köymen vd.), İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi.

ÇAPLI, Bülent (2002). Medya ve Etik, Ankara: İmge Kitabevi.

ERCİYES, Cihaneri (2001). “Medya Etiği ve Klasik Etik Kodları”, Türkiye ve Siyaset Dergisi, Mayıs-Haziran 2001, s.48-61.

EVERS, Hubb (2010). “Medya Etiği”, Televizyon Haberciliğinde Etik, (Ed: Bülent Çaplı-Hakan Tuncel) Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

GAZETE (2018). [http://gazete.netgazete.com/gazeteler\\_arsiv](http://gazete.netgazete.com/gazeteler_arsiv)

GÜLLÜOĞLU, Özlem (2013). Medyada Etik İlke ve Kuralların Belirlenmesi, İletişim ve Etik, (Ed: Metin Işık), Konya: Eğitim Yayınevi, s.163-184.

GÜLSÜNLER, M. Evrim (2010). “İletişim Etiği ve Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Mesleki Etik Kurallarına Bakışı”, Selçuk İletişim Dergisi, Konya, 6(2), s.158-173.

KUÇURADİ Ioanna (2000). Etik ve meslek etikleri. Etik ve Meslek Etikleri: Tıp, Çevre, İş, Basın, Hukuk ve Siyaset. Harun Tepe (der.) içinde. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayını.

ÖZER, Ömer (2001). Haber Söylem İdeoloji: Eleştirel Haber Çözümlenmeleri, Konya: Literatürk Yayınevi.

ÖZGEN, Murat (1998). Gazetecinin Etik Kimliği, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

SABAH gazetesi (2015, 8 Mayıs-6 Haziran).

TMGRUP (2018). <https://www.tmgrup.com.tr>

TOPUZ, Hıfzı (2015). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, İstanbul: Remzi Kitabevi.

VURAL, A. Murat (2009). "Edebi Bozulmuş Adabı Dağılmış Bir Toplumsal Kurum Olarak Medya", Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, C.1, s.489-498.



Makale Geliş Tarihi:

27 Ekim 2020

Makale Kabul Tarihi:

31 Aralık 2020

ARAŞTIRMA MAKALESİ

**İKDAM GAZETESİ ÜZERİNE BİR İNCELEME: BASIN-İKTİDAR İLİŞKİLERİ**

**Fatma Sena YAMAN<sup>1</sup>**

**Öz**

Ahmet Cevdet tarafından çıkarılmaya başlanan İkdam, 1894 yılında yayın hayatına başlayan bir gazetedir. Türk kültür ve gazetecilik hayatında yer edinen İkdam, köşesinde, döneminin birçok gazetecisine yer vermesinin yanı sıra, edebi şahsiyetleriyle bilinen Türk Edebiyatına birçok roman, hikâye ve tiyatro eseri kazandıran münevveri de yazı kadrosunda bulundurmıştır. Çalışmada, yayınlandığı süre boyunca İkdam'ın, dönemin mevcut iktidarları ile ilişkileri ele alınmıştır. Bu kapsamda incelenen basına ilişkin gerçekleşen olaylar, sansürler, tutuklamalar çalışmanın içeriğini oluşturmaktadır. Çalışmada basın-iktidar ilişkileri, Meşrutiyetin İlanı, Millî Mücadele, İstiklal Mahkemeleri ve Cumhuriyet Dönemi başlıklarında durum tespiti ile incelenmiştir. Yayınlandığı süre boyunca isim ve sahiplik yapısı bakımından birçok değişikliğe uğrayan İkdam'ın, çoğunlukla dönemin mevcut iktidarları ile uzlaşmacı ilişkiler kurduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İkdam Gazetesi, Ahmet Cevdet, Basın, İktidar, İlişkiler.

**A REVIEW ON İKDAM NEWSPAPER: PRESS-POWER RELATIONS**

**Abstract**

Started to be released by Ahmet Cevdet, İkdam is a newspaper which started broadcasting in 1894. İkdam, who has taken place in Turkish culture and journalism life, has also published articles on the corner of which he has contributed many novels, stories and theater works to the Turkish Literature known for his literary personalities as well as giving place to many journalists of his era. In the study, the relations of İkdam with the current governments of the period were discussed throughout the period of publication. The events, censors and arrests that have been investigated in this context constitute the content of the study. In the study press-power relations, The Declaration of the Constitutional Monarchy, The National Struggle, The Independence Courts and The Republican Period were examined. During the period of publication, it was concluded that İkdam mostly, who underwent many changes with regard to name and ownership structure established compromise relations with the current governments of the period.

**Keywords:** The Newspaper of İkdam, Ahmet Cevdet, Press, Power, Relationships.

**GİRİŞ**

**1. İkdam Gazetesi muhtevası**

“Gayret ve sebatla çalışma, devamlı çalışma” anlamına gelen “İkdam”, (Devellioğlu, 1962: 506) Türk basınına, 5 Temmuz 1894 (1 Muharrem 1312)’te

<sup>1</sup> Arş. Gör., Karabük Üniversitesi Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi, [fatmasenayaman@karabuk.edu.tr](mailto:fatmasenayaman@karabuk.edu.tr), ORCID: 0000-0002-8131-6714

girmiştir. Ahmet Cevdet tarafından çıkarılan İkdam gazetesi, II. Abdülhamit Devri'nin önemli dört gazetesinden biridir. II. Meşrutiyet, I. Dünya Savaşı, Mütareke ve Millî Mücadele Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi boyunca yayın hayatını sürdüren İkdam, günlük olarak yayınlanmıştır. İkdam, siyasi, iktisadi, tarihi, içtimai, askeri, dini konularda havadisler vermenin yanı sıra edebî, tarihî yazı ve sohbetleriyle Türk edebiyatına önemli eserler kazandırmıştır.

Türk basınında, başlığına, "Siyasî, ilmî, iktisadî Türk gazetesidir" ibaresini ekleyen ilk gazete olan İkdam, II. Meşrutiyet döneminde 40 bin tiraja ulaşarak Türk basınında önemli bir başarı elde etmiştir (Koloğlu, 2015: 90; TDV İslam Ansiklopedisi, 2000: 25).

İkdam, yayınlandığı süre boyunca Ahmed Midhat Efendi, Halit Ziya Uşaklıgil, Yakup Kadri Karaosmanoğlu, Recâizâde Mahmut Ekrem, Abdülhak Hâmid Tarhan, Sâmipaşazâde Sezai, Hüseyin Cahit Yalçın, Cenab Şehabettin, Ahmet Rasim, Hüseyin Rahmi Gürpınar, Falih Rıfkı Atay, Ahmed Emin Yalman, Ahmet Hikmet Müftüoğlu gibi edebi şahsiyetleriyle bilinen Türk Edebiyatına birçok roman, hikaye ve tiyatro eseri kazandıran münevveri yazı kadrosunda bulundurmıştır (İnuğur, 2002: 285, 286; TDV İslam Ansiklopedisi, 2000: 25).

1894 yılından yayın hayatına son verdiği 1961 yılına kadar İkdam, isim ve sahiplik yapısı bakımından birçok değişikliğe uğramıştır. Sonuç olarak 58 yıl süresince yayın hayatını sürdüren İkdam, birçok döneme tanıklık eden ve birçok olayı sütununa taşıyan istikrarlı bir gazetedir. Çalışmada, Türk kültür ve gazetecilik hayatında yer edinen İkdam'ın, dönemin mevcut iktidarları ile ilişkilerinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Çalışma, İkdam ve basın-iktidar ilişkilerinin incelendiği ilk çalışma olması bakımından önem taşımaktadır.

İkdam ve yayınlandığı dönemin mevcut yönetimi kapsamında, basın-iktidar ilişkileri çalışmada ele alınacaktır. 58 yılın çok uzun olması hasebiyle çalışmada, İkdam'ın yayınlandığı süre boyunca göze çarpan olaylar ele alınmıştır. Bu kapsamda, basına ilişkin gerçekleşen olaylar, sansürler ve tutuklamalar makalenin içeriğini oluşturmaktadır.

Çalışmada, İkdam gazetesine ilişkin literatür taraması yapılmıştır. 19 Eylül 2020’de, Yükseköğretim Kurulu’nun Tez Merkezi’nde yapılan “İkdam” başlıklı arama sonucu, 34 teze ulaşılmıştır. Tezlerin 12’sinin Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Anabilim Dalında, 15’inin ise Tarih Anabilim Dalında yazılan tezler olduğu görülmüştür. Sadece biri Gazetecilik Bölümü Anabilim Dalında yazılmıştır. Diğer tezler ise Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Türk Sanatı Anabilim Dalı, Yeni Türk Edebiyatı Bilim Dalı, Yakınçağ Anabilim Dalı, Türk Cumhuriyeti Tarihi Anabilim Dalı ve İlahiyat Anabilim Dalında yapılan çalışmalardır. Çalışmada, bu tezlerin bazılarında elde edilen verilerden de faydalanılmıştır. Taramada, gazetelere ise Millî Kütüphane’deki mikrofilm arşivinden ulaşılmıştır.

Çalışmada durum tespiti yöntemi kullanılmıştır. Üç bölümden oluşan çalışmada, İkdam’ın kurucusu Ahmet Cevdet, İkdam gazetesi ve esas konuyu oluşturan basın-iktidar ilişkileri ise Meşrutiyetin ilanı, Millî Mücadele, İstiklal Mahkemeleri ve Cumhuriyet Dönemi başlıklarında ele alınmıştır.

## 2. Ahmet Cevdet

Ahmet Cevdet, 1861 yılında (Öztoprak’a göre 1862) doğmuştur. Hukuk fakültesini bitirdikten sonra Ahmet Cevdet, Sabah ve Tercümân-ı Hakikat’te çeviriler yapmıştır. 1884 yılından itibaren Ahmet Mithat’ın Tercümân-ı Hakikat’inde yazarlık yapan Ahmet Cevdet, İkdam’ı çıkardığı tarihe kadar gazetecilikle ilgili çalışmalarını sürdürmüştür. Tercümân-ı Hakikat gazetesi, diğer birçok gazeteci gibi Ahmet Cevdet’e de bir okul olmuştur. Ahmet Cevdet, 34 yaşında da İkdam gazetesini çıkarmıştır (İnuğur, 2002: 284, 285; Öztoprak 1981: 220). Öztoprak’a göre Ahmet Cevdet, dayısı Osman Bey’den aldığı 600 lira ile İkdam’ı kurmuştur. İkdam, ilk çıktığı sıralarda rağbet bulamasa da Ermeni isyanından sonra halk tarafından tutulmuştur (Öztoprak 1981: 220, 221).

Yayınlanmaya başladığı dönemde çağdaşlarına göre İkdam’ın başlıca üstünlüğü, imtiyaz sahibi ve başyazarı Ahmet Cevdet’in, gazetecilikten yetişmiş bir gazeteci olmasıdır. Nitekim bu gazetenin ilk sayısında ilk büyük makaleyi yazan Ahmet Rasim, bu üstünlüğü, 1921 yılında Vakıf gazetesinin 1354. sayısında “Cevdet



Bey’i, yani imtiyaz sahibimizi bize sevdiren ‘meslekten yetişme’ olması idi” sözleriyle ifade etmiştir (İnuğur, 2002: 284).

Ahmet Cevdet, 1908’de İttihat ve Terakki Cemiyeti’ne muhalefeti dolayısıyla suçlanmıştır. Gazeteyi bırakarak İsviçre’ye giden Ahmet Cevdet, İkdam’a oradan yazılar göndermiştir (Oral, 1994: 157). 1909’da tedavi amacıyla gittiği İsviçre’de Ahmet Cevdet 10 yıla yakın bir süre kalmıştır. “İsviçre Mektupları” adı altında İkdam’a yazılar gönderen Ahmet Cevdet, Avrupa dönüşü gazetenin başına geçmiş fakat İkdam’ı gerektiği gibi yönetemediği için gazete, uzun bir süre başkalarının yönetiminde yayınlanmıştır. 40 yıl kadar gazetecilik alanında faal olarak çalışan Ahmet Cevdet, Ankara’ya 1935 yılında 1. Basın Kurultayı için gitmiş, yolda hastalanmış ve Kurultay’ın üçüncü günü Ankara’da hayatını kaybetmiştir (İnuğur, 2002: 286).

### 3. İkdam Gazetesi

İkdam, 5 Temmuz 1894 (1 Muharrem 1312) yılında Ahmet Cevdet tarafından kurulmuştur. Şapolyo’ya göre, istibdat devrinin büyük gazetelerinden biri olan İkdam, fikir ve havadis gazetesi olarak yayın hayatına başlamıştır (Şapolyo, 1971: 166). Türk genel kültür hayatına pek çok hizmet eden İkdam, gazete yazısında, dil bakımından sade Türkçe ve kısa cümle biçimini savunmuştur (Oral, 1994: 157).

İkdam, II. Meşrutiyet döneminin en önemli yayın organlarından biridir. Ahmet Cevdet, 34 yaşında İkdam gazetesini çıkarmış ve Sabah gazetesiyle rekabete girişmiştir. İkdam gazetesinin yayın hayatına girdiği yıllarda Tercümanı Hakikat, Sabah, Tarik ve Saadet olmak üzere dört gazete yayınlanmaktadır. Ayrıca Ceride-i Askeriye ve Ceride-i Bahriye gibi gazeteler de haftalık olarak yayınlanmaktadır (İnuğur, 2002: 284). Ahmet Cevdet, Türkiye’ye ilk defa rotatifi getirmiştir. Zamanla Bâb-ı Âli’de “İkdam Yurdu” binasını yaptırmıştır (Öztoprak, 1981: 221).

İkdam’ın altıncı sayısında 10 Temmuz 1894 (6 Muharrem 1312)’te, “Leyle-i Mesûde” yazısı “Leyle-i Mûsevide” diye çıktığı için II. Abdülhamit tarafından kapatılmıştır. Ahmet Cevdet gazetenin çıkmadığı bu bir ay boyunca yazarlarına ücretlerini ödemiştir (Buttanrı, 1997: 5). Abdülhamit’in tahta çıktığı 31 Ağustos’taki etkinliklerden bahsedilen yazıda, “mutlu gece” anlamına gelen “Leyle-i Mesûde”,

dizgi hatasına uğramıştır. Bunun sonucunda, “kara gece” anlamına gelen “Leyle-i Mûsevide” ifadesi yazılmıştır (İnuğur, 2002: 103).

İkdâm, yayın hayatı boyunca Türkçülüğü ve Türkçeciliği değişmez ilkelerinden biri olarak benimsemiştir. İkdâm, Türk basınında ilk kez sayfalarına, "Siyasî, ilmî, iktisadî Türk gazetesidir" ifadesine yer veren gazetedir. Aynı görüşteki yazarları kadrosunda barındıran İkdâm, zamanla dil konusundaki bakış açısını Yeni İkdâm'ın, 31 Mart 1910 tarihli sayısında, "Türk dilinin sadeleştirilmesi, Türk köylüsünün kendi diliyle yazılanları anlayabilmesi" olarak belirtmiştir. Dil ve tarih alanlarında Türkçülüğün öncülerinden sayılmaktadır. İkdâm ile Türk kültürünü ve tarihini anlatan bazı eserleri Ahmet Cevdet, “Kitâbhâne-i İkdâm” adı altında seri halinde kitap olarak yayınlamıştır. (TDV İslam Ansiklopedisi, 2000: 24, 25). “İkdâm Kütüphanesi” adı altında çıkarılan, Sâlim ve Latîfi tezkireleri, Evliya Çelebi Seyahatnâmesi'nin ilk altı cildi, Şemseddin Sami'nin Kamûs-ı Türkî'si, Bursalı Mehmed Tâhir'in Türklerin Ulûm ve Fünûn'a Hizmetleri, Kemalpaşazâde'nin Divan'ı, Ali Şîr Nevâî'nin Muhâkemetü'l-lugateyn'ı, Necip Asım'ın Orhun Âbideleri, En Eski Türk Yazısı ve Büyük Türk Tarihi bu serideki önemli kitaplardandır (TDV İslam Ansiklopedisi, 1989: 55).

Mütareke döneminde, Yakup Kadri yönetiminde Kurtuluş Savaşı'nı destekleyen İkdâm, çeşitli zorluklarla karşılaşmıştır. Cumhuriyetin ilanından sonra devam eden sıkıntılar sonucu Ahmet Cevdet, 1922'de gazetenin yönetimini Mecdi Sadrettin'e bırakmış, 1923'te İstiklal Mahkemesi'nden beraat etmiş, 1926'da tekrar gazetenin başına geçmiştir. Daha sonra da İkdâm'ı Ali Naci Karacan'a devretmiştir (İnuğur, 2002: 286).

### 3.1. İkdâm'ın şekil özellikleri

İkdâm, başlangıcından itibaren büyük boy resimli bir gazete olarak çıkmıştır. İkdâm'ın ilk sayfasında, gazetenin sahibinin Ahmet Cevdet olduğunu, Bâb-ı Âli Caddesi'nde basıldığını ve kaç kuruşa satıldığını gösteren başlıklar vardır (Yazıcı, 1996: 9). Gazetenin yayınlandığı gün ve sayısı, gazetenin yayınlandığı süre boyunca farklı alanlarda gösterilmiştir.

1 Ocak 1929-6 Şubat 1930 tarihlerinde (sayı: 11384-11808) Burhanettin Ali ve Esat Mahmut tarafından çıkarılan gazete, 1939'a kadar kesintiye uğramıştır. Ahmet Cevdet'in Ankara'da 27 Mayıs 1935'te ölümünden sonra gazete, Ali Naci Karacan tarafından ve Ebüzziyazâde Velid'in başyazarlığında yeniden çıkarılmaya başlanmıştır. "İkdam Halk Gazetesi" başlığı ile 12 Ocak-13 Ağustos 1939 tarihlerinde 210 sayı çıkan gazete, "İkdam Sabah Postası" adıyla 14 Ağustos 1939-31 Aralık 1939 tarihlerinde 139 sayı çıkmıştır. Ethem İzzet Benice yönetiminde "İkdam Sabah Postası, Günlük Siyasi Halk Gazetesi" 1 Ocak-31 Aralık 1940, Sayı: 140 -502, "İkdam, Günlük Siyasi Halk Gazetesi" 1 Ocak 1941-31 Aralık 1942, Sayı: 503-1225, "İkdam Gece Postası" 1 Ocak 1943-5 Şubat 1943, Sayı: 1226-1262 olarak çıkmıştır. Gazete 6 Şubat 1943 tarihinde "Gece Postası" adını almıştır (Buttanrı, 2003: 83-84). İkdam, "İkdam Gece Postası" olarak yayınlanmaya başladıktan bir süre sonra gazetede "İkdam" ifadesi kaldırılmış ve gazete, "Gece Postası" olarak çıkmıştır. "Gece Postası" ise en son 15 Mayıs 1964'te yayınlanmıştır.

### 3.2. İkdam'ın yazı kadrosu

İkdam gazetesinin zengin içerikte bir yayın politikası sürdürmesini bünyesindeki yazı kadrosu sağlamıştır. Dönemin çok ses getiren yazarları özellikle İkdam'ın ilk döneminde gazetenin bünyesinde yer almış, Türk Edebiyatına kazandırılan birçok eser tefrika halinde yayınlanmıştır.

İkdam, haber toplama işine büyük önem vermiştir. Şehir haberlerini 10-15 muhabirle izleyen İkdam, dış ülkelerden özel haberler de sağlamıştır (İnuğur, 2002: 285). İkdam'da dış haberlere karşı tepkiler, çoğu kez başyazı olarak gösterilmiştir. İkdam'ın ilk muhabiri Türk gazetecilerinin en yaşlısı olan Münir Bey'dir (Öztoprak, 1981: 5, 221). Kudret'e göre İkdam, edebiyat beğenisi gelişmemiş geniş halk topluluğuna oldukça sade bir dil ve acıklı olaylarla seslenen yazarların romanlarını yayınlamıştır. Recaizade Mahmut Ekrem, "Saime" adlı uzun hikâyesini 1896 yılında, İkdam'da yayınlamıştır. Fakat hikâye sansüre uğramış bu yüzden tefrika yarım kalmış, müsveddeler de kaybolmuştur. Aynı parçanın Vakit gazetesinde sade dille tefrikası ise 16 Mart-11 Nisan 1947 tarihlerinde 26 tefrika halindedir. Halit Ziya Uşaklıgil, İkdam'da küçük hikâyeler yazmıştır. Hüseyin Rahmi Gürpınar'ın, İkdam'da art arda

yayımladığı altı romanı ile ünü çok yayılmıştır. 1898'de İkdam gazetesinde tefrika edilen “Mürebbiye” adlı romanı bu duruma örnektir (Kudret, 1977: 137-337).

Yakup Kadri Karaosmanoğlu, Mütareke döneminde İkdam, Dergâh gibi gazete ve dergilerde yazdığı makale ve hikâyeleriyle ilk romanlarını tefrika ettirmiştir. Yakup Kadri'nin “Kiralık Konak” adlı ilk romanı, Mütareke döneminde 1920'de İkdam'da yayınlanmıştır (Kudret, 1978: 107, 126).

Dönemin ünlü gazetecileri Ahmet Rasim, Hüseyin Rahmi Gürpınar, İkdam'da yazmıştır. Necip Asım, Şinasi'nin oğlu Şinasi Hikmet, Teodor Kasap gibi en ünlü kalem sahiplerini yazı kadrosunda toplamıştır. Mahmut Sadık, Abdullah Zühtü, Hüseyin Cahit Yalçın, Maliyeci Cavit Bey, Ali Reşat, Mahmut Ata, Veled Çelebi, Dr. Adnan Adıvar gibi isimler de yer almıştır. Yakup Kadri ve Falih Rıfkı ise daha sonralarda İkdam'da yazmaya başlamıştır. Ahmet Cevdet dört sayfadan oluşan gazetesinde bilim, tarih ve teknoloji ile ilgili inceleme ve eleştiri yazılarının bulunmasına itina göstermiştir (İnuğur, 2002: 285, 286). Ali Kemal de Peyam-ı Sabah gazetesini kurana kadar İkdam'ın yazı kadrosunda bulunmuştur. O dönemde yazı kadrosu bu kadar zengin ve kuvvetli bir gazete yok denecek kadar azdır (Öztoprak, 1981: 5).

#### **4. Basın-İktidar ilişkileri**

Basın ile siyasi iktidar arasında siyasi rejimin yapısındaki değişikliklerin basın organlarını ilgilendirmesi bakımından sıkı bir ilişki vardır (Güz, 2008: 1). Çalışmada, yayımlandığı süre boyunca İkdam, basın-iktidar ilişkileri bağlamında incelenmiştir. Bu kapsamda basına ilişkin gerçekleşen olaylar, sansürler ve tutuklamalar çalışmanın içeriğini oluşturmaktadır. Basın-iktidar ilişkileri Meşrutiyetin İlanı, Millî Mücadele, İstiklal Mahkemeleri ve Cumhuriyet Dönemi başlıklarında incelenmiştir.

##### **4.1. Meşrutiyetin ilanı**

1876 yılından itibaren başlayan ve 1908'e kadar devam eden dönemde, siyasi alanda önemli değişiklikler olmuştur. Basın organları açısından sansür, sürgünler ve cezalar verilmiştir. Dışarıdan başta İngiltere olmak üzere dönemin önde gelen devletlerinin baskısı, içerden aydınların hürriyet, azınlıkların bağımsızlık isteklerine

rağmen Sultan II. Abdülhamit, devleti, 93 Harbi dışında büyük toprak kaybına uğratmadan 33 yıl yönetmiştir (Güz, 2000: 51, 52).

Tahta çıkarken ülkeyi “meşrutiyet”le yöneteceğine senet veren II. Abdülhamit, 23 Aralık 1876’da Kanun-ı Esasi’yi ilan etmiştir. 1877’de ise II. Abdülhamit, Osmanlı-Rus Savaşını öne sürerek, Kanun-ı Esasi’nin verdiği yetkiyle Meclis-i Mebusan’ı kapatmıştır. 1908’de İstanbul’da şu dört gazete haricinde gazete kalmamıştır: İkdam, Sabah, Tercümân-ı Ahvâl ve Saadet. İkdam ve Sabah yazılarını sansürden geçirerek yayın hayatına devam etmiştir (Kabacalı, 1990: 48, 79).

25 Temmuz 1908 sabahı, 30 seneden beri ilk defa sansürsüz yazı çıkmaya başlamıştır. İskit’e göre, o dönemde İkdam muharrirleri, Babanzade İsmail Hakkı, Abdullah Zühtü ve Ahmet Rasim’dir. 24 Temmuz günü Hüseyin Cahit de İkdam’a katılmıştır (İskit, 1943: 142). Ahmet Emin Yalman (1997: 70), II. Meşrutiyet’in ilanı sonrası yaşananları şu şekilde anlatmaktadır:

“Sansür memurlarına yeni bir emir vermek herhalde kimsenin aklından geçmemiştir. Her zamanki azamedî tavırlarıyla değil, süklüm büklüm geldiler. Kendilerine dedik ki: ‘Gazete okumuyor musunuz? 1293 (1876) Anayasası yürürlüğe girmiştir. Gazeteler hürdür, sansür yasaktır, gazeteleri sansür etmeye kalkışmak ağır bir suçtur.’ ”

Mercan İdadisi Müdürlüğü’nü bırakıp İkdam’a gelen Hüseyin Cahid, “Oh!” başlıklı yazısı ile gazetenin başında yer almıştır. 25 Temmuz’da gazeteler, Yalman’ın ifadesiyle “uyuşuk bir alemin bir an içinde coşturmuş, ateşleşmişlerdir. Her şeyin manzarası birden bire değişmiştir.” Hüseyin Cahid’in “Oh!” yazısı bu konuda öncü olmuştur. Matbaa makinaları gün boyu çalışmıştır (Yalman, 1997: 70, 71). Basının bir hareket etmesi ve kamuoyu oluşturma çabası nihayet başarı ile sonuçlanmıştır. Sansür denetimi olmadan haber vermek basını âdeta yeniden canlandırmış, gazeteler durağanlığa son vermiş ve birçok yeniliğe imza atmıştır.

İkdam, Sabah, Tercüman ve Saadet, Meşrutiyet ve özgürlüğü savunmuşlar, genellikle kadrolarını da yenilemişlerdir. Tirajı 40 bine kadar ulaşmıştır (Koloğlu, 2015: 90). Öztoprak’a göre, bu görülmemiş bir olaydır. O gün makineler ikindi vaktine kadar çalışmış, matbaanın kapısına toplanmış olan dağıtıcılar, gazete geç basıldı diye matbaayı taşlamışlardır (Öztoprak, 1981: 222). İkinci Meşrutiyet rejimi birincisinden

daha uzun sürmüştür. Fakat o da başarısızlıkla sona ermiştir. İçeride ve dışarıda, tehlikeler ve güçlükler çok büyüktür (Lewis, 1993: 210).

#### **4.2. Millî Mücadele dönemi**

1914'te başlayan Birinci Dünya Savaşı, 1918'de sona ermiştir. Mütareke devrinin başlamasıyla bu defa İtilaf Devletleri, Türk gazetelerine sansür koymuştur. Gazetelerin bazı sütunları bembeyaz çıkmıştır, basın hürriyeti kalkmıştır. 1919'da ise Millî Mücadele, Mustafa Kemal Paşa'nın Samsun'a çıkmasıyla başlamıştır (Şapolyo, 1971: 269). Sansür denetimi olmadan yayın yapma imkânını henüz yakalayabilmiş olan basın, bu duruma karşı farklı bir zeminde haber verme gereksinimi duymuştur. Milli Mücadele döneminde yapılan yayınlar, halkın birlik ve beraberlik içerisinde bulunarak bir tavır sergilemesi bakımından çok önemlidir.

Meclis-i Mebusan'ın 16 Mart 1920'de basılması ve bazı milletvekillerinin tutuklanması üzerine İstanbul'daki Meclis, milletvekillerinin toplanması için güvenli bir yer olmaktan çıkmıştır (Güz, 2008: 101). Büyük Millet Meclisi'nin açılmasıyla 23 Nisan 1920'de "Teşkilat-ı Esasiye Kanunu" kabul edilmiş ve Anayasanın 77. Maddesinde "Matbuat kanun dairesinde serbesttir ve neşredilmeden teftiş, muayeneye tabi değildir" denilmiştir (Şapolyo, 1971: 269).

Büyük Millet Meclisi'nin açılmasıyla millî iradenin temsilciliği İstanbul'dan Ankara'ya geçmiştir. İstanbul ve Anadolu'da yayınlanan gazeteler arasında Millî Mücadeleyi destekleyenler olduğu gibi karşı tavır alan gazeteler de olmuştur. İstanbul'da Millî Mücadele aleyhine yayın yapan gazetelerden ve dergilerden dolayı İstanbul basınının tamamının Anadolu'ya girmesi yasaklanmıştır. İkdâm ise Millî Mücadele döneminde Ankara'ya muhabir göndermiştir. Yakup Kadri ve Falih Rıfkı gibi yazarların yazılarına sayfalarında yer veren İkdâm, Millî Mücadeleyi destekleyen gazeteler arasında yer almıştır. Yakup Kadri yönetiminde, İstanbul merkezli yönetim anlayışına şiddetle karşı çıkmıştır. İkdâm'ın 6 Şubat 1921 tarihli sayısında Le Journal d'Orient gazetesinden alınan "Ankara'nın İmarı" yazısı yayınlanmıştır. Mustafa Kemal imzalı yazıda, Ankara'nın Anadolu'nun merkezine çevirmek istendiği belirtilmiştir. İkdâm, özellikle Millî Mücadele'nin sonlarına doğru Ankara yönetimine desteğini artıran ve Ankara'dan da doğrudan haber veren gazete olmuştur (Güz, 2008:

9-339). İkdam'ın Milli Mücadeleyi destekleyen bir doğrultuda hareket etmesi, Milli Mücadele'nin başarı ile sonuçlandığı da göz önünde bulundurulduğunda milletin bağımsızlığına ve vatanın bütünlüğüne inanarak haber verme işlevini yerine getirdiğini göstermektedir.

### 4.3. İstiklal Mahkemeleri

Londra'daki İslam Cemiyeti Komitesince, 27 Eylül 1923'te İçişleri Bakanlığı'na Lozan'dan dolayı Mustafa Kemal'in ve TBMM'nin kutlandığı, devletin ise iç işlerine karışılmak istenmediğine ilişkin mektup gönderilmiştir. Mektup, Tanin gazetesinde yayınlanmıştır ve mektuba ilişkin gazeteye herhangi bir takibat yapılmamıştır. İstiklal Mahkemesi'nin İstanbul'a gönderilmesine sebep olan olay ise Başbakan İsmet Paşaya gönderilen mektuptur. Mektup, iç işlerine karışmak olarak addedilmiştir. Mektubu, İkdam, "Hilafet ve İngiltere Cemiyeti İslamiyesi" başlığı ile 5 Kanunievvel (Aralık) 1923'te birinci sayfada yayınlamıştır (Güz, 2008: 147).

İkdam'ın yanı sıra, Tanin ve Tevhid-i Efkâr gazeteleri de Londra'da bulunan İsmailiye mezhebi lideri Ağa Han ile Hintli Emir Ali'nin, Başbakan İsmet Paşa'ya gönderdikleri, "hilafetin ve halifenin Müslüman milletin güven ve saygısına yaraşır bir mevkie eriştirilmesi"ni isteyen mektubu yayınlamıştır. TBMM, 8 Aralık'ta, Cumhuriyetin ilk İstiklal Mahkemesini kurmuştur. Mahkeme, İstanbul'da, 9-13 Aralık tarihlerinde, İkdam başyazarı Ahmet Cevdet ile Sorumlu Müdürü Ömer İzzettin, Tanin başyazarı Hüseyin Cahit ile Yazı İşleri Müdürü Baha ve Tevhid-i Efkâr başyazarı Velid Ebüzziya ile Sorumlu Müdürü Hayri Muhiddin Beyi önce gözaltına almış, sonra tutuklamıştır (Kabacalı, 1990: 111). Ahmet Cevdet, mektubun tercüme edilip gazetede basılmasından sonra basımevine geldiğini söylemiştir. Mektubun yayınlanmasının yalnızca haber anlamı taşıdığını belirten Ahmet Cevdet, esasen mektubu görmediğini, görmüş olsaydı yayınlamayacağını veya eleştiride bulunacağını belirtmiştir (Güz, 2008: 158).

12 Aralık'ta bütün İstanbul gazeteleri temsilcilerinin katılmasıyla Halid Ziya'nın başkanlığında toplanan Matbuat Cemiyeti, görüşlerini üç maddelik bir metinde toplamıştır ve TBMM'ye göndermiştir. Kabacalı (1990: 111, 112) İstiklal Mahkemesi'nin adaletli davranacağına olan görüşlerinin olduğunu ve tutuklanan



gazetecilerden “vatanının çıkarlarına aykırı ve suiniyete dayanan bir hareket”in beklenemeyeceğinin belirtildiğini aktarmıştır. 2 Ocak 1924’te okunan mahkeme kararında, mektubun yayınlanması suç sayılmış fakat suç işleme kastıyla yayınlanmamış olduğu ifade edilerek aklanma kararı verilmiştir. Koloğlu (2015: 117)’na göre, çok yankı uyandıran mahkeme, belirli bir çizginin dışına çıkanların neyle karşılaşacakları hususunda açık bir işaret olmuştur. Hilafetin kaldırılması ve son halifenin hudut dışı edilmesi tepkisiz karşılanmıştır.

#### **4.4. Cumhuriyet Dönemi**

29 Ekim 1923’te Halk Fıkrası grubu yeni kabine oluşturmak amacıyla toplanmış, görüşme sonunda ise Mecliste okunan teklifte hükümetin şeklinin Cumhuriyet olmasına karar verildiği bildirilmiştir (Eroğlu, 1989: 18). Koloğlu (2015: 118)’na göre 1945’teki çok partili döneme geçinceye kadar basın CHP’nin sıkı kontrolindedir ve basın mensuplarına dair tutuklamalar basın organlarının sürekliliğini zedelemiştir.

##### **4.4.1. Latin harflerinin kabulü**

1 Kasım 1928’de kabul edilen ve Resmî Gazete’de yayınlanan 1353 sayılı “Türk Harflerinin Kabul ve Tatbiki Hakkında Kanun” (<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.1353.pdf>) ile Latin alfabesine geçilmiştir. 1928 yılında çok kısa sürede yeni bir alfabeye geçilmesi birçok sektörü olumsuz yönde etkilemiştir. Etkilenen sektörlerin başında yayıncılık ve basın sektörü yer almıştır. O döneme kadar okuryazar oranı düşüktür. Bu nedenle basın zaten yeterli bir tiraja sahip değildir. Latin alfabesine geçiş mevcut tirajların iyice düşmesine sebep olmuştur. Birçok gazete ve dergi yeni şartlara dayanamayıp kapanmak zorunda kalmıştır. Devlet tarafından yapılan yardım basının daha zor duruma düşmesini önlemiştir (Güz, 1988-1989: 90). O dönemde, hükümet, Latin alfabesine geçişten sonraki gazetelerde meydana gelebilecek olumsuzluklara önlem almak amacıyla 1 Aralık 1928’den sonra gazete ve dergilere yardımda bulunmuştur. İkdam, bu gazetelerden biridir (Ova, 2005: 86-129).

İkdam’ın 26 Ağustos 1928 tarihli sayısında, Dolmabahçe’de düzenlenen Harfler Konferansı’na yer verilmiştir. Büyük puntolarla spotta, Gazi Mustafa Kemal



imzalı “Türk milleti, kendinin refahına, itilasına binlerce senelerden beri haylulet edegelmekte olduğunu artık temyiz eylediği bütün maddi ve manevi manileri, muhakkak parça parça ederek ortadan kaldırılacaktır” ifadesi kullanılmıştır.

27 Ağustos 1928 tarihli sayısında “Yeni Harfler” başlıklı haberde ise “Bütün devlet memurlarına, yeni Türk harflerini öğretmek için derslere başlanıldığı”na değinilmiştir. Yine aynı sayılı gazetede, “Vatandaşlar Dikkatle Okuyunuz 26 Ağustos Hatırası” başlıklı haberde, Gazi Mustafa Kemal ve İsmet İnönü arasındaki görüşme bulunmaktadır. Gazetede, Gazi Mustafa Kemal’in “Bugün yeni Türk harflerinin cehalete karşı açtığımız mücadelenin yarın millet için 26 Ağustos zaferinden daha yüksek ve geniş saadet neticeleri vereceğini muhakkak görüyorum” ifadelerine yer verilmiştir.

İkdam’ın bu dönemde Latin harflerinin kabulüne dair Gazi Mustafa Kemal tarafından yapılan açıklamalara yer vermesi, basının haber verme işlevinin ötesinde kabulün halka benimsetilmesini sağlama amacı taşımaktadır.

#### **4.4.2. İkdam Halk Gazetesi’nin ilk sayısı**

İkdam, yayınlanmaya ara verdiği 1930’dan sonra 1939’da tekrar yayınlanmaya başlamıştır. 12 İkincikanun 1939’da, İkdam Halk Gazetesi’nin ilk sayısında, İsmet İnönü’nün aşağıdaki yazısı, ilk sayının şerefine yayınlanmıştır:

“Bence iyi bir gazetenin hasletleri şunlardır: İyi ve açık görmek, bir hâkim gibi hükümlerinde adil olmaya alışmak, memleketi kendisi idare ediyormuş gibi mesuliyet hissi taşımaktır.”

24 Ağustos 1930

İsmet İnönü

Bu yazı, 10 sene önce İkdam sahibinin ricası üzerine İsmet İnönü’nün kendi el yazısıyla İkdam için yazdığı bir yazıdır.

#### **4.4.3. Basın Birliği’ne dair**

28 Haziran 1938’de kabul edilen Basın Birliği Kanunu (<http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/6336.pdf>) ile Türkiye’de çıkan gazete ve dergilerin sahiplerinin, bu gazete ve dergilerde Türk haber ajanslarının yazı, haber,

resim, fotoğraf ve tashih işlerinde ücretle, sürekli ve düzenli çalışarak bu işi meslek edinenlerin Basın Birliği'ne girmeleri zorunlu olmuştur (Kabacalı, 1990: 134).

İkdam Halk Gazetesi'nin 11 Temmuz 1939 tarihli sayısındaki Ankara'da düzenlenen Basın Birliği Kongresi haberinde, kongrenin, Başbakan Refik Saydam ve Cumhuriyet Halk Partisi idare heyeti ve Türkiye'nin her yerinden basın mensuplarının katıldığı belirtilmektedir. Düzenlenen kongre sonucunda, merkez idare heyetine yedek aza olarak seçilen gazeteciler arasında İkdam gazetesi sahibi Ali Naci Karacan da bulunmaktadır.

Siyasal rejimin basın çalışanlarına yönelik hak ve hürriyetler edindirmek amacıyla ön ayak olduğu Basın Birliği, özellikle Türkiye'nin her yerinden gazetecilerin kongreye katıldığı göz önünde bulundurulduğunda, hükümetin Ali Naci Karacan'ı yedek aza olarak belirlemesi, Karacan'ın ve İkdam'ın gazetecilikteki tecrübesine güveni göstermektedir.

#### **4.4.4. Demokrat Parti**

Çok partili rejime geçiş Türk siyasi hayatında önemli bir yer tutmaktadır. 1945'te İsmet İnönü Türkiye'nin siyasi olarak çoğulculuğa evrileceğini bildirerek çok partili hayata geçileceğini aktarmıştır (Koloğlu, 2015: 121, 122). İkdam Gece Postası'nın 16 Mayıs 1950 tarihli sayısında Demokrat Parti'nin iktidara gelmesi, "D.P. iktidarı fi'len 22 Mayıs'ta geçiyor" başlığıyla verilmiştir. Haberde, "büyük bir ekseriyetle seçimi kazanan D.P.'nin, kabinesini A. Menderes Başkanlığında kuracağı, C. Bayar'ın Parti lideri kalacağı bildiriliyor" ifadesine yer verilmiştir. Başka bir haberde ise seçim neticesi hakkında CHP mahfillerinin demeci, "Bir sportmen gibi kaybettik. Soğukkanlı bulunuyoruz" ifadeleri ile belirtilmiştir.

#### **4.4.4.1. 1960 Darbesi**

İkdam Gece Postası'nın 27 Mayıs 1960 tarihli sayısında, 1960 darbesi "Şanlı ve Kahraman Türk Ordusu Millet ve Gençlik Hissiyatına Tercüman Olarak istibdada 'YETER!' diye Arslanca Kükredi" şeklinde müspet olarak değerlendirilmiştir. "Türk Silahlı Kuvvetleri Bu Sabahtan İtibaren Bütün Türkiye'de İdareyi Ele Aldı Tekmil Yurt İçinde Sevinç İçinde" başlığı verilerek, Reiscumhur, Meclis Reisi, Kabine

Üyeleri, Genelkurmay Başkanı, Kara Kuvvetleri ve Jandarma U. Kumandanları, Vali Yetkiner, Aygün ve Polis Müdürünün muhafaza altına alındığı aktarılmıştır.

#### 4.4.5. Gece Postası son sayı

Çalışmada, İkdam'ın, "İkdam Gece Postası" olarak yayınlanmaya başladıktan bir süre sonra gazetede "İkdam" ifadesinin kaldırıldığını ve gazetenin, "Gece Postası" olarak çıktığı belirtilmişti. "Gece Postası" son olarak 15 Mayıs 1964 tarihinde yayınlanmıştır. Bu tarihli sayısında Gece Postası'nda gazetenin sahibi Etem İzzet Benice tarafından "İşte geldik gidiyoruz şen olsun Basın şehri" başlıklı olarak yayınlanan yazıya yer verilmiştir:

Sözün kısası: Türk basını tarihinin hiçbir devrinde bugünkü kadar buhranlı, sıkıntılı bir devri yaşamamıştır. Bunun sorumluluğu da millî bir basın politikası olmayan iktidarlarda ve yine antidemokratik basın mevzuatı ile ve yük üstüne yük tahmil eden "katmeril sözleşme"lerle ticaret, fikir, hatta insan hürlüğünü ve serbestliğini tahdit eden iktidarlardadır... Biz bu üç yıl içinde sadece İstanbul'da kapanan büyük tesisli gündelik gazetelerin muhakkak ki ilki olmadığımız gibi sonuncusu da bulunmuyoruz.

Etem İzzet Benice

Gazete ve gazetecilikteki fikir, politika, sanat ve kültür gibi unsurların magazin, hafif neşriyat tarzındaki unsurlara yerini bıraktığını ifade eden Benice, iktidarın da kendi politikası ile uyum içerisinde olan gazeteleri "nimetlere boğduğunu" belirtmiştir. Ona göre, bu durum basının hür oluşuna yönelik bir tehdittir ve İsmet İnönü de bu süreçte 2-3 tiraj gazetesi dışında kalan Türk basınına karşı destek olmamıştır. Benice, gazetelerin ileri sürdüğü tekliflerin göz ardı edilmesini ise "iktidarın bir basın politikasından mahrum oluşu" şeklinde yorumlamıştır. Kâğıt fiyatları ile ticaret hürlüğünü ve serbestliğini tehdit eden antidemokratik bir mevzuatın küçük ve orta mali kudret arz eden gazetelere zarar verdiğini ifade eden Benice, okuyuculara gazetenin son sayısının verildiğini belirterek, gazetenin kapanan ilk gazete olmadığı gibi sonuncu gazete de olmayacaklarını ifade ederek cümlelerine son vermiştir.

#### SONUÇ

Türk basınında önemli yer edinen İkdam, bir fikir ve havadis gazetesidir. İkdam, Ahmet Cevdet'in imtiyaz sahibi olduğu ve yazı kadrosunda bulunduğu yıllarda, okurlarına zengin bir içerik ile siyasi, iktisadi, tarihi, içtimai, askeri ve dini konularda

havadisler vermiştir. Edebî, tarihî yazı ve sohbetleriyle İkdam, Türk edebiyatına önemli eserler kazandırmıştır. Yakup Kadri'nin "Kiralık Konak" adlı romanı bu duruma örnektir. Nitekim literatürde İkdam konusunda yapılan çalışmaların çoğunluğu edebiyat ve tarih alanındadır.

İkdam, Ali Kemal, Yakup Kadri gibi çok farklı görüşteki gazetecileri yazı kadrosunda bulundurmuş, farklı bakış açılarıyla okurlarına seslenmiştir. Millî Mücadele döneminde Ankara'ya muhabir göndermiştir. Yakup Kadri ve Falih Rıfkı gibi yazarların yazılarına sütunlarında yer veren İkdam, Millî Mücadeleyi destekleyen gazeteler arasında yer almıştır. Yakup Kadri yönetiminde Ankara merkezli bir yönetimi desteklemiştir.

Makale, İkdam gazetesi üzerine yapılmış diğer çalışmalardan farklı olarak basın-iktidar ilişkileri bakımından incelenmiştir. Basın-İktidar ilişkilerinde gazetenin ilk döneminde rastlanılan en önemli hadise, İkdam'da, 1923'te, "Hilafet ve İngiltere Cemiyeti İslamiyesi" başlığı ile birinci sayfada Londra'da bulunan İsmailiye mezhebi lideri Ağa Han ile Hintli Emir Ali'nin, Başbakan İsmet Paşa'ya gönderdikleri mektubun yayınlanmasıdır. Mektubun yayınlanması üzerine TBMM tarafından kurulan Cumhuriyet döneminin ilk İstiklal Mahkemesi'nde Ahmet Cevdet ve sorumlu müdür Ömer İzzettin tutuklanmıştır. Mahkeme, mektubun yayınlanmasını suç saymış fakat sanıkların bunu suç işleme kastıyla yayınlamadıkları gerekçesiyle aklama kararı vermiştir. Çünkü Ahmet Cevdet, sözü edilen "hilafetin ve halifenin Müslüman milletin güven ve saygısına yaraşır bir mevkie eriştirilmesi"ni isteyen mektubu, görmüş olsaydı yayınlamayacağını veya menfi bir mesele olarak yayınlatacağını bildirerek, basının asıl işlevi olan haber verme görevini göz ardı etmiştir. Sonuç olarak, çağdaşlarında olduğu gibi İkdam da mahkeme tarafından tutuklanmış olan gazetecilere sahip bir gazete olmuştur.

İkdam, 1930-1939 tarihlerinde yayın hayatına ara vermiştir. 1939'da İkdam Halk Gazetesi olarak yayınlandığı ilk sayıda İsmet İnönü'nün bir yazısına yer verilerek, siyasal rejimin görüşleri ve çıkarları ile doğru orantılı bir politika izleneceğine âdeta teminat verilmiştir.

Cumhuriyetin ilk yıllarında devlet, Latin alfabesine geçişin etkisiyle maddi yönden sıkıntılar yaşayan basın için destek vermiştir. Buna göre devlet tarafından basına para yardımı kanunlaştırılmıştır ve İkdam da süreci atlatan gazetelerden biri olmuştur. Gazete sütunlarında Gazi Mustafa Kemal Paşa'nın Latin alfabesine geçişe ilişkin müspet anekdotlarına yer veren İkdam, bu şekilde halkı ortak bir alfabeyle, birliğe ve beraberliğe çağırmıştır. İnkılapların halk tarafından benimsenmesindeki basının rolü göz önünde bulundurulduğunda, İkdam'ın Latin alfabesine geçişi destekleyen gazeteler arasında yer alarak verdiği katkı mühimdir.

Çok partili dönemde Demokrat Partinin iktidarda bulunduğu süreçte 1960 darbesi gerçekleşmiştir. Bu, Türkiye Cumhuriyeti tarihinde halen yankısını sürdüren bir mevzudur. Etem İzzet Benice yönetimindeki İkdam Gece Postası ise sütunlarında "istibdada yeter" diyerek, askeri darbeyi destekleyen bir tutum sergilemiştir. Böyle bir tutum sergilemesi, gazetenin istikrarını sürdürmesi yönünde bir tepkidir. Bu noktada, arka planın okunması önemlidir. Fakat gazete darbeden sonra üç yıl kadar daha yayın hayatını sürdürebilmiştir. Gazetenin sahibi Benice'nin, gazetenin son sayısında yayınlanan yazısında Türk basınının buhranlı bir devirden geçiyor olduğunu ve ülkede millî bir basının olmadığını belirtmesi ise o dönemde iktidarın basına olan tutumuna dair bir eleştiri niteliğindedir. Çünkü Benice, 2-3 tiraj gazetesi dışında İsmet İnönü iktidarının basına destek vermediğini bildirmektedir. Yazıda Benice'nin, iktidarın kendi politikası ile uyum içerisinde olan gazetelere destek sağladığını, küçük ve orta ölçekli gazetelerin ise kâğıt fiyatları ve antidemokratik mevzuat dolayısıyla desteklemediğini belirtmesi, dönemin basın-iktidar ilişkisinde İkdam'ın iktidar ile yakın bir ilişki içerisinde olmadığını göstergesidir.

Sözlük anlamında olduğu üzere İkdam, gayret ve sebatla, devamlı bir şekilde çalışmış, 1894 yılından 1961 yılına kadar dokuz yıl süresince çıkmamış olsa da 58 yıl süresince haber verme işlevini yerine getirmiştir. Birçok kez isim ve sahiplik yapısı bakımından değişikliğe uğrayan İkdam, birçok iktidara ve döneme tanıklık etmiştir. Sonuç olarak, yayın hayatına girdiği 1894 yılından 1930 yılına kadar İkdam, istikrarlı bir gazete olmuştur. İkdam'ın, bu dönemde yazı kadrosu oldukça zengindir ve öne çıkan bir gazete niteliği taşımıştır. İkdam'ın uzun süre yayınlanmasının sebeplerinden biri de mevcut iktidarlara ile uzlaşmacı bir şekilde basın-iktidar ilişkisinde

bulunmasıdır. Çoğunlukla muhalif bir basın işlevi sürdürmediği, mevcut iktidarlar ile ılımlı bir politika izlemesinden anlaşılmaktadır.

#### **KAYNAKLAR**

BUTTANRI, Müzeyyen (1997). İkdam Gazetesi Üzerinde Bibliyografik Bir İnceleme (1894-1900), Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

BUTTANRI, Müzeyyen. (2003). “İkdam Gazetesinin Kültür Hayatımızdaki Yeri, Şekil ve İçerik Özellikleri (1894-1900)”, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), s.77-98.

DEVELLİOĞLU, Ferit. (1962). Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lûgat. Ankara: Doğuş Matbaası.

EROĞLU, Hamza. (1989). “Türkiye Cumhuriyeti'nin İlanı”, Atatürk Araştırma Merkezi Dergisi, 6(16), s.7-26.

GÜZ, Nurettin (2008). Türkiye’de Basın-İktidar İlişkileri (1920-1927), Ankara: Turhan Kitabevi.

GÜZ, Nurettin (1988/1989). “Harf İnkılabı ve Basına Etkileri”, G.Ü. Basın Yayın Yüksekokulu Dergisi, 10, s.89-117.

GÜZ, Nurettin (2000). “Osmanlı Basını”, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 1(2), s.40-57.

İNÜĞÜR, Nuri (2002). Basın ve Yayın Tarihi, İstanbul: Der Yayınevi.

İSKİT, Server (1943). Türkiye’de Matbuat İdareleri ve Politikaları, Ankara: Başvekâlet Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü Yayınları.

KABACALI, Alpay (1990). Başlangıçtan Günümüze Türkiye’de Basın Sansürü, İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

KOLOĞLU, Orhan (2015). Osmanlı’dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi, İstanbul: Pozitif Yayınları.

KUDRET, Cevdet (1977). Türk Edebiyatında Hikâye ve Roman I, İstanbul: Varlık Yayınevi.

- KUDRET, Cevdet (1978). Türk Edebiyatında Hikâye ve Roman II, İstanbul: Varlık Yayınevi.
- LEWIS, Bernard (1993). Modern Türkiye'nin Doğuşu (Çev. M. Kıratlı). Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi. (Eserin orijinali 1960'ta yayımlandı).
- ORAL, F. Süreyya (1994). Türk Basın Tarihi (Birinci Kitap), Ankara: Yeni Adım Matbaası.
- OVA, Nalan (2005). Harf İnkılabı ve Türk Basını (1928-1929): Vakit, İkdam ve Hakimiyet-i Millîye Örnekleri, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÖZTOPRAK, İzzet (1981). Kurtuluş Savaşı'nda Türk Basını, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- ŞAPOLYO, E. Behnan (1971). Türk Gazeteciliği Tarihi Her Yönüyle Basın, Ankara: Güven Matbaası.
- YALMAN, A. Emin (1997). Yakın Tarihte Gördüklerim ve Geçirdiklerim, C. I., İstanbul: Pera Turizm ve Ticaret A.Ş.
- YAZICI, Hülya (1996). "İkdam Üzerinde Bir Çalışma -İnceleme ve Seçilmiş Metinler- (1915-1920)", Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- YAZICI, Nesimi (2000). İkdam. Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi içinde C. 22, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayın Matbaacılık ve Ticaret İşletmesi, s. 24-25.
- YÜCE, Nuri. (1989). Ahmet Cevdet, İkdamcı. Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi içinde, C.2, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı Yayın Matbaacılık ve Ticaret İşletmesi, s.55-56.

### **İnternet Kaynakları**

- Türk Harflerinin Kabul ve Tatbiki Hakkında Kanun (1928).  
<http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.1353.pdf> Erişim Tarihi:  
05.11.2017.

Basın Birliği Kanununun Kaldırılması Hakkında Kanun (1946).  
<http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/6336.pdf> Erişim Tarihi: 17.11.2017.

### **Gazeteler**

İkdam, 26 Ağustos 1928, no: 11258.

İkdam, 27 Ağustos 1928, no: 11259.

İkdam Halk Gazetesi, 12 İkincikanun 1939, no: 1.

İkdam Halk Gazetesi, 11 Temmuz 1939, no: 177.

İkdam Gece Postası, 16 Mayıs 1950, no: 3982.

İkdam Gece Postası, 27 Mayıs 1960 no: 7213.