

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ULUSLARARASI İLİŞKİLER BÖLÜMÜ**

1983-1993 ARASINDA MEDYA-POLİTİKA İLİŞKİLERİ

DOKTORA TEZİ

**Tez Danışmanı
Prof. Dr. Toktamış ATEŞ**

**Mehmet Sağnak Hacışabanoğlu
1252**

İstanbul 1996



İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
BÖLÜM I	
1983-1993 ARASINDA TÜRK BASINI	10
A) Gazeteler	13
B) Dergiler	33
C) Haber Ajansları	37
D) Televizyonlar	38
E) Radyolar	46
F) Rekabet, tirajlar ve ratingler	47
G) Promosyon ve Lotarya	57
H) Basının saygınlığı	60
İ) Gazete fiyatları	62
J) Dağıtım şirketleri	63
K) İkitelli	64
L) Cinayetler	65
M) Sendikasılaştırma	65
N) Konsey hareketleri	67
BÖLÜM II	
MEDYA, İKTİDAR, PARTİLER ve MECLİS	68
A) Medya açısından	70
1) Gazetecilerin tutumları	71
a) Politik ve sosyal taraflılık	72
b) Meslek örgütleri	83
i) Sendikalar	83
ii) Dernekler	84
iii) Platformlar	88
iv) Basın Konseyi	89
c) Gazeteci parlamenterler	90
2) Başbakanı (İktidarı) izleme	92
3) Cumhurbaşkanı izleme	95
4) Siyasi partileri izleme	96

5) Meclis'i izleme	98
B) Politikacılar açısından	104
1) Haberleri yönlendirme	104
2) Bilgi kontrolü	110
3) Medya danışmanları	118
4) Basın toplantıları, açıklamalar	125
5) Şematik ilişkiler	129
6) Parti programlarında medya	138
 BÖLÜM III	
BASIN ÖZGÜRLÜĞÜ	142
A) Anayasa	148
B) Basınla İlgili Yasalar	150
1) Basın Yasası	152
2) Muzır Yasa	154
3) SS Kararnameleri	156
4) Terörle Mücadele Yasası	160
5) Medeni Kanun	162
6) RTÜK Yasası	163
C) Basın üzerinde yasaların dışındaki baskı yolları	166
1) Hammadde fiyatları	166
2) Fiyat kırma	169
3) Mal beyanı	170
4) Yargıyı etkileme	170
5) Yalanlama ve tekzip	170
6) Aramalar	171
7) İşter çıkarttırma	171
8) İlişkileri kullanma	171
9) Tabularla gelen kısıtlamalar	172
10) Basın Yayın enformasyon Genel Müdürlüğü	172
D) Gazetecilere saldırılar	173
E) Basın Konseyi	175
F) Aleyhte araştırmalar	186

BÖLÜM IV	
SEÇİM KAMPANYALARINDA MEDYA	189
A) Gündem belirleme	191
B) Aday imajları	194
C) Kampanyalarda medyanın etkisi	196
1) İfade	197
2) Kategorilere ayırma	199
3) Tahmin	201
4) Gündem belirleme	203
5) Eleştirmen	204
D) Medya tabanlı kampanyalar	205
E) Seçim kampanyalarını izleme	208
F) Kamuoyu araştırmaları	214
G) Siyasal reklamcılık	217
H) Halkla ilişkiler şirketleri	225
 BÖLÜM V	
MEDYANIN MALİ YAPISI	227
A) Medyanın gelir kaynakları	229
B) Medya grupları	234
C) Halka açılma	238
1) Sabah Yayıncılık AŞ	238
2) Bugün Yayıncılık AŞ	240
3) Medya Holding AŞ	242
4) Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ	243
5) İhlas Holding AŞ	245
D) 500 Büyükler	248
E) Tekelleşmeye karşı	255
F) Teşvikler ve krediler	256
G) Kamu ilanları	267
H) Reklam gelirleri	272
 SONUÇ	274
FAYDALANILAN KAYNAKLAR	284

*"Düşünce ve görüşlerin
özgürce iletilmesi,
insanın en değerli varlıklarından biridir."
Fransa İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirisi
Madde 11*



GİRİŞ

Media, aslı Latince olan çoğul bir kelimedir. Tekili ise "medium"dur. Medium temelde; ara, orta gibi anlamlara gelmektedir. Konumuz olan yazılı ve sözlü basını kapsayan, İngilizce'de "mass media" olarak tanımlanan terim, Türkçe'ye "kitle iletişim araçları" olarak çevrilmektedir. Önceleri yoğun bir şekilde dilimize yerleşen "basın" teriminin yerini alan "kitle iletişim araçları" terimi, ağırlıklı olarak 1990'lı yıllarla birlikte kullanım kolaylığının verdiği rehavetle yerini

"medya"ya terketti. Bu çalışmada kullanılan medya terimi de, kamuoyunda kabul gördüğü biçimde; yazılı, sözlü ve görüntülü basın tanımlamaktadır. Ancak sözlü basın olarak nitelediğimiz radyolar, Türkiye'de 1992'den itibaren yaygınlaşmışsa da, yazılı basın ve televizyon karşısında kamuoyunu etkileme açısından yeterli güce sahip olamamıştır.

Medyanın ya da gazeteciliğin temel işlevi, en genel tanımlama ile, haber verme işlevini yerine getirmektir. Gazetecilik, gerekli bilginin toplanması, yazılması, düzenlenmesi ve dağıtılmasını içeren bir işlemdir. Gazeteciliğin en temel ilkelerinden biri, haber ile yorum arasında belirgin bir ayrımın çizilmesidir. Yorum, yazarın ya da çalıştığı medya kuruluşunun, düşüncelerini, inançlarını, kişisel yargılarını içermektedir.¹

Haber, gerçeklere dayanmalı ve doğruluğu kanıtlanırlı olmalıdır. Buna karşılık yorum subjektiftir ve doğruluğu üzerinde eleştiri yapılmaması gerektiği² belirtilmektedir. Bu genel tanımlamaya rağmen, kullanılan dil gibi çeşitli yöntemlere başvurularak doğru olmayan haber doğru gibi sunulabilir. Tehlike burada kendini göstermektedir.

Haber vermek, tek yönlüdür. Haberin tüketicisi konumundaki toplum, medya kuruluşu, yöneticisi ve muhabirinin "haber" diye "seçtiği" konulara muhatap olmaktadır. Burada, haber olarak seçilen konular kadar, "seçilmeyenler" de önem kazanmaktadır. Medya böylece gündem oluşturmaktadır. Toplumun, buradaki "seçimi" ise izlediği medya kuruluşu iledir.

Araştırmalara göre, Türkiye'de günlük olarak, ulusal ve yerel çapta 300'ün üzerinde gazete bulunmaktadır. Yine ulusal ve yerel çapta 450'nin üzerinde radyo, 70'in üzerinde televizyon yayındadır.

İletişim sektöründe, son 40 yılda büyük teknolojik gelişmeler yaşandı. Yeni teknoloji, haber iletişiminin ulaşımını ve hızını bu sürede hayal edilemeyecek ölçüde artırdı, aynı zamanda maliyetleri katladı.

¹Oya Tokgözü, *Temel Gazetecilik*, 3. B., Ankara, İmge Yayınevi, 1994, s. 34-35.
²a.g.e., s. 35.

Günümüzde medya, eskiye oranla daha çok ön plana çıkarmaktadır. Bunda en büyük etken şüphesiz, medyanın kendisinin de haber olmasıdır. Özellikle yazılı medyanın, pazardan daha fazla pay kapma kaygısıyla başlattığı promosyon ve lotaryanın yarattığı rekabet ortamı, ideolojik bazdaki tartışmaların yerini, birbirlerinin açıklarının kamuoyunun önüne serilmesine bıraktı. Medyanın saygınlığının ciddi bir şekilde tartışılır hale gelmesine neden olan bu gelişmenin, yazılı medyanın tirajının düşmesine yol açması beklenirken, ne gariptir ki, farklı bir sonuç doğurdu. Medya ve medya mensupları arasındaki bu kavga, kupon ve çekiliş rüşvetine alışan kamuoyunu hiç etkilemedi. Gazetelerin 2.5-3 milyon civarında dolaşan tirajı, promosyon ve lotaryalarla 6 milyona kadar tırmandı.

Medyanın kuruluşlarının yönelttikleri suçlamalar arasında, en dikkati çeken, medyanın politikacılarla, politikacıların da medyayla olan çıkar ilişkileri hakkındaki iddiaların ortaya atılması oldu. Bu suçlamalar, zihinlerde, medya mensubu ve medya ahlakı gibi oluşmuş bulunan değer yargılarının yıkılması sonucunu doğurdu.

Siyasal iktidar, birey ile grup arasındaki ya da diğer bireylerle arasındaki ilişkiler bütünü olarak ortaya çıkmaktadır. Siyasal iktidarların, yönetim için öncelikle fiziki gücü vardır. İkinci önemli güç, ekonomik güçtür. Zaten, siyasal iktidar ve ekonomik iktidar birbirine sıkı sıkıya bağlıdır. Bu maddi koşullar dışında, bir de manevi koşul vardır ki, o da iktidara itaatın bir adet halini almasıdır.³

İktidara gelmek için, demokratik toplumlarda siyasal partiler kurulmuştur. Siyasal parti; bilinçli ve temel amacı, hükümet mekanizmasını denetlemek üzere, kamu görevine tek başına ya da başkalarıyla ortak olarak kadrolar yerleştirmek ve onları görevde tutmak olan bir örgüt olarak tanımlanmaktadır⁴.

Siyasal parti, bir devlet kuruluşu olmamakla beraber, yukarıda sözünü ettiğimiz iktidara gelmek, yani toplumu bağlayıcı kararlar verebilme yetkisini elde etmek için mücadele eder.⁵ Siyasal partileri, taraftarlar, militan taraftarlar, üyeler,

³ Esat Çam, *Siyaset Bilimine Giriş*, İstanbul, İÜ İktisat Fakültesi Yayınları, 1975, s. 33.

⁴ İler Turan, *Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış*, İstanbul, İÜ İktisat Fakültesi Yayınları, 1977, S.98.

⁵ a.g.e., s. 112.

milletvekilleri (bu çalışmada genellikle politikacı olarak anılacaklardır) ve yöneticiler (genel başkan yardımcıları, genel başkan, başbakan -bu çalışmada iktidarı temsil ettiği için iktidar ve başbakan deyimleri çoğunlukla eş anlamlı olarak kullanılacaktır-) meydana getirmektedir.

Siyasal partiler, seçimler sonucu oluşturdukları meclisle, yasama işlevini yerine getirirken, yürütme yetkisi atanmış başbakana ve kurduğu hükümete verilmektedir. Bu güçlerin dışında, üçüncü güç, yargıdır.

Bugünün demokratik devlet düzenlerinde, yukarıda anlattığımız klasik ayırım artık sadece arzulanan kuvvetler dengesini ifade etmeye yaramaktadır. Günümüzde, iktidarın çeşitli fonksiyonları arasında tam bir ayrılık değil, aksine birbirini tamamlama ve bütünleme dikkati çekmektedir⁶.

İşte bu durum, çağdaş demokratik düzenlerde, diğer üç güçten tamamen bağımsız dördüncü bir güce gereksinim duyulması sonucunu ortaya çıkardı. "Kontrol gücü" adı verilen bu gücün görevinin, devlet mekanizmasının işleyişini denetleme ve eleştiri yolu ile sapmaları önleme olduğu kabul edilmektedir. Muhalefetteki siyasal partiler, sendikalar, diğer meslek ve çıkar birlikleri ve dini kurumlar öngörülen denetleme kurumlarındandır. Sahip bulunduğu bağımsızlık ve prestij özellikleri nedeniyle, devlet mekanizmasını en iyi ve etkin biçimde denetleyebilecek güç basındır. Bu nedenle, basının yasama, yürütme ve yargılama güçleri karşısında onlardan tamamen bağımsız bir kontrol gücü olarak "dördüncü gücü" (dördüncü kuvvet) oluşturduğu bugün genellikle kabul edilmektedir⁷.

1961 Anayasası'nın 22. maddesinin gerekçesinde de basının dördüncü güç niteliğine değinildi.

Yasama, yürütme ve yargıdan sonra kamusal sorumluluğu nedeniyle "dördüncü güç" olarak anılan medyanın, Türkiye'de 1970'li yılların sonundan başlayarak, büyük oranda medya dışı özel sektörün eline geçmesiyle, devlet radyo ve televizyonunun eski etkisini yitirmesinin de yardımıyla, medya patronları, politik yaşama, politikacıların ve siyasal partilerin de dışından müdahale avantajına sahip

⁶Kayhan İçel, *Kitle Haberleşme Hukuku*, 2.B., İstanbul, İÜ Yayınları, 1983, s. 37.
⁷a.g.e., s. 38.

oldu. Yönetme hırsı egemen olmaya başladı. Dördüncü güç olmakla yetinmeyerek, "tek gücü" amaçlamaya başladı⁸.

Toplumun ve politikacıların, siyasi faaliyetler hakkındaki görüşlerini dayandırdıkları bilgi, öncelikle medyadan gelmektedir. Dünyanın her tarafından insanların, kendi aralarındaki özel tartışmaların konularından başlamak üzere, üst düzey yöneticilerin ve hatta siyasi karar mercilerinin faaliyetlerine kadar birçok olay medya tarafından etkilenmekte, hatta medya tarafından belirlenmektedir.

Bu yüzden birçok ülkede medya, haber bültenlerinin seçiminde ve değişik bakış açılarına dayanan düzenlemesinde tek başına söz sahibi olmasından dolayı, büyük güç sahibidir. Kamuoyunun gündemini belirleyebilmekten kaynaklanan bu büyük güç, medyayı 20. yüzyılın en etkili siyasal güçlerinden biri haline getirmiştir. Medya kuruluşlarını yönetenler, haber bültenlerini kendi bakış açılarına göre düzenleme olanağına sahiptirler. Bu sayede, siyasal sistemin dikkatinin, öncelikli olarak hangi konulara çekileceğini de belirleme konusunda etkili olacaklarını söylemek hiç de yanlış olmayacaktır⁹.

Medyanın değişen ekonomik yapısıyla birlikte, siyasi gücünün arttığını gözlemleyen politikacılar da, bu güçten kendi çıkarları doğrultusunda yararlanma yolunu tercih etmeye başladı. Medya gücü ile politik güç, çıkarlarının çatışmadığı birçok noktada işbirliğine gitti ve gitmektedir. "Düşman", mümkün olduğunca kontrol altında tutulmaya çalışılmaktadır¹⁰.

Medya, sayfalarında, hoparlörlerinde ve ekranlarında politikacıya daha çok yer ayırıyor, bir liderin ve partisinin yanında yer alıyor. Buna karşılık, politikacı elindeki yasama ve yürütme ve zaman zaman yargı gücüyle beraber, teşvik ve ilan silahını kullanıyor. Daha fazla sütun ve saniye için pazarlıklar yapıyor.

Medyanın belirttiğimiz gibi, politik olarak büyük önemi vardır. Toplumun, olayları ve politikacıları izlemek için en fazla kullandığı araçlar gazete, radyo ve televizyonlardır. Bunların sırası geldiğinde, seçmenlerin siyasal kararlarını

⁸ Ahmet Turan Altan, "Medyaya karşı fert", *Türkiye Günü*, Sayı 24, Güz 93, s. 8.

⁹ Emir Turan, *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri*, İstanbul, İrfan Yayıncılık, 1994, s. 50.

¹⁰ Noam Chomsky, *Medya Gerçeği*, İstanbul, Tünzaman Yayıncılık, 1993, s. 43.

verebilmelerinde de, önemli rol oynadıkları düşünülebilir. Yine de medya, toplumun siyasal olarak bilgilendirilmesinde ve karara yöneltilmesinde bir tekel konusunda değildir¹¹.

Medya ile temel ekonomik, siyasal ve sosyal aktörler arasındaki ilişki, bir yandan anayasalar, yasalar ve yönetmelikler gibi resmi anlamda belirlenirken, öte yandan da gayri resmi yapıdaki, ama tarihsel süreç içerisinde resmi olanlar kadar kurumsallaşmış, tarihsel süreç içerisinde biçimlenmiş ve belirlenmiş değer yargıları ile de şekillendirilmektedir.

Medya ile politik kurumlar arasındaki ilişkilerin temelinde, medya kuruluşlarının ne kadar bağımsız olduğu ve bu bağımsızlığın, ne tür yöntemlerle ve ne ölçüde kısıtlandığı soruları yatmaktadır.

Bir görüşe göre, devletin iletişim alanında çok önemli işlevleri bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, devletin yasal düzeni sağlaması, sürdürmesi ve mülkiyet haklarını tanımlamasıdır. İkincisi ise, devletin iletişim alanına en azından çok geniş bir yasal düzenleme getirme hakkının olduğu kabul edilmektedir. Üçüncü olarak, devlet, sistemin içindeki diğer aktörlerin üzerinde meşru müdahale gücüne sahiptir.

Buna karşılık, sözünü ettiğimiz yaklaşıma yöneltilen eleştirilerin başında, kapitalist ekonomilerde devletin üzerinde gayri resmi baskıların yer almasıdır.

Devletin düzenleyici ya da yönetici gücü, sermayenin büyük ölçüdeki bağımsızlık ve kendi kendini denetim yönündeki talepleri nedeniyle belirli bir ölçüde sınırlanmaktadır. Devletin düzenleme eğilimleri, kendi kendini denetim alternatifinin yararları nedeniyle azalabilmektedir.

Sermaye, devletten kendi çıkarlarına yarayacak politikaları üretmesini bekleyebilir. Yani, devlet mülkiyet haklarını koruyucu ve yatırımları teşvik edici bir dizi önlemler alabilir.

Devletin üzerinde, sermaye kaynaklı bazı gizli baskılar olabilir. Kapitalist sistemde politikacılar, ekonomik refahı artıracak koşulları geliştirmekle

¹¹ Emir Turan, a.g.e., s. 48.

ilgilenmektedir. Bu noktada, bir görüşe göre, politika yapıları sermaye çıkarları konusunda çok hassas davranırken, bir görüşe göre de, sermayenin politika yapılarını ele geçirdiğini vurgulamaktadır¹².

Bu çalışmamız, 1983-1993 yılları arasında, yukarıda sözünü ettiğimiz, dar anlamda medya-iktidar, genel anlamda medya-politikacı arasındaki çıkar ilişkilerine ayrıldı. Çalışma, beş bölümden oluşmaktadır.

"1983-1993 Arasında Türk Basını" başlıklı birinci bölümde, yazılı, görüntülü ve sözlü medyada meydana gelen değişiklikler ana hatları ve tarih sıralamasıyla ele alınmaktadır. Bu bölümde aynı zamanda, medyanın karşılaştığı rekabet, saygınlık, sendikasılaştırma gibi sorunlara da değinilmektedir.

İkinci bölüm, "Medya, İktidar, Partiler ve Meclis" başlığını taşımaktadır. Bu bölümde, medya ve politika arasındaki ilişki, hem medya hem de politikacılar açısından incelenmektedir. Medya mensubu, haber ve yorum yapabilmek için tüm siyasal oluşumları izlemek zorundadır. Ancak burada, haber ve yorumlarına "tarafsızlık" adı altında bağlı oldukları medya kuruluşunun çizdiği çerçevede kendi görüşlerini yansıtacaklardır. Bunun farkında olan politikacılar da, çıkarlarına uygun yayın için, dolaylı yöntemlere başvurarak, haberleri yönlendirme, bilgi kontrolü ve birebir ilişkilerini kullanacaklardır.

Üçüncü bölüm, "Basın Özgürlüğü"ne ayrılmıştır. Bu bölümde, politikacıların, temelde siyasal iktidarın dönem açısından ağırlıklı olarak ANAP iktidarının, yasalar gibi doğrudan, hammadde fiyatlarını artırma, yargıyı etkileme, işten çıkarttırma gibi dolaylı yollarla medyayı baskı altına alma girişimleri verilmektedir. Ayrıca, hem siyasal iktidarın direktmesi hem de medya mensuplarının gönüllüğü sonucu ortaya çıkan oto kontrol mekanizması, Basın Konseyi de işlenmektedir.

"Seçim Kampanyalarında Medya" başlıklı dördüncü bölümde, medyanın elindeki güç konu edilmektedir. Medyanın gündem belirlemesi, politikacıların imajlarını oluşturmaları, seçim kampanyalarındaki faaliyetleri üzerinde

¹²Bülent Çaplı, *TV ve Siyasal Sistem*, Ankara, İnce Kitabevi, 1995, s. 22.

durulmaktadır. Aynı bölümde, medya için taşıdığı önem açısından, siyasal reklamcılık, halkla ilişkiler ve kamuoyu araştırmalarının etkileri soruşturulmaktadır.

Çalışmanın beşinci bölümünde, "Medyanın Mali Yapısı" karşımıza çıkmaktadır. 70'li yılların sonundan itibaren başlayarak hızlanan medyadaki tekelleşme eğilimi tekelleşmeyi artırırken, doğurduğu mali yapı içerisinde, milyarlarla ifade edilen rakamlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun için medyanın, ilan ve satış gelirleri dışında başka kaynaklar da bulması gerekmektedir. Bu kaynaklar, medyaya siyasal iktidarlar tarafından teşvikler, krediler ve kamu ilanları ile sağlanmaktadır. Ve bu kaynakların bir bedeli olmaktadır. Bu bedel de, siyasal iktidarların ve politikacıların desteklenmesi yoluyla ödenmektedir.

Tekelleşmenin getirdiği en büyük sakınca, bir süre sonra yine tekelleşmeyi artırmasıdır. Büyüyen, devleşen medya kuruluşları karşısında aynı olanakları bulamayan medya kuruluşları kaybolacaktır. Bu aynı zamanda medya kuruluşlarının sayısının sınırlı kalması anlamına gelmektedir. Üstelik, sayıları sınırlı kalan medya kuruluşları, giderek birbirlerine benzemektedir¹³. Çoğulculuğu zedeleyen bu gelişme kuşkusuz özgür düşüncenin de sınırlarını daraltacaktır.

¹³ Ahmet Ökür, *Toplumsal Değişme ve Basın*, İstanbul, BFS Yayınları, 1987, s. 92.

*"Gazetecinin görevi,
haberi alıp,
kamuoyuna dürüst şekilde yansıtmak olmalıdır."
Derek JAMIESON*



BÖLÜM I

1983-1993 ARASINDA TÜRK BASINI



Türkiye'de, 12 Eylül 1980 askeri darbesinden sonra yaşanan gelişmelerin, bütün kurumları etkilemesi kaçınılmazdı. Hele bu yaşananlar, 12 Eylül yönetiminin bıraktığı, siyasal, ekonomik ve sosyal yaşamı yeniden düzenleyen bir Anayasa ile yasalar zinciri üzerinde gerçekleşmişse... Dahası bunlara, dünyada Sosyalist Blok'un çöküşü, sosyal demokrat partilerin oy kaybı, faşistlerin güçlenmesi gibi inanılması zor gelişmeler de eklendi. "Değişim", "ideolojiler öldü", "yaşasın bireysel özgürlük", "iş

bitiricilik", "çağ atlama" ve "köşe dönme" gibi sloganlarla kapitalizm, bütün kurum ve kuruluşlarıyla yerleştirilmeye çalışıldı. Öyle ki, bu "yeni düzen" demokrasinin "olmazsa olmaz" koşulu gibi sunuldu. Bunun doğal sonucu olarak, gazeteci-yazar Cüneyt Arcayürek'in dediği gibi, Türk medyasında "magazin şoku"¹ yaşandı.

Bu bölümde, kısaca çerçevesini çizdiğimiz gelişmelerin yaşandığı Türkiye'de, 1983-1993 yılları arasında, medyada meydana gelen değişiklikleri tarihsel bir çerçevede ana hatlarıyla incelemeye çalışacağız.

Söz konusu döneme medyada damgasını vuran gelişme, hiç şüphesiz 80'lere doğru başlayan ve sonrasında hızlanan basın dışı sermayenin sektöre girmesi oldu². 1979 Ekimi'nde Milliyet gazetesinin "gençlik yıllarındaki özlemini gidermek için bir tesadüf eseri" Aydın Doğan tarafından satın alınmasının³ ardından, işadamları Ömer Çavuşoğlu ve Ahmet Kozanoğlu, 1982 yılında yayın hayatına başlayan Güneş gazetesinin sahipleri olarak medya dünyasına adım attı⁴. Güneş gazetesinin daha sonraki sahipleri, yine iş dünyasından Mehmet Ali Yılmaz, Asil Nadir gibi isimler⁵ oldu. Kıbrıslı işadamı Asil Nadir, 5 Temmuz 1988 tarihinde Günaydın, Tan, Ekonomik Bülten, Ulus, Kocaeli, Sakarya, Ekspres ve Yeni Meram gazetelerini bünyesinde toplayan Veb Ofset Grubu'nu "insan hak ve özgürlüklerini ihlal etmeyen bir 'basın özgürlüğü' anlayışıyla"⁶ yayın yapmak üzere satın aldı. Veb Ofset'i, Gelişim Yayınları ve Güneş gazetesi izledi.

Böylece gazeteler, herhangi bir sanayi kuruluşundan farksız olmaya başladı. Gittikçe daha çok satmak isteyen, daha çok reklam arayan, daha çok kâr etmeye

¹ Cüneyt Arcayürek, "Demokrasi sürecinde basın", *Basın 80-84*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1984, s.86.

² Osman S. Arolat, "Basında sermayenin kaynağı", *Türk Basınının Beş Sorunu*, İstanbul, Basın Komitesi Yayınları, 1989, s. 8.

³ Üzeyir Garip, "Aydın Doğan: Türk Basını, bazı noktalarda Batı'dan ileride", *Babıadı Magazin*, Yıl: 1 Sayı:2, Temmuz 1989, s. 28.

⁴ Nuri İmgeç, *Türk Basın Tarihi*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992, s. 487.

⁵ Nuri İmgeç, a.g.e., s. 489 ve 491.

⁶ "Gün, Günaydın'la başlar", *Babıadı Magazin*, Yıl: 1 Sayı: 4, Eylül 1989, s. 16.

çalışan müesseseler haline geldi⁷. Bu nitelikteki gazeteler basın kökenli patrona sahip olsa da basın dışı ortak arayışına girişmiştir. Sabah Yayıncılık Anonim Şirketi'nin yüzde 10 hissesi 1991 yılında 9 milyon dolar karşılığında Çukurova Grubu'nun sahibi Mehmet Emin Karamehmet'e satıldı⁸. İktisat Bankası'nın sahibi Erol Aksoy, 1993'te 17 milyon dolar ödeyerek Hürriyet'in yüzde 25 hissesini satın aldı⁹.

Bu arada yabancı medya imparatorları da, Türkiye'deki gazeteleri almak için temaslara başladı. İngiliz Basın Kralı Robert Maxwell, 1990'da Hürriyet gazetesinin yüzde 49 hissesine talip oldu¹⁰. Ancak satış gerçekleşmedi. Maxwell'den önce de, gazete satın almak ve özel TV kurmak isteyen , Avustralya doğumlu ABD vatandaşı Rupert Murdoch, Cumhurbaşkanı Turgut Özal tarafından kabul edildi¹¹.

Yabancı basın patronlarının girişimleri, gazetelerin belirli ellerde toplanması "basında tekelleşme" konusunun daha sık tartışılmasına yol açtı. "Kapitalist gelişme modeli içinde kaçınılmaz görünen"¹² tekelleşme, "Türkiye'de iletişim hakkını ve özgürlüğünü daha da tehdit eder bir nitelik ortaya koymaktadır"¹³. Doğan Grubu'nun (Milliyet), Hürriyet'i yayınlayan Hürriyet Holding'in hisselerini satın alması bu yöndeki kuşkuları artırdı. Şimdi sırasıyla, medya kuruluşlarındaki gelişmeleri yayın, yayın sahibi ve yöneticileri bazında ele alacağız.

A) GAZETELER

Gerek siyasal iktidarın baskıları, gerek girilen ekonomik bunalımlar nedeniyle, gazete gruplarında büyük değişiklikler yaşandı. 1990 Ağustos'unda Asil

⁷ Üzeyir Garib, "Dış Dünya: Basında lotarya çılgınlığı vardı", *Baharlı Magazin*, Yıl: 1 Sayı: 1, Haziran 1989, s. 30.

⁸ Metin Münir, *Sabah Olaysı*, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1993, s. 188.

⁹ "Şaşırtıcı nikahın perde arkası", *Aktüel*, Sayı: 157, 7-13 Temmuz 1994, s. 45.

¹⁰ "Ağustos ayında Maxwell fırtınası", *Bizim Gazete*, Sayı: 3, Eylül 1990, s. 1.

¹¹ "Basın ve TV'de yabancı sermaye tartışması", *Bizim Gazete*, Sayı: 2, Ağustos 1990, s. 3.

¹² Hüfza Topaz et al., *Basında Tekelleşmeler*, İstanbul, Tüccar ve İLAD Yayınevi, 1989, s. 37.

¹³ s.g.s., s. 38.

Nadir'in Yönetim Kurulu Başkanı olduğu Polly Peck'in hisselerini, açıklamasının tersine almaktan vazgeçmesi, devreye Ağır Dolandırıcılık Masası'nın girmesine yol açtı¹⁴. Bu, hem şirketin hem de Asil Nadir'in Türkiye'deki basın patronluğunun sonu oldu. Uzun süre maaş ödenemeyen ve borçlu bulunan İmar Bankası'nın sıkıştırdığı¹⁵ ve bankaca el konulacağı ileri sürülen¹⁶ Günaydın ile Tan gazeteleri, sayfa sekreteri Erdoğan Öztürk'ün görevi başında ölümünün hemen ardından, 23 Temmuz 1992'de "alacaklarını yasal güvenceye kavuşturmak amacıyla" çalışanların kurduğu şirket tarafından Yeni Günaydın ve Süper Tan adlarıyla yayınlanmaya başladı¹⁷. Her iki gazete, 1 Temmuz 1993 tarihinden itibaren işadamı Bekir Kutmangil'in patronajında yayınlandı¹⁸.

1) Günaydın

Batı'da "bulvar gazetesi olarak bilinen gazete türünün öncülüğünü yapan" Günaydın gazetesi, Haldun Simavi tarafından 26 Kasım 1968 tarihinde yayın hayatına başlatıldı¹⁹. Nisan 1983'te Rahmi Turan Günaydın'dan ayrılarak, yine Haldun Simavi'ye ait Tan gazetesini yönetmeye başladı. Haldun Simavi'nin bizzat yönlendirdiği Günaydın da, Mazlum Göknel, Akgün Tekin, Aydın Öztürk ve Zafer Mutlu ekibi ile politik haberciliğe yöneldi²⁰.

1984 Kasımı'nda, Simavi'nin bir hakareti üzerine Rahmi Turan, Tan'dan istifa etti²¹. Tan'ın yönetimine Can Ataklı getirildi. Bu sırada Günaydın'ın "genel yayın

¹⁴Bora Paron, "Asil Nadir", *Sabah*, 16 Mayıs 1992, s. 3.

¹⁵a.g.e., 5 Haziran 1992, s. 3.

¹⁶a.g.e., 27 Mayıs 1992, s. 3.

¹⁷Cemil Özyıldırım, "Çalışanlar yönetimi üstlendi", *Bizim Gazete*, Sayı:14, Ağustos 1991, s. 6.

¹⁸"Yeni Günaydın ve Süper Tan Kutman Ailesi'ne satıldı", *Bizim Gazete*, Sayı: 36, Haziran 1993, s. 12.

¹⁹Nuri İnuğur, a.g.e., s. 416.

²⁰a.g.e., s. 416.

²¹Metin Milner, a.g.e., s. 12.

yönetmenliğini fiilen"²² Zafer Mutlu yapıyordu. Turan, 1985 Nisan'ında Dinç Bilgin'in patronajında Sabah gazetesini kurarken, aralarında Zafer Mutlu, Akgün Tekin ve Aydın Öztürk'ün de bulunduğu 40 Günaydın-Tan çalışanını da Sabah'a transfer etti²³.

Turan, Bilgin'in gazeteye müdahalesinin artması ve eski patronu Haldun Simavi'nin daveti üzerine 21 Nisan 1986 tarihinde Sabah'tan ayrılarak, tirajı 90 binlere düşmüş bulunan Günaydın'a Akgün Tekin ve Aydın Öztürk'le yeniden döndü²⁴.

Günaydın, bu dönemde "muhalif gazete"²⁵ olarak ün yaparken, Turan da gazetede "Diken" köşesinde, Osman Ferit imzasıyla iktidara yönelik sert yazılar kaleme aldı²⁶. "Basından çok şikayetçi olan ve kendilerini destekleyecek bir gazete peşindeki" Başbakan Turgut Özal, "Asil Nadir'i ustaca basın sektörüne" çekti²⁷. Nadir, ilanları kesilerek güç duruma düşen²⁸ Günaydın'ın da bünyesinde bulunduğu Veb Ofset'i 27 Kasım 1988'de satın aldı. Nadir, yayın politikasına karışmayacağını ancak seviyeli bir yayın istediğini belirtti.

Bu sırada, gazetenin birinci sayfasında Özal'ın göğüsleri bantlı mayolu fotoğrafı yayınlandı. Asil Nadir'in müdahalesi üzerine Rahmi Turan, Ağustos 1988'de önce yazılarına ara verdi, daha sonra da gazeteden ayrıldı²⁹. Günaydın'ın yönetimine, Hürriyet'ten transfer edilen Seçkin Türesay, Ertuğ Karakullukçu ve ardından Erol Türegün³⁰, Tan'ın yönetimine de Fikret Ercan getirildi.

Asil Nadir'in uluslararası piyasada zora düştüğü 1990 Ağustosunda, gazetenin idari yönetimi diğer gazetelerde olduğu gibi murahhas üye Mehmet Bayraktaroğlu'na bırakıldı³¹. Ancak, içine düşülen mali krize çözüm bulunamadı.

²² a.g.e., s. 11.

²³ a.g.e., s. 14.

²⁴ a.g.e., s. 111 ve 112.

²⁵ Ender Arol, *Özal'a Laf Söyletmem Arkadaş*, İstanbul, Say Yayınları, 1989, s. 146.

²⁶ Nuri İmgeç, a.g.e., s. 417.

²⁷ Metin Müftüçü, a.g.e., s. 174.

²⁸ Ender Arol, *Abdülhamit'in Asil Nadir'e Selamu Var*, 2. B., İstanbul, Boyut Yayınları, 1990, s. 181.

²⁹ Ender Arol, *Özal'a Laf Söyletmem Arkadaş*, s. 176-181.

³⁰ Nuri İmgeç, a.g.e., s. 418.

³¹ "Babali Hareketi", *Bizim Gazete*, Sayı: 2, Ağustos 1990, s. 13.

Bayraktaroğlu ve ekibi ile gazetenin Genel Yayın Müdürü Türesay ve yardımcıları Erol Türegün ile Ertuğ Karakullukçu istifa etti, Ercan da Tan'dan ayrıldı. Günaydın'ın Genel Yayın Yönetmeni Saruhan Ayber oldu³².

2) Güneş

Güneş gazetesi, 19 Şubat 1982 günü Ömer Çavuşoğlu tarafından yayınlandı. Yönetim Kurulu Başkanlığını Ahmet Kozanoğlu'nun üstlendiği gazetede murahhas üye ve Genel Yayın Yönetmeni Güneri Cıvaoğlu'dur³³.

Güneş, sahiplerinin mali darboğaza düşmesinden sonra, 1983 Temmuz ayında işadami-müteahhit Mehmet Ali Yılmaz tarafından satın alındı³⁴. 9 Mayıs 1984'te "uzun ve çalkantılı bir dönem sonunda" Güneri Cıvaoğlu gazeteden ayrıldı³⁵. Dönemin Gazeteciler Cemiyeti Başkanı ve Dünya gazetesi sahibi Nezih Demirkent'in "genel müdür işlevi"ni yürüttüğü gazetede Yayın Konseyi'nde Hakkı Öcal, Nail Güreli, Hasan Tuncay ve Oktay Ekşi görev yaptı. Murahhas aza olarak Oktay Ekşi, bir dönem yayın yönetmenliği görevini üstlendi. "Mehmet Ali Yılmaz'a göre iyi gazete yapılamadığı" gerekçesiyle, Güneri Cıvaoğlu 3 Mart 1985 tarihinde, Yılmaz tarafından yeniden görevine çağrıldı³⁶. Cıvaoğlu, 24 Ekim 1986 tarihinde görevinden ayrıldı. Yerine, Kasım 1986'da Genel Yayın Yönetmeni ve başyazar olarak Mehmet Barlas getirildi. Barlas, Nisan 1988'de görevden alındı, yerine Nahit Duru getirildi.

Güneş, 19 Şubat 1989'da Asil Nadir tarafından satın alındı³⁷. Metin Münir'in 24 Ekim 1990 tarihinde, Asil Nadir'in isteği üzerine ayrıldığı Genel Yayın

³²"Nadir Grubu'nda büyük yönetici değişikliği", *Bizim Gazete*, Sayı: 7, Ocak 1991, s. 2.

³³Nuri İmğür, a.g.e., s. 487.

³⁴a.g.e., s. 488.

³⁵"Gözler yine Güneş'te", *Nokta*, Yıl: 3 Sayı: 10, 17 Mart 1983, s. 54.

³⁶a.g.e., s. 54.

³⁷Nuri İmğür, a.g.e., s. 490 ve 491.

Yönetmenliği'ne Ankara Temsilcisi Uluç Gürkan atandı³⁸. Mart 1991'de ayrılan Uluç Gürkan'dan sonra, Suavi Kaptan ve ardından Erkan Özmen yayın yönetmenliğini üstlendi³⁹. İşten tazminatsız çıkarılan gazetecilerin çadırı eylemleri sürerken⁴⁰, gazetenin imtiyaz sahipliği Güçlü Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ'den Gün Holding AŞ'ye, sonra da Adalar Gazetecilik Matbaacılık Ltd'ye devredildi⁴¹.

Genel Yayın Koordinatörlüğü'ne Temmuz ayında Günaydın gazetesinin Ankara Temsilcisi Yavuz Gökmen getirildi⁴². Nahit Duru, Ekim 1991'de yayın yönetmeni oldu⁴³. Gazetenin, 6 Mart 1992'de yayını süresiz durdurmasından⁴⁴ sonra gazete binasında nöbette kalan çalışanlardan Rıza İpek, geçirdiği kalp krizi sonucu öldü⁴⁵. Asil Nadir'in gazetelerin ve dergilerin sahibi olduğu dönemde idari yönetim kadrolarında da önemli değişiklikler yaşandı. Eski Tifdruk Genel Müdürü Mehmet Bayraktaroğlu⁴⁶, eski Emniyet Genel Müdürü Fahri Görgülü, ceza hukuku profesörü Çetin Özek⁴⁷ ile Günaydın ve Tan Pazarlama'nın yöneticisi Ömer Erdal Yılmaz⁴⁸, Nadir tarafından yetkili kılındı.

3) Tercüman

Tercüman gazetesi ise, Demirel'i desteklemesi ve "Doğru Yol Partisi'nin yayın organı"⁴⁹ gibi davranması nedeniyle, Başbakan Turgut Özal'ın "basınla olan

³⁸"Güneş gazetesinde yönetim değişikliği", *Bizim Gazete*, Sayı: 5, Kasım 1990, s. 5.

³⁹"Güneş'in dünemi Kaptan'ın elinde", *Babıali Magazin*, Yıl: 2 Sayı: 23, 15 Nisan-15 Mayıs 1993, s. 20.

⁴⁰Cemil Özyıldırım, "Babıali'de eylemli Eylül", *Bizim Gazete*, Sayı: 16, Ekim 1991, s. 2.

⁴¹Cemil Özyıldırım, "Çalışanlar yönetimi üstlendi", *Bizim Gazete*, Sayı: 14, Ağustos 1991, s. 6.

⁴²Cemil Özyıldırım, "91'de Türk basını", *Bizim Gazete*, Sayı: 19, Ocak 1992, s. 7.

⁴³Celil G. Başdemir, "Eski Güneş, yeni ufuklar", *Babıali Magazin*, Yıl: 3 Sayı: 29, 15 Ekim-15 Kasım 1991, s. 20.

⁴⁴Cemil Özyıldırım, "Güneş kapandı", *Bizim Gazete*, Sayı: 22, Nisan 1992, s. 2.

⁴⁵"Basın şehidi", *İstanbul Bayramı*, 5 Nisan 1992, s. 14.

⁴⁶"Babıali Hareketli", *Bizim Gazete*, Sayı: 2, Ağustos 1990, s. 15.

⁴⁷Bora Parın, a.g.a., 24 Mayıs 1992, s. 3.

⁴⁸Bora Parın, a.g.a., 27 Mayıs 1992, s. 3.

⁴⁹Tülay Bilginer, "Devlet terörü ile 35 trilyonun aldılar", *Nokta*, Yıl: 10 Sayı: 34, 30 Ağustos 1992, s. 38.

meseleleri çok kötü bir noktaya getirmesinden"⁵⁰ en çok etkilenen gazete oldu. Özellikle gazete sahibi Kemal Ilıcak'ın eşi ve "sağ kitleler üzerinde müessir bir kalem"⁵¹ olan Nazlı Ilıcak'ın yazıları nedeniyle zor günler yaşadı.

Nazlı Ilıcak'ın "çabaları ile kurulan"⁵² Bulvar gazetesinin kapatılması yönünde baskılar yapıldı. Bulvar'ın yerine çıkarılması planlanan Akşam gazetesi önlendi⁵³. Eşine, "bir işadamı ve bir gazete sahibi olarak zarar veren"⁵⁴ Nazlı Ilıcak'ın Tercüman'da da çalışması engellendi⁵⁵. Zira, "Özal'ın istediği, sadece gazetenin kapanması değil, Nazlı Ilıcak'ın nihai tasfiyesidir"⁵⁶.

Tercüman gazetesinin yönetimine, Özal'a "arkadaşım"⁵⁷ diyen gazeteci Mehmet Barlas, Nazlı Ilıcak'ın kardeşi Ömer Çavuşoğlu⁵⁸, daha sonra da "cesaretini Özal'dan alan"⁵⁹, Özal'ın Murdoch'u kabulünde hazır bulunan⁶⁰ gazeteci Altemur Kılıç getirildi. 1991 Ekim seçimlerinin ardından Nazlı Ilıcak gazetesine yeniden dönebildi. Bu gelişmelere Kemal Ilıcak'ın seyirci kalmasında üzerindeki baskılar neden oldu. Kemal Ilıcak, bu baskılardan birini şöyle anlatmaktadır⁶¹:

"Benim İstanbul'un göbeğinde, 6.5 milyon metrekare imar durumlu arsam vardı... O arsada 30 milyon metrekare inşaat yapma hakkım vardı. Arsa şimdiki Anatepe dedikleri, Bakkalköy'deki, Kozyatağı'ndaki arsa... Şimdi burada Emlak Bankası 600-700 milyon liraya daireler satıyor... Müteahhitler daireler yapıp teslim edeceklerdi... 105 bin tane bana işyeri veya daire düşerdi. Ben bunları... 350 milyon liraya... satsaydım, ben 5 milyar dolar alırdım. İşte, o arsa bizim elimizden bir gecede alındı... Devlet terörü firmaların üzerine

⁵⁰ Üzeyir Carih, "Tercüman'ı 5 milyar dolara dahi satmam", *Baharlı Magazin*, Yıl: 1 Sayı: 4, Eylül 1989, s. 30.

⁵¹ Nazlı Ilıcak, "Bulvar gazetesi ve bir hazin öykü", *Çeşitleme, Tercüman*, 24 Mayıs 1992, s. 11.

⁵² Nuri İncir, a.g.e., s. 482.

⁵³ Nazlı Ilıcak, a.g.e., s. 11.

⁵⁴ "Dümen suyuna girmem", *Kulis, Milliyet*, 29 Şubat 1988, s. 4.

⁵⁵ Nazlı Ilıcak, a.g.e., s. 11.

⁵⁶ a.g.e., s. 11.

⁵⁷ Mehmet Barlas, "Anılar ben öldükten sonra yayımlansın", *Beşlerken, Sabah*, 2 Temmuz 1994, s. 13.

⁵⁸ Merdan Yanardağ, "Tercüman gazetesinde yönetim değişikliği", *Güneş*, 20 Haziran 1990, s. 8.

⁵⁹ Nazlı Ilıcak, a.g.e., s. 11.

⁶⁰ "Basma ve TV'de yabancı sermaye tartışması", a.g.e., s. 3.

⁶¹ Tülay Bilginer, a.g.e., s. 40 ve 41.

giderse bununla başatmek mümkün değil... Bu hadise bizim başımıza patlayınca, bizim sıkıntılarımız da böylece başlamış oldu."

Tercüman'a İlcak'ın yeniden dönmesi ve DYP'nin iktidara gelmesi fazla bir şeyi değiştirmedii. Tercüman Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ, iflas etti. İflas masası, Tercüman'ın isim hakkını ve makinelerini, hisselerine Nazlı İlcak'ın sahip olduğu Interpress Haber Ajansı AŞ'ye kiraladı⁶². Gazete darboğazdan kurtulmaya çalışırken, 7 Nisan 1993 tarihinde "İLK SAN skandalı"* patlak verdi. Yolsuzluk iddialarına adı karışan Kemal İlcak, beyin kanaması geçirerek öldü⁶³. Nazlı İlcak, gazetenin yayın hayatına devam edeceğini ve başarılı olacaklarına inandığını açıkladı⁶⁴. Ancak Interpress'in yüzde 75'i ⁶⁵, bir süre sonra İLK SAN skandalına konu olan arsayı satan AY-BA şirketinin sahibi Sedat Çolak tarafından Haziran 1993'te satın alındı⁶⁶.

4) Sabah

Tercüman ve Günaydın gibi, uzun bir dönem Başbakan Turgut Özal iktidarının tepkisini çeken Sabah gazetesi, İzmir'de başarıya ulaştırdığı Yeni Asır gazetesi (mahalli gazete) modelini, 1982 yılında Mecidiyeköy'de aldığı binayla İstanbul'a taşımak isteyen Dinç Bilgin tarafından kuruldu⁶⁷.

"Yıldırım süratiyle karar verip, yön değiştirme"⁶⁸ özelliğine sahip olan Bilgin, Yeni Asır konusunda bir ilerleme sağlanamayınca, gazetesinden ayrılmak üzere olan

⁶² Murat Çorlu, "Tercüman yayınlanmazsa Kemal bir kez daha ölür", *Bizim Gazete*, Sayı: 35, Mayıs 1993, s. 5.

* İLK SAN: İlköğretim Öğretmenleri Sağlık ve Sosyal Yardım Sandığı. Üyelerine bir "ayda kent" kuzmak amacıyla Ömerli Barajı'nın su koruma alınındaki yaklaşık 60 bin dönümlük araziye 346 milyar liraya AY-BA adlı şirketten satın aldı. Borcun ödenebilmesi için kesin Kemal İlcak ve İLK SAN yöneticileri tarafından dönemin Başbakanı Süleyman Demirel'e iletildi (6 Şubat 1993). Ertesi gün Maliye Bakanlığı, 50 milyar liralık bir ödeme yapılması için Millî Eğitim Bakanlığı'na yazı gönderdi. Ödeme emri, Millî Eğitim Bakanlığı'na vekalet eden Mehmet Ali Yılmaz tarafından imzalandı. Kona ile ilgili yolsuzluk dosyası, ANAP Genel Başkan Mesut Yılmaz'ın muhalefeti 300. gününde (7 Nisan 1993) düzenlediği bir basın toplantısı ile açıklandı. (Daha ayrıntılı bilgi için bkz. EP 18-25 Nisan 1993-Nokta 18-24 Nisan 1993)

⁶³ "Kemal İlcak, artık kalplerde yaşıyor", *Bizim Gazete*, Sayı: 33, Mart 1993, s. 1.

⁶⁴ Murat Çorlu, a.g.e., s. 5.

⁶⁵ "İlk sancağı patron Tercüman'ı da aldı", *Tempo*, Sayı: 33, 18 Ağustos 1993, s. 40.

⁶⁶ Mehmet Güç, Miyyese İlkın, "Babıali'ye iki yeni patron", *Nokta*, Yıl: 11, Sayı: 28, 4-10 Temmuz 1993, s. 31.

⁶⁷ Metin Mithat, a.g.e., s. 16.

⁶⁸ a.g.e., s. 19.

Rahmi Turan'la "Türkiye çapında Günaydın türü bir gazete yapmak üzere"⁶⁹ anlaştı. Turan'a gazeteden yüzde 20 hisse verildi⁷⁰. Sabah, 22 Nisan 1985 günü "tutunmasında önemli bir faktör olan ucuz bir fiyatla"⁷¹, 30 liraya piyasaya çıktı. İlk gün 700 bin baskının ancak yarısını satabilen Sabah, önce 350 bin rakamına oturdu, sonra da 500 bine ulaştı⁷².

Turan'ın Nisan 1986'da gazeteden ayrılmasından sonra Genel Yayın Müdürlüğü'ne "tek olmak ve tam otoriteye sahip olmak"⁷³ koşulu kabul edilen Zafer Mutlu geldi ve hissedar oldu⁷⁴. Mutlu, Günaydın'dan "en iyi arkadaşı"⁷⁵ Selahattin Duman'ı, istihbarat şefi Ahmet Vardar'ı, Mazlum Göknel'i ve Hürriyet'ten eski Günaydın'cı Can Ataklı'yı getirdi.⁷⁶ Okuyucuya yönetim değişikliğinin hissettirilmemesi kararlaştırıldı. Sabah, daha sonra dönemin "yükselen değerler"ini yakaladı⁷⁷. Sabah, "Tirajını artırmak için"⁷⁸ ANAP'a muhalefet etti.

Bu arada, kuruluşu sırasında diğer gazetelerin Sabah'ı sindirmesi kolay olmadı. Sabah çıkınca, diğer gazeteler Yeni Asır'ın reklam gelirlerine darbe vurmak için, İzmir'de ERAŞ adlı ortak bir reklam şirketi kurdu. Ortak tarife yapan şirket, Yeni Asır'a ilan verilmemesi koşulunu öne sürdü. Bu direniş, Dinç Bilgin'in isteği üzerine Hürriyet gazetesi sahibi Erol Simavi'nin ERAŞ'tan çekilmesi ile sona erdi⁷⁹.

Sabah, avantaj olarak kullandığı ucuz fiyatı daha sonra terkederek, 1992 Aralık ayında 4 bin lira fiyatla en pahalı gazete ünvanını⁸⁰ da aldı. Sabah, hedef olarak

⁶⁹ a.g.e., s. 77.

⁷⁰ a.g.e., s. 23.

⁷¹ a.g.e., s. 79.

⁷² a.g.e., s. 84.

⁷³ a.g.e., s. 120.

⁷⁴ a.g.e., s. 139.

⁷⁵ a.g.e., s. 120.

⁷⁶ Samur Karagöz, "İyi gazete yapan, satar", *Dünya*, 9 Mayıs 1986, s. 5.

⁷⁷ Can Kozmoğlu, *Cihan İmaj Devri*, İstanbul, İletişim Yayınları, 1992, s. 114.

⁷⁸ Metin Mülür, a.g.e., s. 147.

⁷⁹ Mehmet Sağnak, "Yaptıklarından pişmanlık duyduğum oldu", *Nakka*, Yıl: 10 Sayı: 30, 26 Temmuz 1992, s. 16.

⁸⁰ Metin Mülür, a.g.e., s. 148.

seçtiği⁸¹ Hürriyet'in tirajını 15 Şubat 1987 tarihinde geçerek, logosunun yanına kullandığı mavi nazar boncuğunu ekledi⁸².

5) Hürriyet

1987'de Sabah'a yenilen Hürriyet gazetesi, Sedat Simavi tarafından 1 Mayıs 1948 tarihinde yayın hayatına sokuldu⁸³. 1971'de, yönetimi Erol Simavi tamamen ele aldı⁸⁴. Nezih Demirkent'in ayrılmasının ardından, 1981 yılında gazetenin Genel Yayın Müdürlüğü görevine Çetin Emeç getirildi⁸⁵. Emeç, Haziran 1984'te Genel Yayın Yönetmeni olarak Milliyet gazetesine geçti. 15 Haziran 1984'te yerine, Yazı İşleri Müdürü Seçkin Türesay geldi. Sorumlu Müdür Erol Türegün, Yazı İşleri Müdürü oldu.⁸⁶

1 Mayıs 1985'te Hasan Puhur, 21 Ocak 1986'da kendi deyimiyle, "Babıali'ye paraşütle inmiş belki de tek genel yayın yönetmeni"⁸⁷ olan öğretim üyesi Ertuğrul Özkök, Yayın Koordinatörlüğü görevine getirildi. 10 Nisan 1986'da Hürriyet'e dönen Çetin Emeç, künyede Murahhas Üye ve Genel Koordinatör olarak yer aldı. Başkanvekili ve Genel Müdür görevini Özcan Ertuna üstlendi⁸⁸. 1 Eylül 1986'da Çetin Emeç Genel Koordinatör, Ertuğrul Özkök Ankara Temsilcisi oldu. 3 Ekim 1988 tarihinde Seçkin Türesay, Günaydın gazetesine transfer olurken yerine Erol Türegün geçti. Ancak Türegün de 4 Aralık 1988'te Günaydın gazetesinde Yazı İşleri Müdürü olarak göreve başladı.

⁸¹ a.g.e., s. 168.

⁸² a.g.e., s. 183.

⁸³ Nuri İmgeç, a.g.e., s. 231.

⁸⁴ "Hürriyet", *AnaBritannica*, Cilt: 11, 1988, s. 313.

⁸⁵ Sedon Tanju, *Çetin Emeç-Bir Basın Şehidinin Anatomisi*, 2. B., İzmir, İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, 1993, s. 52.

⁸⁶ Künye, *Hürriyet*, 15 Haziran 1984, s. 3.

⁸⁷ Ayşe Arman, "O aslında genel yayın mühabiri", *Tempo*, Sayı: 44, 3 Kasım 1993, s. 61.

⁸⁸ Künye, *Hürriyet*, 10 Nisan 1986, s. 3.

20 Aralık 1988'de Mehmet Yaşın ve Şevket Özçelik, Yazı İşleri Müdürü oldu. Çok kısa bir süre sonra Tufan Türeñ, Yazı İşleri Müdürlüğü'ne getirilirken Mehmet Yaşın sorumlu müdür görevini üstlendi. 9 Ekim 1989 tarihinde, Rahmi Turan Genel Yayın Yönetmeni, Akgün Tekin de Yazışleri Yönetmeni olarak göreve başladı.⁸⁹ Turan'ın bu göreve getirilmesi, tepki doğurdu ve yaklaşık 20 civarında gazeteci Güneş gazetesine geçti. 17 Nisan 1990 tarihinde Ertuğrul Özkök, Genel Yayın Müdürü oldu.⁹⁰ Hürriyet, Cumhuriyet gazetesi ile 1993'te reklam pazarlama alanında işbirliği yaptı ⁹¹.

6) Milliyet

Milliyet gazetesi, Ali Naci Karacan tarafından 3 Mayıs 1950'de yayınlandı⁹². 1970 yılında Tekirdağ'da bir konsantre fabrikasıyla sanayiye adım atan sonra da Koç Grubu ile ortak Otokar hisselerini satın alan Aydın Doğan'ın Milliyet'e hissedar olduğu, 8 Ekim 1979 tarihli "Milliyet'ten Mektup" köşesinde açıklandı. Yekta Okur, Genel Müdür oldu. Aydın Doğan'ın adı, 6 Ekim 1980 tarihinde künyeye "Milliyet Gazetecilik AŞ adına sahibi" olarak girdi⁹³. Karacanlar'ın akrabası olan Mehmet Ali Birand'a göre, "Milliyet'in gerçek sahibi Aydın Doğan değil de İnan Kırac ya da Vehbi Koç argümanının hiç aslı yoktur."⁹⁴

2 Şubat 1979 tarihinde Abdi İpekçi'nin öldürölmesinden sonra, gazeteye genel yayın müdürü aranmaya başlandı. Bu sırada genel yayın yönetmenliğini fiilen 1981 Nisanı'na kadar Turhan Aytul yürüttü. Ancak Aydın Doğan, Aytul'dan memnun

⁸⁹"Rahmi Turan Hürriyet'te", *Hürriyet*, 9 Ekim 1989, s.1.

⁹⁰Künye, *Hürriyet*, 17 Nisan 1990, s. 3.

⁹¹"Medyada dev işbirliği", *Hürriyet*, 22 Haziran 1993, s. 5.

⁹²Nuri İmgeç, s.g.e., s. 258.

⁹³Emin Karaca, *Milliyet Olayı*, İstanbul, Altın Kitepler, 1993, s. 236.

⁹⁴s.g.e., s. 264.

değildi.⁹⁵ Aytul ile arasında yönetim anlaşmazlığı bulunan Hasan Pulur, 16 Mayıs 1979'da gazeteden ayrıldı. Mehmet Ali Birand'a görev önerildi.

Bu arada, Aydın Doğan, aralarında Orhan Duru ve Nezih Demirkent'in de bulunduğu bir yayın kurulu oluşturdu. Birand, promosyonun kaldırılması ve tirajın 150 bine düşmesinin ardından görevini bıraktı. Yerine, Genel Koordinatör olarak eski CHP milletvekili Tarhan Erdem geldi.⁹⁶ Kalp sorunu nedeniyle görevinden ayrıldı ve işe yönetim kurulu üyesi olarak devam etti⁹⁷. Bu dönem Sami Kohen'e göre istikrarsız geçti⁹⁸.

26 Haziran 1984 tarihinde Genel Yayın Yönetmeni Çetin Emeç oldu. Aydın Doğan kendisine istediği tam yetkiyi verdi.⁹⁹ 27 Kasım 1985 tarihinde Çetin Emeç künyeden çıktı. 28 Kasım 1985 tarihinde Genel Yayın Yönetmeni, 21 yıldır Milliyet'te çalışan Yazı İşleri Müdürü Doğan Heper oldu. Genel Yayın Koordinatörü de Altan Öymen'di. 26 Ekim 1986'da başyazar Mehmet Barlas "kendisine yüksek maddi imkanlar vaat eden bir başka kuruluşa geçmek üzere" ayrıldı. Murahhas üye Yekta Okur da aynı nedenle ayrıldı ve bir grup Milliyet çalışanı Güneş gazetesine transfer oldu.¹⁰⁰ 28 Eylül 1992'de gazetede yapılan yönetim değişikliğiyle, Genel Yayın Yönetmeni Doğan Heper murahhas üyeliğe getirildi. Yerine, Yazı İşleri Müdürü Umur Talu geçerken, gazetenin yazarlarından Yalçın Doğan da Yayın Koordinatörlüğü görevini üstlendi¹⁰¹. 21 Kasım 1983 günkü künyede 1955 tarihinden beri yer alan "Kurucusu: Ali Naci Karacan" satırı kaldırıldı logonun altına konuldu¹⁰².

⁹⁵ a.g.e., s. 264.

⁹⁶ a.g.e., s. 263.

⁹⁷ a.g.e., s. 278.

⁹⁸ a.g.e., s. 250.

⁹⁹ a.g.e., s. 279.

¹⁰⁰ a.g.e., s. 299.

¹⁰¹ "Milliyet'te yönetim değişikliği", *Bizim Gazete*, Sayı: 29, Kasım 1992, s. 13.

¹⁰² Emin Karaca, a.g.e., s. 244.

Milliyet'in bağılı olduğu Doğan Grubu, 1994 Haziran'ında Hürriyet gazetesinin sahibi Hürriyet Holding'in yüzde 50 hissesini satın aldı¹⁰³.

Aydın Doğan, Milliyet'i alış nedenini şöyle anlatmaktadır¹⁰⁴:

"Beni çok eleştirdiler Milliyet'i satın aldığımda. 'İşte, buzdolabı, çamaşır makinesi fabrikası alır gibi, 'kelepir buldum da aldım' dedi" diye laflar çıkardılar. İşin aslı şuydu: Uzun yıllar politikacılık yapmış bir aileden geliyordum... Babam kuruluşundan 1958 yılına kadar Cumhuriyet Halk Partisi'nin yöremizde başkanlığını yapmıştı... O zamandan beri benim basına karşı bir sempatiim vardı. Yani şimdi kalkıp da şöyle bir şey söylemek kompleksinde değilim: 1950 yılında bizim de 'Yeşil Kelkit' adında bir gazetemiz vardı da, ondan... İyi bir Milliyet gazetesi okuyucusuydum. Milliyet gazetesini hakikaten de çok severdim. 1957'den beri hiç bırakmadım Milliyet okumayı. Bu yüzden gazeteye karşı da bir sempatiim vardı. Tabii, bütün şartlar biraraya geldi. Milliyet'in satış şartları ve fiyatı da uygundu. 1979'da birçok insan; anarşi ortamından, sendikal kavgalardan bıkararak yurtdışına kaçırıyordu. Oysa ben Türkiye'de yaşamayı istiyordum. Ya İstanbul'da ya da Gümüşhane'de yaşayacaktım; başka bir yerde değil. Bu yüzden Milliyet gazetesinin de sahibi olarak Türkiye'de kalıp yaşamak istiyorum... Ayrıntılarını hatırlamıyorum ama 120 milyon liralık bir parayla almıştım, ne kadarını peşin verdim, kalamamı ne kadar zamana yaydık tam olarak bilemeyeceğim... Aslında alışveriş bir etapta bitti. Önce yüzde 75'ini satın aldım gazetenin... önce yüzde 25'ini satın aldığım şeklinde duyuruldu... çok iyi oldu. Çünkü Babıaliye dışardan birinin girmesi ilk başta itme duygusu uyandırıyor." "

7) Cumhuriyet

Cumhuriyet gazetesi, 7 Mayıs 1924 tarihinde Yunus Nadi tarafından kuruldu¹⁰⁵. Nadir Nadi'nin yönetimindeki Cumhuriyet, 12 Eylül döneminde 4 kez

¹⁰³"Medyada dev işbirliği", *Hürriyet*, 29 Haziran 1994, s. 1.

¹⁰⁴Emin Karaca, a.g.e., s. 272.

¹⁰⁵Emin Karaca, *Cumhuriyet Olayı*, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1994, s. 31.

toplam 41 gün kapatıldı¹⁰⁶. Bunlardan biri de 2 Nisan 1981'de Genel Yayın Müdürü olarak Hasan Cemal'in künyede yer almasına rastladı¹⁰⁷.

20 Ağustos 1991 tarihinde Nadir Nadi öldü. Bu ölüm, sonradan "Kemalistler-Liberaler"¹⁰⁸ veya "Radikal solcular-Liberaler"¹⁰⁹ diye adlandırılan gazete içindeki çekişmeyi su yüzüne çıkardı. Ekonomi yazarı Osman Ulagay'ın, 20 Ekim 1991 Genel Seçimleri'nden sonra DYP-ANAP koalisyonunu önermesi üzerine yazarlar İlhan Selçuk, Ali Sirmen ve Uğur Mumcu, Ulagay'ı eleştiren yazılar yazdı¹¹⁰. Ulagay, "TÜSİAD yazarı"¹¹¹ olarak suçlandı. Ulagay, SHP-DYP koalisyonu yönünde tavır koyan bu gruba ikinci yazısında alaycı bir üslupla cevap verdi.

Bunun üzerine toplanan Yayın Kurulu, Ulagay'ın yazılarının haftada 5'ten 3'e indirilmesini ve yazıların ekonomi ile sınırlandırılmasını kararlaştırdı. Hasan Cemal, bu karara karşı çıktı ve konuyu Yönetim Kurulu'na götürdü. Yönetim Kurulu, oy çokluğuyla yayın yetkisinin Genel Yayın Müdürü sorumluluğunda olduğuna karar verdi. Karara karşı çıkan üyeler Osman Nuri Torun, İlhan Selçuk ve Berin Nadi istifa etti¹¹². Yönetim Kurulu üyelerinin istifalarını Uğur Mumcu, Oktay Akbal, Ali Sirmen, Hıfzı Veldet Velidedeoğlu ile sayıları 80'i bulan çalışanın, yazılarını çekmeleri, izne ayrılmaları, emekliliklerini istemeleri ya da istifaları izledi¹¹³. Mumcu, Sirmen, Akbal ve Velidedeoğlu bir süre sonra Milliyet'te işbaşı yaptı.

Yazı İşleri Müdürü Okay Gönensin, köşe yazısında "Cumhuriyet'in çizgisinin değişmeyeceğini" belirtmesinden kısa bir süre önce¹¹⁴, bir basın toplantısı düzenleyen, aralarında Aziz Nesin, Reha İsvan, Asım Bezirci'nin de bulunduğu bazı yazar, sanatçı

¹⁰⁶ *Bazın '80-84*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1984, s. 198.

¹⁰⁷ Hasan Cemal, *Tamamı Sesizle Uyanmak*, 5. B., Ankara, Bilgi Yayınevi, 1986, s. 237.

¹⁰⁸ Emin Karaca, a.g.e., s. 199.

¹⁰⁹ "Gök dengesi, Nadir Nadi'nin ölümüyle bozuldu", *Hürriyet*, 6 Kasım 1991, s. 17.

¹¹⁰ a.g.e., s. 17.

¹¹¹ Emin Karaca, a.g.e., s. 207.

¹¹² "Gök dengesi...", a.g.e., s. 17.

¹¹³ "Cumhuriyet'te topla istifalar", *Hürriyet*, 7 Kasım 1991, s. 18.

¹¹⁴ Okay Gönensin, "Üzgünüz Ansa", *Cumhuriyet'ten Okurlara, Cumhuriyet*, 11 Kasım 1991, s. 2.

ve öğretim üyeleri "Cumhuriyet"le her türlü ilişkilerini kestiklerini, onu satın almamaya ve okumamaya kararlı olduklarını" bir basın toplantısı ile kamuoyuna duyurdu¹¹⁵.

Boykot etkili oldu. Gazetenin, Kasım başında 106 bin olan tirajı, ay sonunda 62 bine indi¹¹⁶.

Yönetim Kurulu'nda, Hasan Cemaî'den yana tavır koyan Murahhas üye Emine Uşaklıgil'in gazetenin içinde bulunduğu ekonomik güçlüklerden kurtulması için yaptığı girişimler sonuç vermedi. Alacaklı İmar Bankası, Cumhuriyet Matbaacılık ve Gazetecilik TAŞ'a 12 milyar liralık haciz koydurttu¹¹⁷.

Olaylı yazının kahramanı Ulagay, Mart 1992 sonunda, ardından da Hasan Cemal Sabah gazetesine geçti¹¹⁸. 8 Nisan 1992 tarihinde yapılan Genel Kurul toplantısında yeni Yönetim Kurulu belirlendi ve Emine Uşaklıgil ile Okay Gönensin istifa etti¹¹⁹.

Başta İlhan Selçuk olmak üzere Ali Sirmen ve Oktay Akbal dışındaki yazarlarla eski kadronun önemli isimleri gazeteye döndü.

Sahipliğini Berin Nadi'nin üstlendiği gazetenin, Genel Yayın Müdürü Özgen Acar oldu¹²⁰.

Bu sırada, eski gazeteci, işadamı Vural Vahit Suiçmez'in gazetenin hissedarlarıyla anlaşıp, yüzde 25'ine¹²¹ 3 milyon mark ödeyerek¹²² ortak olduğu bildirildi.

Ödeme güçlüğüne düşen Cumhuriyet Matbaacılık ve Gazetecilik TAŞ'ın konkordato talebinin reddi üzerine, 22 Ekim 1992 tarihinde istenen iflası mahkemece

¹¹⁵"Cumhuriyet'e eleştiri", *Cumhuriyet*, 8 Kasım 1991, s. 19.

¹¹⁶Ermin Karaca, a.g.s., s. 212.

¹¹⁷"Cumhuriyet'e 12 milyarlık haciz", *Milliyet*, 26 Mart 1992, s. 2.

¹¹⁸"Gelibi olmayan savaş", *Ekonomik Panorama*, Yıl: 5 Sayı: 16, 19 Nisan 1992, s. 12.

¹¹⁹Cemil Özyıldırım, "Cumhuriyet'e dönüş, Yeni Günaydın'da satış", *Bizim Gazete*, Sayı: 23, Mayıs 1992, s. 2.

¹²⁰a.g.s., s. 2.

¹²¹Cemil Özyıldırım, "Cumhuriyet'te yeni dönem", *Bizim Gazete*, Sayı: 23, Temmuz 1992, s. 6.

¹²²Fehmi Köfteoğlu, "Cumhuriyet'i KİT olmaktan çıkaracağız", *Ekonomik Panorama*, Yıl: 5 Sayı: 24, 14 Haziran 1992, s. 18.

kabul edildi¹²³. Cumhuriyet, çalışanlarınca kurulan ve isim hakkını kiralayan Yeni Gün Haber Ajansı Basım ve Yayıncılık AŞ tarafından, 14 Ekim 1992 gününden beri yayınlanıyor¹²⁴.

8) Diğer gazeteler

22 Nisan 1970 tarihinde Hakikat adıyla yayına başlayan gazete, 29 Mart 1972 tarihinde Türkiye adını aldı. Enver Ören'in sahibi olduğu Türkiye, 1980'li yılların başlarında 7.500 olan satışını, 1984 yılında elden dağıtım modeli ile artırarak, Türkiye'nin en çok satan 5 gazetesi arasına girdi¹²⁵. "Huzur veren gazete" sloganını kullanan, "muhafazakar, devletten yana" çizgideki Türkiye gazetesinin içinde bulunduğu İhlas Grubu'nun esas gelir kaynağı, Ören'in deyiimiyle "mal pazarlamasıdır"¹²⁶.

Hasan Aksay tarafından 12 Ocak 1973 tarihinde çıkarılan Milli Gazete ise, "milli görüş"ü savunmak amacıyla yayın hayatına girdi. 1983 yılında, gazetenin sahibi Selahattin Alıç oldu. Alıç, gazetenin "haberden ziyade hizmet maksadıyla çıktığını" açıkladı. Genel Yayın Müdürlüğünü Abdülkadir Özkan, Yazışleri Müdürlüğünü Hasan Karakaya yürüttü. Refah Partisi'nin sözcüsü durumundaki gazetenin yeni sahibi Yeni Neşriyat AŞ adına Hazım Oktay Başer'dir¹²⁷.

Eylül 1986'da Ankara'da mahalli gazete olarak yayın hayatına başlayan Zaman, 3 Kasım 1986'da Türkiye çapında yayına geçti. Kurucu sahibi Gaye Matbaacılık Sanayi ve Ticaret AŞ adına Alaeddin Kaya'dır. Genel Yayın Yönetmeni

¹²³ "Cumhuriyet'in iflası kabul edildi", *Bizim Gazete*, Sayı: 30, Aralık 1992, s. 8.

¹²⁴ Murat Çorlu, "Ödeme Güçlüğü içinde olan Cumhuriyet iflasını istedi", *Bizim Gazete*, Sayı: 29, Kasım 1992, s. 8.

¹²⁵ Üzeyir Garib, "Enver Ören: Sansasyon kimseye yazar getirmez", *Baharlı Magazin*, Yıl: 1 Sayı: 3, Ağustos 1989, s. 28.

¹²⁶ a.g.e., s. 30.

¹²⁷ Nuri İnugur, a.g.e., s. 442-446.

ve Başyazar ise Fehmi Kuru'dur. 6 Aralık 1987'de Genel Yayın Yönetmenliği'ne Mehmet Şevket Eygi getirilirken, Kuru başyazar olarak görevini sürdürdü¹²⁸. İslamcı çizgideki Zaman, tirajını 200 binler seviyesine yükseltti.

Ayrıca Rumca Apoyevmatini, İho, Ermenice Jamanak, Marmara ve İbranice Şalom gazeteleri azınlık gazeteleri olarak yayınlarını sürdürmektedir¹²⁹. İlk Kürtçe gazete Rojname, 29 Aralık 1992'de yayınlandı¹³⁰.

1983-1993 yılları arasında, Fotospor, Fotomaç ve Spor adlı spor gazeteleri, Dünya (günlük), Barometre, Ekonomik Bülten gibi ekonomi gazeteleri, Bizim Gazete, Çağdaş Basın, Özgür Basın, Babıali Magazin gibi basın sektörüne yönelik gazeteler yayınlandı.

9) Bulvar gazeteleri

1983-1993 döneminde bulvar gazeteleri de medya dünyasında boy gösterdi. Kurucuları Simavi-Turan ekolünden olan Tan, 24 Saat, Posta, Bugün, Meydan ve Gün gazeteleri benzer temaları işlediler.

Tan gazetesi 23 Mayıs 1983 tarihinde Haldun Simavi'nin sahipliğinde Genel Yayın Müdürü Rahmi Turan tarafından çıkarıldı. 10 liraya satışa sunulan Tan¹³¹, kısa sürede tirajını 900 binler düzeyine ulaştırdı. Ancak Turan'ın ayrılmasının ardından, gazeteyi hazırlamakla görevlendirilen Can Ataklı'nın, farklı bir gazete yapmak istemesi tirajı 400 binlere kadar indirdi¹³². Veb Ofset'in hazırladığı 24 Saat 1983-1985, Posta 1984-1985 döneminde yayınlandı¹³³.

¹²⁸ a.g.e., s. 495-497.

¹²⁹ Nebil Örgentürk, "Azınlıklar Babıalisi", *Star*, Sayı: 25, 29 Mart 1992, s. 10.

¹³⁰ "Kürtçe gazete Rojname yayımlandı", *Bizim Gazete*, Sayı: 19, Ocak 1992, s. 10.

¹³¹ Nuri İruşur, a.g.e., s. 471.

¹³² Metin Mülüm, a.g.e., s. 132.

¹³³ Gökentürk Göğüllü, *Basında Ekonomik Bağımsızlık*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991, s. 31.

Bugün gazetesi, 7 Mart 1989 günü İstanbul'da Dinç Bilgin'in oğlu Önay Bilgin'in sahipliğinde Genel Yayın Yönetmeni Rahmi Turan tarafından hazırlandı¹³⁴. Turan'dan sonra, gazetenin Genel Yayın Müdürü Aydın Öztürk oldu¹³⁵.

Turan, "Milliyet'in kardeş kuruluşu"¹³⁶ olarak, 11 Aralık 1990 tarihinde de Meydan'ı çıkardı. Gazetenin, Gerçek Yayıncılık AŞ adına sahibi Refik Aras olarak gözüktü¹³⁷.

Sabah Grubu'nun Gün gazetesi de, Selahattin Duman'ın yayın yönetmenliğinde tabloid olarak başladı ve sonra normal boyuta döndü.

Tercüman'ın desteğinde yayınlanan Bulvar gazetesi, 10 Ocak 1982 günü ilk sayısını çıkardı. Gazete, siyasal iktidarın baskısı ve bunun yol açtığı ekonomik zorluklar nedeniyle 30 Kasım 1988'de kapandı¹³⁸.

Güneş gazetesi bünyesinde kurulan İlke Yayıncılık ve Ticaret Limited Şirketi, 23 ekim 1991'de Duvar adlı bir bulvar gazetesi yayınlandı. Sahipliğini Erdal Yılmaz, Genel Yayın Yönetmenliği'ni Kemal Özüğür'un üstlendiği gazete, birinci yıldönümünü kutlayamadı¹³⁹.

10) Alternatif gazeteler

İncelediğimiz dönemde, Hürriyet Grubu tarafından Hürgün ve Gazete gazeteleri yayınlandı.

¹³⁴Nuri İnoçur, a.g.e., s. 510.

¹³⁵Celil Güntekin, "Gazete der kâhplara hapsedilemez", *Babıâli Magazin*, Yıl: 3 Sayı: 29, 15 Ekim-15 Kasım 1991, s. 12.

¹³⁶Kenan Şengül, "Rahmi Turan bunu hep yapıyor", *Bizim Gazete*, Sayı: 3, Kasım 1990, s. 10.

¹³⁷"Meydan meydana çıktı", *Bizim Gazete*, Sayı: 7, Ocak 1991, s. 2.

¹³⁸Nuri İnoçur, a.g.e., s. 482-483.

¹³⁹"Duvar yayına başladı", *Bizim Gazete*, Sayı: 17, Kasım 1991, s. 13.

Hürgün, Cumhuriyet'e alternatif olarak "insana ve demokrasiye saygı" sloganıyla hazırlandı, ancak 49 gün süren kısa bir yayından sonra, 3 Kasım 1985'te kapandı¹⁴⁰.

1988 Ekim ayında yayınlanmaya başlanan Gazete gazetesinin, ekonomik kriz nedeniyle 30 Kasım 1989 günü yayın hayatı sona erdi¹⁴¹.

Gelişim-Sabah Yayıncılık'ın¹⁴² ortağı Ercan Arıklı'nın "bir gazeteden çok bir dergiye" benzettiği Söz gazetesi, 1987 Kasım'ı ile 1988 Şubat'ı arasında yayın yaptı¹⁴³.

Veb Ofset bünyesinde, sağ çizgide çıkan Yeni Haber gazetesi çıktığı yıl, 1987'de kapandı¹⁴⁴.

Yine aynı çizgideki, Son Havadis gazetesi, 1 Aralık 1988'de yayınına ara verdi¹⁴⁵.

Özgür Gündem gazetesi, 1992 yılında yayınlandı. İlk Genel Yayın Yönetmeni Ahmet Kahraman olan gazetenin sahibi Yaşar Kaya'dır¹⁴⁶. Hakkında yayın nedeniyle birçok mahkumiyet kararı bulunan Kaya, 1994 yılında yurtdışına kaçtı.

Gazete için, Terörle Mücadele Yasası'na muhalefet nedeniyle sadece 1992 yılı içinde 30 kez toplatma kararı verildi. Gazetenin kapanmasından sonra Yeni Ülke'nin benzer çizgiyi izlediği görüldü.

1 Mayıs 1993 tarihinde yeniden çıkan Aydınlık gazetesinde,¹⁴⁷ Genel Yayın Yönetmeni Ferit İlsever oldu. İlsever, "bütün sol düşüncelere karşı olumlu, birleştirici ve eşit olacaklarını" açıkladı¹⁴⁸. Gazete daha sonra haftalığa döndü.

¹⁴⁰Güvenlik Görgülü, a.g.e., s. 31.

¹⁴¹Nuri İmgin, a.g.e., s. 514.

¹⁴²"Gazeteciler toplumdaki muhafazakar", *Nokta*, Yıl: 5 Sayı: 44, 8 Kasım 1987, s. 54.

¹⁴³Motin Mülir, a.g.e., s. 104-105.

¹⁴⁴Güvenlik Görgülü, a.g.e., s. 35.

¹⁴⁵a.g.e., s. 35.

¹⁴⁶Murat Çorlu, "Belge varsa açıklayın", *Bizim Gazete*, Sayı: 27, Eylül 1992, s. 10.

¹⁴⁷Berran Tözer, "İlişki mi, çelişki mi?", *Nokta*, Yıl: 11 Sayı: 21, 16-22 Mayıs 1993, s. 78.

¹⁴⁸"Aydınlik gazetesi 1 Mayıs'ta çıkıyor", *Bizim Gazete*, Sayı: 33, Mart 1993, s. 3.

İstanbul'da bir akşam gazetesi olarak, 1991 ilkbaharında piyasaya çıkan ve Arda Gedik'in sahipliğini yaptığı Son Baskı gazetesi 1.5 ayda kapandı¹⁴⁹.

11) Bayram Gazetesi

Basın açısından önem taşıyan diğer bir gelişme ise, Bayram Gazetesi konusunda yaşandı. Uzun süre Ankara'da Bayram Gazetesi çıkarmak isteyen, ancak bunun için gerekli üye sayısını (Ankara) Gazeteciler Cemiyeti'nin üzerine çıkaramayan, Çağdaş Gazeteciler Derneği tarafından düzenlenen Basın Kurultayı 92'nin sonuç bildirgesinde "halkı alıştığı gazetesinden mahrum bırakan" Bayram Gazetesi ile ilgili mevzuatın değiştirilmesi gerektiği belirtildi¹⁵⁰. Bu karardan hareket eden ÇGD, Karacabey'deki Meltem gazetesinin bayramda çıkışını sağladı¹⁵¹. Aynı şekilde 11 Haziran'a rastlayan 1992 Kurban Bayramı'nda, Sabah Grubu da gazetelerini yasal boşluklardan yararlanarak çıkardı¹⁵². Bu durum, gazeteciler cemiyetlerinin büyük tepkisini çekti ve kuruluşlar karşılıklı olarak dava açtı. Konuyu ele alan Anayasa Mahkemesi, dini bayramlarda gazete yayınlama hakkını gazeteciler cemiyetlerine veren 5953 sayılı yasanın 20. ve 28. maddelerini iptal etti¹⁵³.

12) Gazete sayısı

Yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye, gazete sayısında dünyada beşinci sırada yer almaktadır. Türkiye'de 1992'de günlük 338 gazete yayınlanmaktadır¹⁵⁴.

¹⁴⁹Cemil Özyıldırım, "91'de Türk basını", *Bizim Gazete*, Sayı: 19, Ocak 1992, s. 7.

¹⁵⁰Metin Aksoy (haz), *Basın Kurultayı '92*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1993, s. 229.

¹⁵¹Metin Aksoy (haz), *Devlet ve Basın*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1993, s. 77.

¹⁵²*Yasaya Saygı*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992, s. 17.

¹⁵³"Ba nasıl adalet", *Bizim Gazete*, Sayı: 31, Ocak 1993, s. 3.

¹⁵⁴"Türkiye, gazete sayısında dünyada 5'inci sırada", *Bizim Gazete*, Sayı: 33, Mart 1993, s. 7.

1990 yılında Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nce yapılan bir başka araştırma ise Türkiye'de 327 günlük yerel gazete yayınlandığını göstermektedir¹⁵⁵.

13) Rahmi Turan

12 Eylül rejiminin etkisiyle 1983-1993 dönemine damgasını vuran bulvar gazeteciliğinin en önemli ismi olarak, Haldun Simavi'nin öğrencisi Rahmi Turan karşımıza çıkmaktadır. Birçok gazeteye imzasını atan Rahmi Turan'la ilgili olarak Züleyha Tok, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü için gerçekleştirdiği tez çalışmasında şu noktalar üzerinde durmaktadır¹⁵⁶:

"Rahmi Turan, popüler kültür üreten ve dağıtan kişidir. Bunu cinselliğe dayanan haber ve yazılarla sağlamaktadır. Turan, cinselliği çoğu zaman başka unsurlarla birlikte kullanma konusunda dikkati çekmektedir. Bunların başında mizah gelmektedir. Mizah ile seksteki ayıp, utanma duygusu yumuşatılmakta, meşrulaştırılmaktadır. Mizah, Rahmi Turan'ın diğer haberlerinde de görülmektedir. Rahmi Turan'a göre, yaptığı iş, Türk erkeğini yükseltmektir. Milliyetçiliği kullanarak Türk erkeklerine fantazyalar kurdurmaktır amacı. Kadın ise herşeyden önce, bulduğuyla yeninen kanaatkar bir insandır. Rahmi Turan alt tabakanın sorunlarını 'Kara Murat' ruhuyla kaleme aldığı manşet ve sürmanşetlerinde ve köşe yazılarında ele alır. Burada alt tabaka insanların sorunlarını bir 'kazanç-yenilgi', 'sevinç' ya da 'üzüntü'süne dönüştürür. İşte tam bu sırada lotaryalar devreye girer ve Turan bu lotaryalar aracılığıyla onlara birdenbire zengin olma umudu verir. Rahmi Turan'ın bizzat düzenlediği manşet ve sürmanşetlerde güncel olaylar haber olarak verilir. Turan, güncel olan her konuyu siyasi iktidarla ilişkilendirir. İktidarı, son derece sert, suçlandırıcı, yargılayıcı kelimelerle eleştirir. Rahmi Turan, siyaset adamlarına böyle yaklaşmasına karşın, Cumhurbaşkanı Kenan Evren'e, Kara Murat'ın Fatih Sultan Mehmet'e duyduğu saygı ve sevgi gibi ilgi gösterir."

¹⁵⁵Kenan Şanber, "Yerel Basın", *Bizim Gazete*, Sayı: 19, Ocak 1992, s. 12.

¹⁵⁶Şireyya Ersoy, "Düş Satın Adım", *Ekonomik Panorama*, Yıl: 1, Sayı:39, 8 ocak 1989, s.8-13.

Turan ise, söz konusu tezde ileri sürülen görüşlerle ilgili olarak şu değerlendirmede bulunmaktadır¹⁵⁷:

"..günümüzün ağır şartları altında ezilen insanlar, kısa bir süre de olsa sabahları gazeteyi eline aldığı anda, değişik ve eğlendirici konular görsün istiyorum. Okuyucuları, günlük dertlerinden uzaklaştırmayı da görev olarak biliyorum... Amacım, çeşitli siyasal olayların ve ekonomik güçlüklerin bunalttığı vatandaşı biraz rahatlatmak, okuyucuların arzu ettiklerini görmek ve duymak istedikleri haberleri vermektir. Bunu yaparken, gazetelerimizde günün ağır hayat şartlarını ve siyasal iktidarın başarısızlıklarını sergileyen bölümler de mevcut... elbetteki Kara Murat tipi, fiziksel açıdan bana benzemese de, bölüm bölüm karakter olarak benzer. Örneğin, Kara Murat ne yapıyor? Halkı ezenlere karşı savunuyor. Karşısındakinin kral, padişah olmasını düşünmüyor, bütün riskleri göze alıyor... Bugün bizim yaptığımız, 500 yıl önce yaşadığı varsayılan bir kahramandan farklı değil. Geniş halk kitlelerinin çıkarı için, iktidarla boğuşup duruyoruz... Evet, biz lotaryaya önem veriyoruz, bu doğru. Okuma alışkanlığının zayıf olduğu ülkemizde, gazete okumayan kitleleri birtakım ikramiyelerle, gazete tiryakisi haline getirmek ve okuyucu kazandırmak istiyoruz."

B) DERGİLER

1983-1993 döneminde, çeşitli haber dergileri de yaptıkları yayınlarla kamuoyunda etkili oldular.

1) Nokta

Ana dergisi, 1 Mart 1982 tarihinde ilk sayısı yayınlanan haftalık Nokta dergisi olan Gelişim ve Süreli Yayınlar AŞ, 19 Ocak 1989'da Asil Nadir tarafından 15

¹⁵⁷"Okuyucuyu rahatlatıyoruz", *Ekonomik Panorama*, Yıl: 1, Sayı: 39, 8 Ocak 1989, s.15.

milyar liraya satın alındı¹⁵⁸. Grup, 1991 Haziran'ında Impexbank'a devredildi¹⁵⁹ ve yayını Interpress Basın ve Yayıncılık Anonim Şirketi adıyla sürdürdü¹⁶⁰.

Cumhurbaşkanlığı eski danışmanlarından, Emlak Bankası ve Impexbank eski yöneticisi, Asil Nadir gibi Kıbrıslı olan Bülent Şemiler, Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yaptığı Interpress Grubu'ndaki Kadınca, Ekonomik Panorama, Bella Örgü, Bando Çocuk ve Hıbrir dergilerini, Ekim 1992'de Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal'a sattı.

Aynı tarihte kurulan Nokta Yayınları AŞ ise, Interpress grubuna satılmayan Nokta ve Arkitekt dergilerinin yayını üstlendi. Nokta ve Arkitekt, Impexbank'ın kapatılmasından kısa bir süre sonra, 1994 Temmuz ayında Hürses gazetesi sahibi Masum Türker'e satıldı. Türker, kısa bir süre sonra da Interpress grubunun diğer dergilerinin yayın hakkını aldı.

Nokta, sahibi Ercan Arıkh tarafından 28 Şubat - 6 Mart 1983'ten itibaren bir haber dergisine dönüştürüldü¹⁶¹. Derginin Genel Yayın Yönetmenliği görevini, sırasıyla Yalçın Pekşen, Canan Barlas, Haluk Şahin, Arda Uskan, Tuğrul Eryılmaz, Bülent Denli, Levent Çevik ve Yazgülü Aldoğan üstlendi.

1980'lere kadar Türkiye'de yayınlanan, geçmiş haftanın ve gelecek haftanın gündemini yansıtan haber dergiciliği, Nokta dergisinin önyak olduğu "kendi gündemimi kendim yaparım" anlayışı ile, bu dönemde haber dergiciliğine imzasını attı. Bir takım soruları/sorunları gündeme getirerek bu sorunların tartışılmasını sağlayıp gündem oluşturdu.¹⁶²

¹⁵⁸ "Gelişim Yayınları el değiştirdi", *Bizim Gazete*, Sayı: 13, Temmuz 1991, s. 13.

¹⁵⁹ a.g.e.

¹⁶⁰ a.g.e.

¹⁶¹ a.g.e., s. 68.

¹⁶² Muhammet Özdemir, *1980'lerde Türkiye'de Haftalık Haber Dergiciliği: Nokta Dergisi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 1992, s. 114.

2) Yankı

Yankı, 1 Mart 1971 tarihinde Daily News'un sahibi İlhan Çevik ve Kemal Ilıcak'ın destekleriyle Mehmet Ali Kışlalı'nın yönetiminde yayınlandı¹⁶³. 1980'de Ilıcak'a devredilen dergi, 1986 yılının Ekim ayında Milliyet'le birlikte yayınlanan Haftaya Bakış'la birleşerek Yankı-Haftaya Bakış adını aldı. 6 Mayıs 1988'de yayınına ara verdi¹⁶⁴.

3) Yeni Gündem

İletişim Yayıncılık AŞ adına, sahipliğini ve Genel Yönetmenliğini Murat Belge'in üstlendiği Yeni Gündem dergisi, 15 günlük olarak 1984'te yayınlanmaya başladı. Dergi, 10 Mart 1986'da haftalıkla dönüştü. Yeni Gündem, "Askeri yönetimin aaldığı tavırla toplumda potansiyel olarak yarattığı, ama politik düzeyde gerçekleşmemiş platformu, yani parlamenter demokrasi platformunu yayın düzeyinde oluşturma" çabasıındaydı. 1987 Genel Seçimleri'nin ardından "kapitalist yapılanma karşısında solun haberden kopmadan düşünce ve alternatif çözüm üretme çabasının dergisi" olmayı amaçladı. 3-9 Ocak 1988 tarihli 96. sayısında yayınına son verdi.

4) 2000'e Doğru

1986 yılında, Sistem Yayıncılık Ticaret ve Sanayi AŞ adına Mehmet Sabuncu tarafından yayınlanan 2000'e Doğru dergisinde İşçi Partisi lideri Doğu

¹⁶³ Haluk Şahin, "Haftalık Haber Dergileri", *Türkiye'de Dergiler Ansiklopediler*, İstanbul, Gelişim Yayınları, 1984, s. 64.

¹⁶⁴ Nuri Inuğur, a.g.e., s. 466.

Perinçek başyazar olarak görev aldı. Perinçek daha sonra derginin genel yayın yönetmenliğini yaptı.

Doğu ve Güneydoğu bölgesiyle ilgili haberleri nedeniyle, 2000'e Doğru'nun kapatıldığı Haziran 1990 - Aralık 1990 döneminde derginin ekibi, Yüzyıl adıyla yeni bir yayını sürdürdü.

Özellikle kamuoyunda Sansür ve Sürgün Kararnameleri olarak bilinen kararnameler nedeniyle, başta DGM olmak üzere mahkemelerin takibatına¹⁶⁵ uğrayan dergi, yayınlandığı tarihten 1991 Mayıs'ına kadar 30 kez toplatıldı¹⁶⁶. Derginin Genel Yayın Yönetmenliği'ni Ferit İlsever üstlendi.

5) Tempo

Ercan Arıklı'nın "ne kadar marjinal kesimlerle ilgilenirseniz, o kadar daha fazla satarsınız anlayışı ile"¹⁶⁷ Tempo dergisi, Mehmet Y. Yılmaz yönetiminde 1987 Aralık ayında¹⁶⁸ Hürriyet bünyesinde yayın hayatına atıldı.

1991 Mayıs'ında Emin Tanrıyar'ın Genel Yayın Yönetmenliği sırasında derginin boyutu büyütüldü¹⁶⁹.

Mehmet Y. Yılmaz'ın, Haziran 1992'de Genel Müdür olarak dönmesinden sonra, "Haftalık haber dergisi" sloganı yerini, "Yaşadığımız çağın temposu"na bıraktı¹⁷⁰. Zaten derginin Yayın Koordinatörü Kürşat Başar da "Tempo... bir magazindir" açıklamasını yaptı¹⁷¹.

¹⁶⁵ "Çiç toplatma, üç iptal, olmadı yayını durdurdular", *Yüzyıl*, Sayı: 1, 10 Şubat 1991, s. 26.

¹⁶⁶ "2000'e Doğru'nun serüveni bitmiyor", *Bizim Gazete*, Sayı: 11, Mayıs 1991, s. 8.

¹⁶⁷ Muhammet Özdemir, a.g.e., s. 107.

¹⁶⁸ Mehmet Y. Yılmaz, "Tempo'dan", *Tempo*, Yıl: 5 Sayı: 24, 14-20 Haziran 1992, s. 3.

¹⁶⁹ Emin Tanrıyar, "Bu hafta", *Tempo*, Yıl: 4 Sayı: 20, 12-18 Mayıs 1991, s. 3.

¹⁷⁰ *Tempo*, Yıl: 5 Sayı: 24, 14-20 Haziran 1992, s. 77.

¹⁷¹ Ayşe Arman, "Tempo 7 yaşında", *Tempo*, Sayı: 49, 8 Aralık 1993, s. 140.

6) Aktüel

Tempo'nun büyük boya geçmesinden kısa bir süre sonra, 11 Temmuz 1991'de Sabah Grubu'na bağlı ve Genel Yönetmeni Mehmet Y. Yılmaz olan Bir Numara Yayıncılık, aynı boyutta Aktüel dergisini çıkardı. Perşembeyi yayın günü seçen Aktüel'in, "haftanın haberlerini... gibi derleyip toparlamak değil, Stern, Paris Match gibi toplumun gündemine yeni maddeler ekleyip, zevkle okunan yazılar, fotoğraflar sunma arzusu"nu taşıyan ve "kendi gündemini kendisi yaratmak" isteyen bir dergi olduğu açıklandı. Derginin satışı, ilk aylarda 80 bine kadar yükseldi¹⁷².

7) Panorama

Aktüel-Tempo çizgisindeki bir başka dergi, Panorama, Nisan 1993'te Ahmet Özal'ın sahibi olduğu Interpress tarafından yayınlandı. Dergi, 1994'de Ahmet Özal'ın ekonomik krize girmesinden sonra yayınıni durdurdu. Ayrıca, 1983-93 döneminde Akis, EP, Yörünge, Gerçek, Newroz gibi siyasi dergilerle, Ekonomik Panorama gibi ekonomi dergileri, Babıali Magazin gibi basın sektörüne yönelik dergilerle, birçok kültür-sanat ve sektör dergisi de yayınlandı. Kendilerini "sosyalist basın" olarak adlandıran grup da yayınlarını haftalık ya da aylık olarak sürdürdü.

C) HABER AJANSLARI

Bu çalışmada, ele aldığımız dönemde yaptıkları haberler, birebir topluma yansımaya da haber ajansları üzerinde de kısaca durmakta yarar bulunmaktadır.

¹⁷² Celil G. Başdemir, "Aktüel 164 sayfa çıkıyor", *Babıali Magazin*, Yıl: 3 Sayı: 31, 15 Aralık-15 Ocak 1991-92, s. 16-17.

6 Nisan 1920'de kurulan Anadolu Ajansı, iktidarların hakimiyetinde bir ajans oldu. 1950 yılında, bu tekele karşı gazete sahipleri tarafından, merkezi İstanbul'da olan Türk Haberler Ajansı faaliyete geçti. TRT başta olmak üzere, bütün gazete ve dergilere haber yapan THA, 1982 yılında Güneş gazetesine satılmasıyla birlikte bu bağımsız hüviyetini kaybetti. THA gibi, bir gazete bünyesinde faaliyet gösteren diğer ajans Hürriyet Haber Ajansı'dır. 1 Mayıs 1963 tarihinde kurulan ajans Hürriyet gazetesine servis yapmaktadır. 3 Mart 1972'de kurulan Ankara Ajansı, bilinen adıyla ANKA, Türk Haberler Ajansı gibi bağımsız bir anonim şirkettir. Bu dönemde faaliyet gösteren diğer bazı ajanslar arasında, Akdeniz Haber Ajansı (Akajans), Ekonomik Basın Ajansı (EBA), Milliyet Haber Ajansı (Milha), Ulusal Basın Ajansı (UBA) sayılabilir.

D) TELEVİZYONLAR

1983-1993 döneminin, medya açısından en önemli gelişmelerinden biri de radyo-televizyon alanındaki gelişmedir. Televizyon haber yöneticileri arasında, genellikle gazete kökenli medya mensuplarına rastlanmaktadır. TRT'den transfer olanların da bu yöneticiler arasında yer aldığı görülmekle beraber, TRT kökenliler ağırlıkla yapım, yönetim ve teknik alanlarda istihdam edildi.

1) TRT

1983 yılına, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu TRT'nin tek kanalı ile giren Türkiye'de, renkli yayın 1 Temmuz 1984 tarihinde başladı¹⁷³. Bu tarihe kadar Devlet

¹⁷³Hülya Yengin, *Ekrana Bülteni*, İstanbul, Der Yayınları, 1994, s. 73.

Başkanı'nın yaptığı konuşmalar renkli yayınlandı¹⁷⁴. İkinci kanal 6 Ekim 1986, TV3 ve GAP Televizyonu 2 Ekim 1989, TV4 30 Temmuz 1990, yurtdışına yönelik TV5 ve TRT-INT 19 Aralık 1990, Avrasya 1 Nisan 1992, "ekran gazetesi" Telegün 10 Ocak 1990 tarihinde yayına başladı¹⁷⁵. Kablolu yayın hizmeti ise, PTT tarafından 26 Aralık 1988 tarihinde Ankara'da gerçekleştirildi¹⁷⁶.

TRT'nin Genel Müdürleri de Macit Akman (1981-1984), Tunca Toskay (1984-1988), Cem Duna (1988-1989), Kerim Aydın Erdem (1989-1993) ve Tayfun Akgüner'dir (1993-).

2) Magic Box - İnterstar

Türkiye'nin ilk özel televizyonu Magic Box-Star 1, Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın yurtdışından Türkiye'ye yapılacak Türkçe televizyon yayınlarının yasal bir sakıncası olduğunu sanmadığını belirtmesinden kısa bir süre sonra, 7 Mart 1990 tarihinde Özal'ın oğlu Ahmet Özal ve Rumeli Holding'in sahiplerinden Cem Uzan'ın Almanya'da kurduğu şirket tarafından yayına başlatıldı¹⁷⁷. Magic Box şirketi, "paravan şirketlerin merkezi olarak bilinen" Leichtenstein'da kurulmuş ve Federal Almanya'dan Türkiye'ye yönelik yayın yapmak için Eutelsat uydusundan kanal kiraladı¹⁷⁸.

Uyduyan yapılan ve çanak antenlerle alınabilen bu yayınların daha sonra özellikle SHP'li belediyelerce kurulan vericilerle daha geniş kitlelerin izlemesi olanağı yaratıldı¹⁷⁹. Buna karşın, SHP lideri Erdal İnönü tarafından "korsan" olarak nitelendirildi¹⁸⁰. PTT'nin link hatlarından da yararlanan¹⁸¹ Magic Box, futbol

¹⁷⁴ *Başbakan Turgut Özal'ın Konuşmaları, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 13.12.1985-12.12.1986*, Ankara, Başbakanlık Basımevi, 1986, s. 982.

¹⁷⁵ Hülya Yengin, a.g.e., s. 73-78.

¹⁷⁶ a.g.e., s. 79.

¹⁷⁷ a.g.e., s. 116-117.

¹⁷⁸ Nardoğan Rıfo, *Elektronik Rönesans*, İstanbul, Der Yayınları, 1991, s. 165.

¹⁷⁹ Hülya Yengin, a.g.e., s. 117.

¹⁸⁰ a.g.e., s. 118.

maçlarını naklen yayınlama, ev hanımlarına, çocuklara ve gençlere yönelik programlar sunma¹⁸², otomobil gibi ikramiyeler dağıtma¹⁸³ ve Körfez Savaşı sırasında CNN'e bağlanarak yaptığı yayınlara¹⁸⁴ seyirci kitlesini artırdı. Bu durum, reklam payı bakımından TRT'ye ciddi bir rakip yarattı¹⁸⁵.

20 Ekim 1991 Genel Seçimleri'nin, ANAP aleyhine sonuçlanmasının ardından Ahmet Özal-Cem Uzan ortaklığı, Özal'ın imzaladığı 20 milyar liralık bir senetle bir gümrük komisyoncusunun Magic Box'a haciz koydurtmak istemesiyle bozuldu. Ahmet Özal'ın Almanya'da bir mahkeme aracılığıyla aldığı karar sonucu, Uzanlar'ın Star 1 ismini kullanması yasaklandı. Televizyon 11 Haziran 1992'den sonra İnterstar adıyla yayına geçti.

3) Teleon

İki ortak arasındaki bir başka anlaşmazlık da, Türkiye'nin ikinci özel kanalı Teleon nedeniyle çıktı¹⁸⁶. Özal, 8 Ocak 1992'de test yayınlarına başlayan Teleon aleyhinde, Almanya'da açtığı davada, yayının kendi izni olmadan Star 1 olanakları kullanılarak gerçekleştirildiğini iddia etti. 18 Ocak'ta durdurulan yayın, 27 Ocak 1992 tarihinde beklenmedik bir şekilde başladı. İnterstar ve Teleon 1992 sonunda ortak yayına geçti¹⁸⁷. Cem Uzan ve Ahmet Özal 1993 yılı ortalarında barıştı ve davaları karşılıklı olarak çekme kararı aldı¹⁸⁸.

¹⁸¹ a.g.e., s. 120.

¹⁸² Nardoğan Rigel, a.g.e., s. 164.

¹⁸³ Hülya Yengin, a.g.e., s. 130.

¹⁸⁴ a.g.e., s. 131.

¹⁸⁵ a.g.e., s. 128.

¹⁸⁶ a.g.e., s. 142.

¹⁸⁷ "İnterstar ve Teleon ortak yayında", *Bizim Gazete*, Sayı: 30, Aralık 1992, s. 4.

¹⁸⁸ "Ahmet Özal ile Cem Uzan barıştı", *Bizim Gazete*, Sayı: 37, Temmuz 1993, s. 3.

4) Show TV

İktisat Bankası sahibi Erol Aksoy'un sahibi olduğu, AKS TV Reklamcılık ve Filmcilik Sanayii ve Ticaret AŞ'ye bağlı Show TV, Hürriyet'in Ulusal Radyo Televizyon ile ortak kurduğu özel TV kanalı ve Sabah Grubu'nun İmaj TV ile ortaklık yaptığı SATEL, "Birleşik İletişim Radyo ve Televizyon Yapım Anonim Şirketi" adı altında birleşti. Böylece Türkiye'nin üçüncü özel kanalı Show TV, 1 Mart 1992 tarihinde Fransa'dan kiralanılan bir uydu aracılığıyla düzenli yayına geçti.

Amerikan "Wheel of Fortune" (Çarkıfelek) gibi yarışma, 32. Gün ve Arena gibi haber programları, "Kırmızı nokta" diye adlandırılan erotik programları ve maç naklen yayınları ile iddialı bir televizyon kanalı haline geldi. Erol Aksoy'un Hürriyet'e ortaklığıyla Hürriyet de, Show TV'nin ortağı oldu¹⁸⁹.

5) Kanal 6

Dördüncü özel TV kanalı, Kanal 6 ise, Star 1'den dışlanan Ahmet Özal'ın "isminden dolayı DYP hükümeti tarafından yapılan düşmanlıklar riskini göze alarak" kuruldu¹⁹⁰.

Bu konuda dönemin Başbakanı Süleyman Demirel'le görüşüp izin alan Ahmet Özal, başlangıçta TV yayını ile ilgili olarak kurulan Artı Yayıncılık ve Filmcilik, Artı Televizyon ve Pazarlama, Artı Filmcilik Prodüksiyon Sanayi ve Artı Televizyon Haber Ajansı adlı 4 şirkette gerçek ortaklar arasında yer almadı. Ortaklar

¹⁸⁹"Medyada dev işbirliği", a.g.e., s. 1.

¹⁹⁰Dilek Önder, "Evet, DYP bana başkanlık teklif etti", *Hürriyet*, 19 Aralık 1993, s. 53.

arasında 20 milyarlık çeki tahsile veren Turgay Aksoylu, Özal'ın yakın arkadaşı Ufuk Özen gibi isimler dikkati çekmektedir.

Kanal 6, İngiltere'den 8 Ağustos 1992 tarihinde test yayınlarına başladı, 4 Ekim 1992'de ise düzenli yayına geçti. Kanal 6'ya PTT link hatlarını kullanma izni, diğer TV'lerden çok sonra Aralık 1993'te verildi¹⁹¹. Çalışanların ve programcılarının önemli bir bölümünü Star 1'den transefer eden Kanal 6'nın sahibi Ahmet Özal, 1994 yılında ekonomik sıkıntıya düştü. 260 milyara yakın haciz kararı alındı¹⁹².

6) HBB

Has Holding'e bağlı Has TV'nin kanalı Has Bilgi Birikim (HBB), habercilikte tarafsızlık ilkesi ile 9 Ekim 1992'de yayına başladı.

HBB, ilk stereo yayın yapan TV oldu¹⁹³. Programlarına Meclis'te temsilcisi bulunan siyasi partilere her ay 10 dakikalık serbest konuşma hakkı veren TV, cuma günleri de naklen hutbe yayınları denedi¹⁹⁴. HBB de mali darboğaza düşmekten kurtulamadı¹⁹⁵, ancak yayını sürmektedir.

7) Flash TV

Bursa'da faaliyet gösteren Göktuğ Şirketler Grubu'nun kurduğu, Göktuğ Elektronik Yayıncılık Sanayi AŞ, Flash TV adı altında Bursa, İstanbul ve İzmit'te yayınına 1 Aralık 1992'de başladı¹⁹⁶.

¹⁹¹Dilek Önder, a.g.e., s. 53.

¹⁹²"Ahmet Özal'a bir rekor haciz daha", *Hürriyet*, 11 Haziran 94, s.7.

¹⁹³Hülya Yengin, a.g.e., s. 150.

¹⁹⁴"HBB naklen hutbe yayını yapıyor", *Bizim Gazete*, Sayı: 30, Aralık 1992, s. 4.

¹⁹⁵Selda Saka, "TV Dünyası'ndan", *Foto*, Yıl: 1 Sayı: 1, 5 Haziran 1994, s. 35.

¹⁹⁶Hülya Yengin, a.g.e., s. 151.

8) ATV

Sabah Grubu'na bağı SATTEL'in TV kanalı ATV, 12 Temmuz 1993 tarihinde yayına geçti. ATV, Eylül ayında tam gün yayın yaptı¹⁹⁷. ATV, Amerikan televizyonlarının program akışını temel aldı¹⁹⁸. Haberleri seçip değerlendiren, yorumlayan ve ekranda sunan kişi anlamına gelen "anchorman" uygulaması da ilk Güneri Cıvaoğlu ile yapıldı¹⁹⁹. ATV, kısa sürede en çok izlenen televizyonlar arasında yerini aldı.

9) Kanal D

Milliyet Grubu ve Doğu Holding tarafından ortaklaşa kurulan Kanal D, 19 Aralık 1993 tarihinde yayına başladı²⁰⁰. 1994 Haziranı'nda Kanal D'nin patronajı, Doğu Grubu'nun sahibi Ayhan Şahenk'e geçti²⁰¹. Kanal D'nin sahibi, daha sonra Aydın Doğan olacaktır.

10) TGRT

İhlas Holding'e bağı Türkiye Gazetesi Radyo Televizyonu TGRT, "Türk-İslam düşüncesine paralel bir yayın politikası gütmek"²⁰² amacıyla 22 Nisan 1993 tarihinde "Huzur TV" sloganıyla yayın hayatına girdi.

¹⁹⁷ a.g.e., s. 146.

¹⁹⁸ a.g.e., s. 147.

¹⁹⁹ Füsün Çelik, "Ben, Güneri Cıvaoğlu", *Nakla*, Yıl: 11 Sayı: 37, 5-11 Eylül 1993, s. 30.

²⁰⁰ Hilya Yengin, a.g.e., s. 147.

²⁰¹ Sedda Saka, "Kanal D", *Yeni*, Yıl: 1 Sayı: 3, 19 Haziran 1994, s. 35.

²⁰² "TGRT ailenin televizyonu", *Babiali Magazin*, Sayı: 42, 14 Kasım-15 Aralık 1992, s. 21.

11) Kanal Market

Ahmet Özal ve kardeşi Efe Özal'ın da ortakları arasında olduğu, Türkiye'nin ilk pazarlama kanalı Kanal Market, 1992 Aralık ayında yayına başladı²⁰³. 1993'de faaliyetini durduran Kanal Market, benzeri pazarlama şirketlerinin yayın yapması da yeni Radyo Televizyon Yasası ile yasaklandı²⁰⁴.

12) Cine 5

Show TV'nin sahibi olduğu ve Türkiye'nin ilk şifreli ve paralı televizyon kanalı Cine 5, 1993 Mart ayında yayına geçti²⁰⁵. Cine 5, film ve maç naklen yayını yapmaktadır.

13) BRT

İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesinde faaliyet gösteren Boğaziçi Radyo Televizyon, belediyeye yönelik haberlerin verilmesi amacıyla 3 Kasım 1992'de kuruldu²⁰⁶. Nisan 1993'te özel radyolarla bazı TV istasyonlarının kapatılması²⁰⁷ sırasında kapatılan BRT, bir daha yayına geçemeden ona bu olanağı tanımayacak yeni Radyo Televizyon Yasası çıktı.

²⁰³ Hülya Yengin, a.g.e., s. 150.

²⁰⁴ "Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun", *Resmî Gazete*, Sayı: 21911, 20 Nisan 1994, s. 9.

²⁰⁵ Hülya Yengin, a.g.e., s. 146.

²⁰⁶ "İSKİ'deki odadan Bahmuncu'daki 5 kata", *Nokta*, Yıl: 11 Sayı: 32, 1-7 Ağustos 1993, s. 42.

²⁰⁷ "TRT'nin pabucu antene atıldı", *Nokta*, Yıl: 11 Sayı: 29, 11-17 Temmuz 1993, s. 20.

14) Mega 10

20 Ekim 1991 genel seçimleri öncesinde kurulan UTV'nin sahibi Osman Uslu'nun Mega 10 kanalı, SHP'nin kanalı gibi takdim edildi. 5 Ekim 1991 tarihinde normal yayınlara başlayan televizyon 14 ilde yayın yapmış ancak rahatlıkla izlenemedi. Mega 10, yayın lisansı ve finans sorunu nedeniyle seçimler sonrasında yayın yapmadı²⁰⁸.

15) Samanyolu TV

Zaman gazetesinin grubunun sahibi olduğu Samanyolu TV, Rusya'dan kiraladığı uydu aracılığıyla Eylül 1993'te yayına başladı.

16) TV ve Radyo sayısı

İçişleri Bakanlığı'nın 1994 yılında hazırladığı bir rapora göre, Türkiye'de ülke çapında veya yerel yayın yapan 454 özel radyo (Bazı kaynaklar bu sayının 800'ü bulduğunu ileri sürmektedir) ve 71 özel TV kanalı vardır. Bu TV kanallarından 30'u, özel radyolardan 96'sı "ideolojik amaçlı" yayında bulunmaktadır. 30 özel TV kanalından 19'u şeriatçılık, 5'i Kürtçülük, 4'ü aşırı solculuk ve 2'si ülkücülük doğrultusunda çalışmaktadır. Tamamı bölgesel 96 radyodan 45'i şeriatçı, 31'i aşırı solcu (11'i Dev-Sol), 14'ü Kürtçü, 6'sı ülkücü ideolojide yayın yapmaktadır²⁰⁹.

²⁰⁸ Hülya Yengün, a.g.e, s. 157-160.

²⁰⁹ "Şeriatçı yayın ağı", *Cumhuriyet*, 21 Nisan 1994, s. 1.

E) RADYOLAR

Türkiye'de özel radyolar Mehmet Duru'nun sahibi olduğu Kent FM'in 4 Haziran 1992'de yayına başlamasıyla start aldı²¹⁰. FM bandından yayın yapan radyoların, 700 tanesi "Özel Radyo ve Televizyon Sahipleri Derneği" bünyesinde örgütlendi²¹¹. İçişleri Bakanlığı'nın genelgesi ile özel radyolar 1 Nisan 1992 tarihinde yayınlarını durdurmak zorunda kaldı. 8 Temmuz'da Anayasa'nın radyo ve televizyon yayınlarında devlet tekeli kaldırılan 133. maddesini değiştirmesiyle radyolar yeniden yayına başladı²¹².

TRT, haftada 1031 saat Türkçe yayın yapmaktadır. Radyo 1 28 Eylül 1938, Radyo 2 21 Kasım 1972'de yayına başladı. Radyo 3 ve Radyo 4 FM bandından yayın yapmaktadır. Radyo 4, Türk Müziği ile Türk halk Müziği'ne katkıda bulunmak ve TRT televizyonunda gösterilen bazı yabancı filmlerin orijinal sesini yayınlamak amacıyla kuruldu²¹³. Ancak, büyük rağbet gören özel radyoların kapatılmasından sonra, İstanbul, Ankara ve İzmir'den bütün Türkiye'ye canlı müzik yayınına başladı²¹⁴. Radyo 5, turistlere yönelik olarak İngilizce, Fransızca ve Almanca yayın yapmaktadır. Türkiye'nin Sesi Radyosu da kısa dalgadan çeşitli saatlerde 16 dilde dünyaya seslenmektedir²¹⁵.

1955 yılında kurulan Polis Radyosu, Ankara ve İstanbul'da FM kanalından dinlenebilmektedir. Yayın, Ankara'da yayın 06.00-12.00, İstanbul'da 08.00-19.00

²¹⁰Altan Gökmen, "Radyo günleri geri geldi", *Nokta*, Yıl 11 Sayı: 36, 29 Ağustos-4 Eylül 1993, s. 56.

²¹¹TRT'nin pabucu antene atıldı", *s.g.e.*, s. 20.

²¹²*s.g.e.*, s. 56-57.

²¹³*Radio and Television in Turkey*, Ankara, Directorate General of Press and Information, 1991, s. 6-13.

²¹⁴TRT'den müzik stağı", *Baharlı Magazin*, Sayı: 47, 15 Nisan-15 Mayıs 1993, s. 9.

²¹⁵*Radio and Television in Turkey*, *s.g.e.*, s. 6-13.

saatlerinde gerçekleştirilmektedir. Polis Radyosu gibi özel yasa ile kurulu bulunan Meteoroloji'nin Sesi de belirli saatlerde yayında bulunmaktadır²¹⁶.

Özel radyoların ağırlığının hissedildiği Türkiye'de, bu mecranın yayın süresinin önemli bölümü müziğe ayrılmaktadır. Türkçe müzik yüzde 70, yabancı müzik yüzde 6, her iki tür müzik de yüzde 24 oranında dinleyici bulmaktadır. Radyo dinleyicisi, kentlerde nüfusun ortalama yüzde 60'ın denk gelmektedir. Radyolar en çok, 10-17 saatleri arasında, İstanbul'da işyerlerinde, Ankara ve İzmir'de evlerde dinlenmektedir.²¹⁷

F) REKABET, TİRAJLAR ve RATINGLER

Bu kadar çok gazete, dergi ve radyo ile televizyon kuruluşunun bulunduğu piyasada rekabet etbette kaçınılmaz. Yazılı basın daha çok satmak, işitsel ve görsel basın da daha çok dinlenme ve seyredilmenin peşindedir. Çünkü bu kuruluşların en önemli gelir kaynaklarından birini sağlayan reklam ajansları ve reklam verenler seçim yaparken en çok izlenen yayın organını seçmektedir²¹⁸.

Türkiye'de gazete satışlarının nüfusa oranla az olduğu ileri sürülmektedir²¹⁹. Oysa bazı görüşlere göre, gazetenin ulaşabildiği noktaların azlığı gözönüne alındığında, gazete satış rakamları normal karşılanmalıdır²²⁰. Hatta bir günlük gazetenin ortalama 6 kişi tarafından okunduğu, dolayısıyla gerçekleşen satış

²¹⁶ a.g.e., s.14.

²¹⁷ "Radyo mecrasına ne oldu", *Marketing Türkiye*, Yıl 5, Sayı: 111, 1 Aralık 1995, s. 8.

²¹⁸ Oğuzhan Kavaklı, *Türk Basınında Türü Çıkması*, İzmir, Kendi yayını, 1989, s. 4.

²¹⁹ Cemalettin Özdoğan, *Özeleştir*, İzmir, Kendi yayını, 1993, s. 93.

²²⁰ Leyla Tavşanoğlu, "Ekşi: Gazetelerin boykot edilmesini sympathorum", *Cumhuriyet*, 26 Ocak 1992, s. 6 ve Üzeyir Garih, "Bilgin: Basında kotarya çılgınlığı vardı", *Baharlı Magazin*, Yıl: 1 Sayı: 1, Haziran 1989, s. 29.

rakamlarından daha geniş bir kitleye ulaştığı görülmektedir²²¹. Gazetelerin 1983-1993 yıllarındaki ortalama satış rakamları şöyle gerçekleşti²²²:

Tablo 1	1983	1984	1985	1986	1987
Cumhuriyet	81.053	93.984	100.230	118.028	124.415
Günaydın	313.908	212.353	172.553	195.519	270.925
Güneş	293.058	190.276	172.553	212.251	186.536
Hürriyet	721.611	699.205	646.403	651.920	696.285
Milliyet	213.649	190.368	319.196	260.958	262.408
Sabah			528.065	564.345	550.815
Tan	695.267	709.249	680.796	331.518	227.219
Tercüman	244.861	184.665	229.492	185.275	165.837
Türkiye					186.897

Tablo 2	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Bugün			327.155	292.240	187.102	105.920
Cumhuriyet	114.389	115.594	121.212	103.486	57.48	66.026
Günaydın	267.531	459.549	408.156	98.445	37.212	19.334
Güneş	142.884	89.560	77.503	33.576		
Hürriyet	628.914	488.672	519.717	574.578	628.693	774.892
Milliyet	304.927	396.158	425.995	494.386	397.274	897.904
Sabah	506.671	461.102	639.501	789.473	770.815	892.358
Tan	152.315	267.080	175.027	86.227	47.536	30.818
Tercüman	118.298	129.716	119.556	34.102	24.192	14.944
Türkiye	190.886	198.506	457.174	473.666	297.591	318.125
Zaman			60.189	64.646	111.845	165.459

Televizyonların seyredilme oranı ise AGB Anadolu adlı şirket tarafından belirlenmektedir.

Ancak, televizyonların alacağı reklamları yakından ilgilendiren bu rating işlemi, medya kuruluşları arasında sık sık sert tartışmalara neden oldu²²³. Televizyon ratingleri şöyledir (AGB, Nisan ve Mayıs aylarında yeniden yapılanma nedeniyle ölçümlerine ara vermiştir):

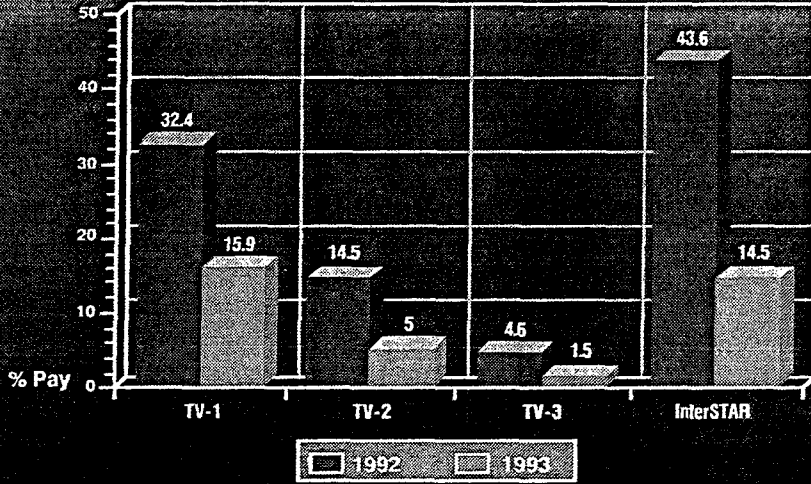
²²¹ Oğuzhan Kavaklı, a.g.e., s. 9.

²²² *Babıada Magazin*, Yıl: 3, Sayı: 32, 15 Ocak 15 Şubat, s.42 ve *BBD*

²²³ Nihal Mete Ün ve Şeyda Taluk, "Basında kuran kırana mega savaş", *EP*, Sayı: 46, 10-17 Ekim 1993, s. 16.

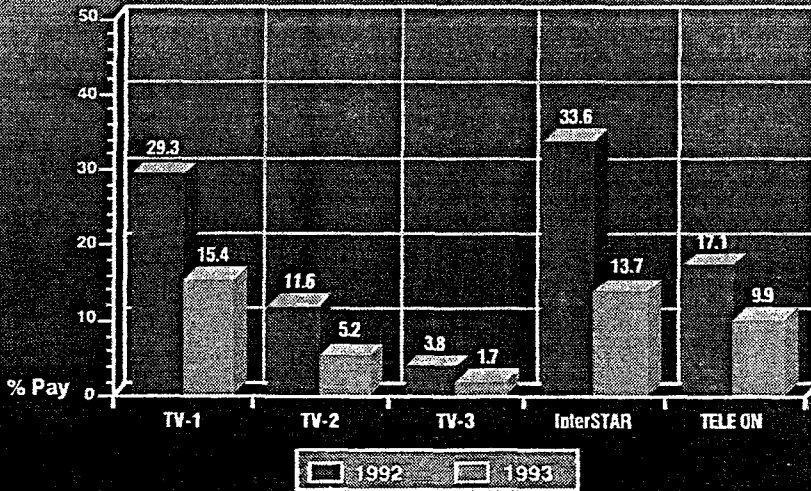
OCAK

KANALLARIN MEVCUT SEYİRCİDEN ALDIKLARI
% PAYLARIN ÖNCEKİ YIL İLE KARŞILAŞTIRILMASI



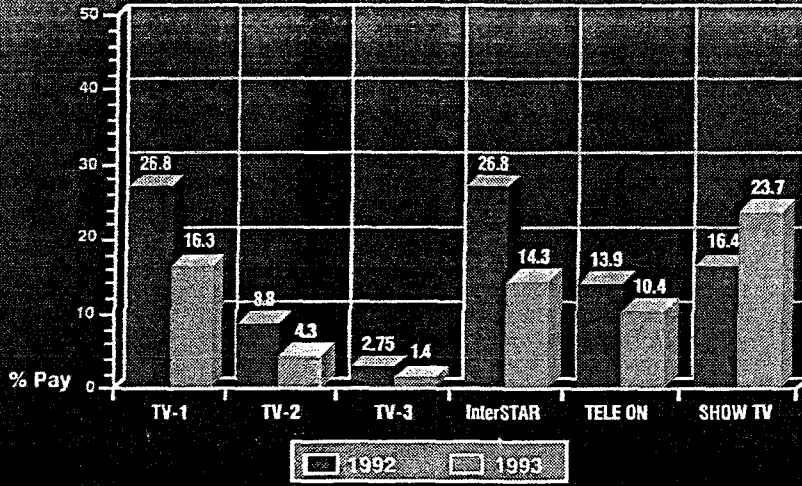
ŞUBAT

KANALLARIN MEVCUT SEYİRCİDEN ALDIKLARI
% PAYLARIN ÖNCEKİ YIL İLE KARŞILAŞTIRILMASI



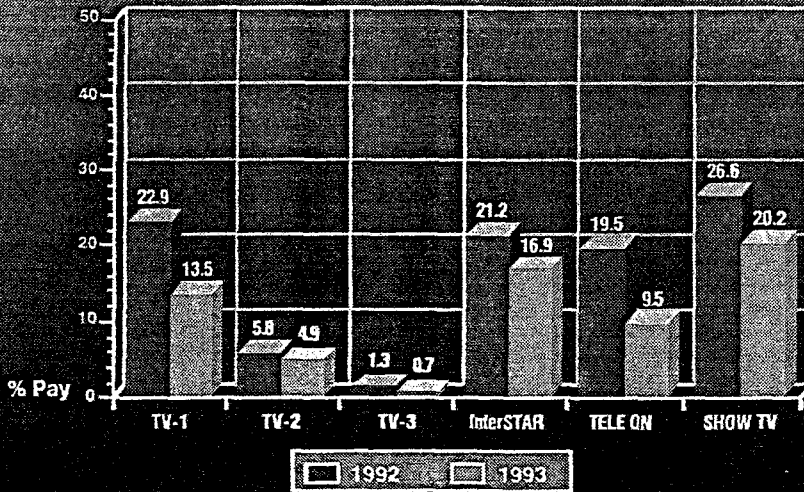
MART

KANALLARIN MEVCUT SEYİRCİDEN ALDIKLARI
% PAYLARIN ÖNCEKİ YIL İLE KARŞILAŞTIRILMASI



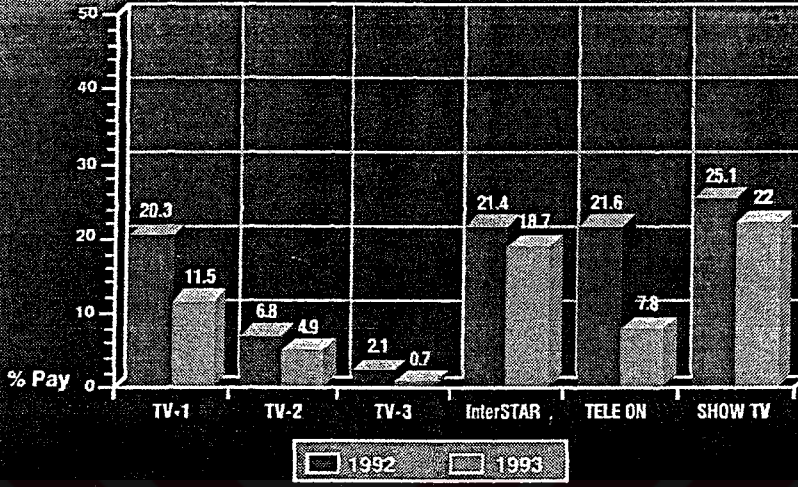
HAZİRAN

KANALLARIN MEVCUT SEYİRCİDEN ALDIKLARI
% PAYLARIN ÖNCEKİ YIL İLE KARŞILAŞTIRILMASI



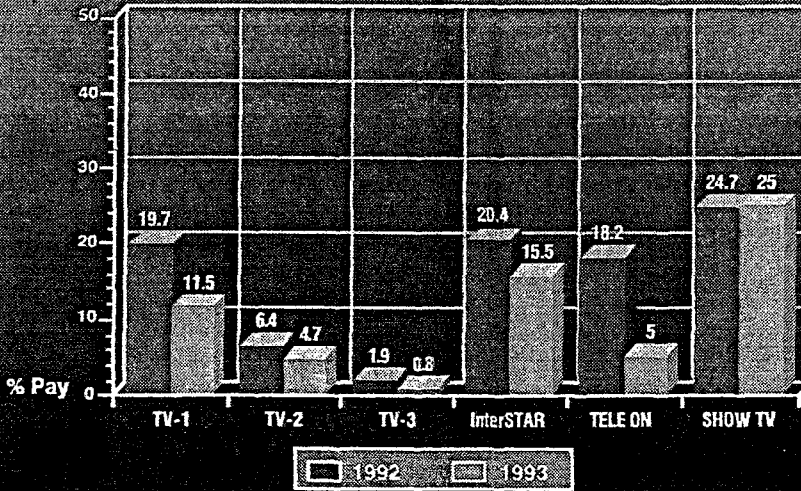
TEMMUZ

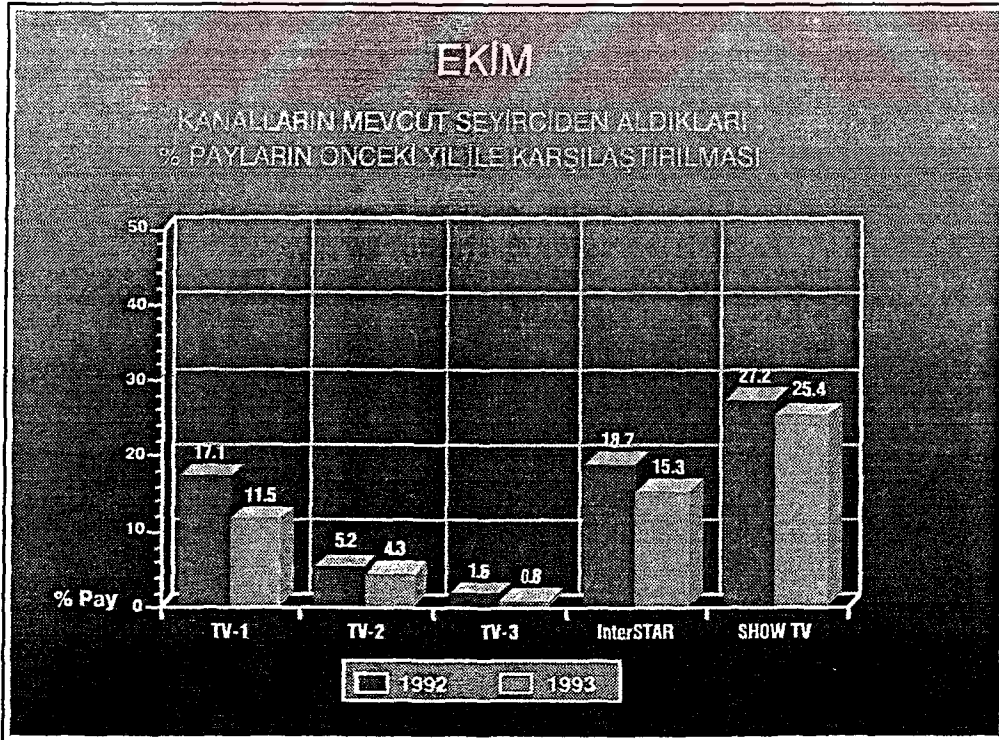
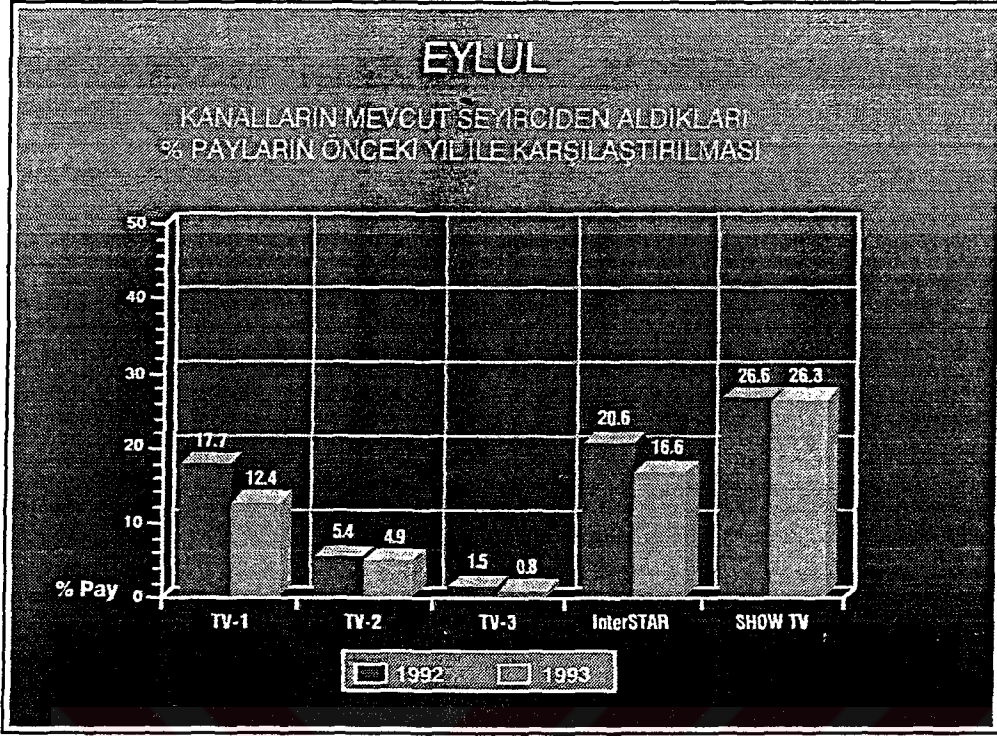
KANALLARIN MEVCUT SEYİRCİDEN ALDIKLARI
% PAYLARIN ÖNCEKİ YIL İLE KARŞILAŞTIRILMASI

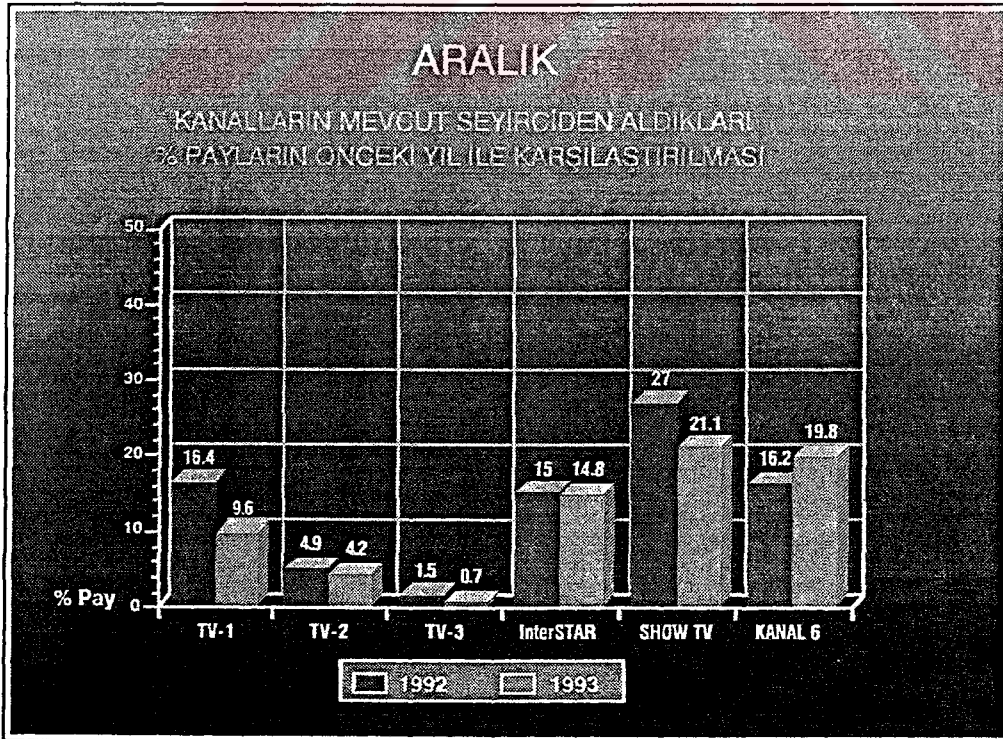
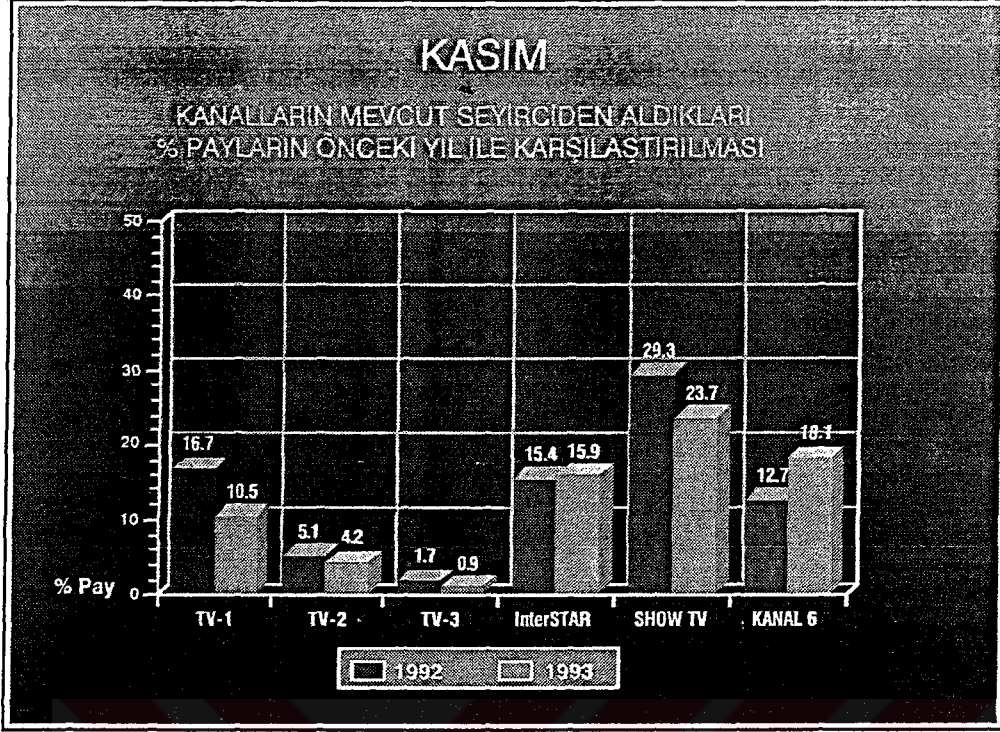


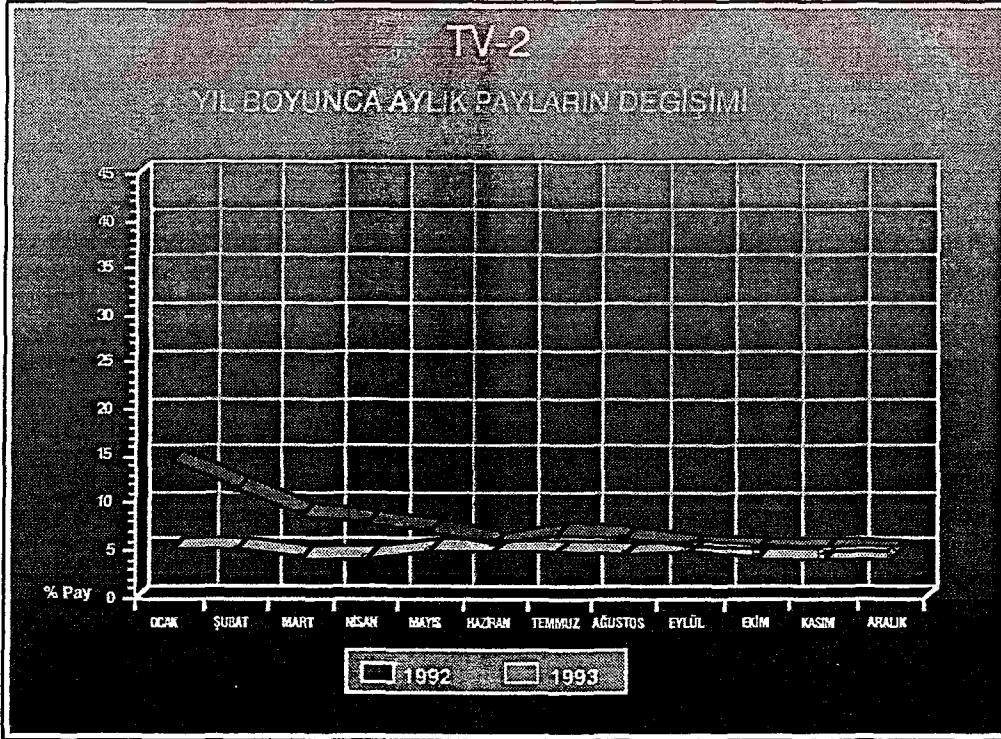
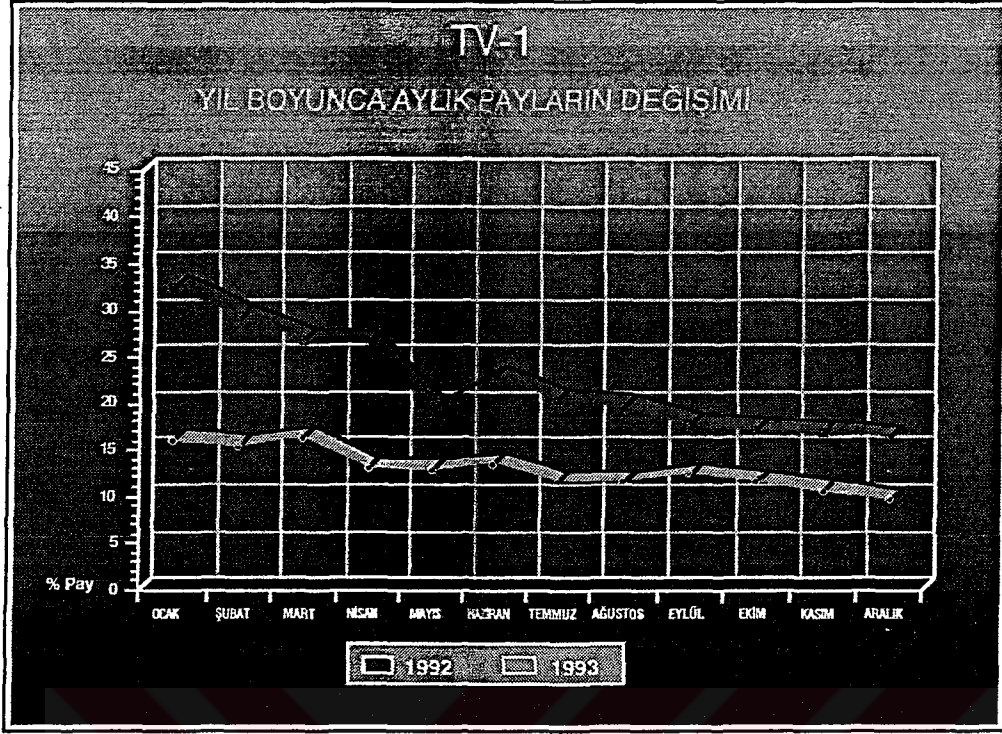
AĞUSTOS

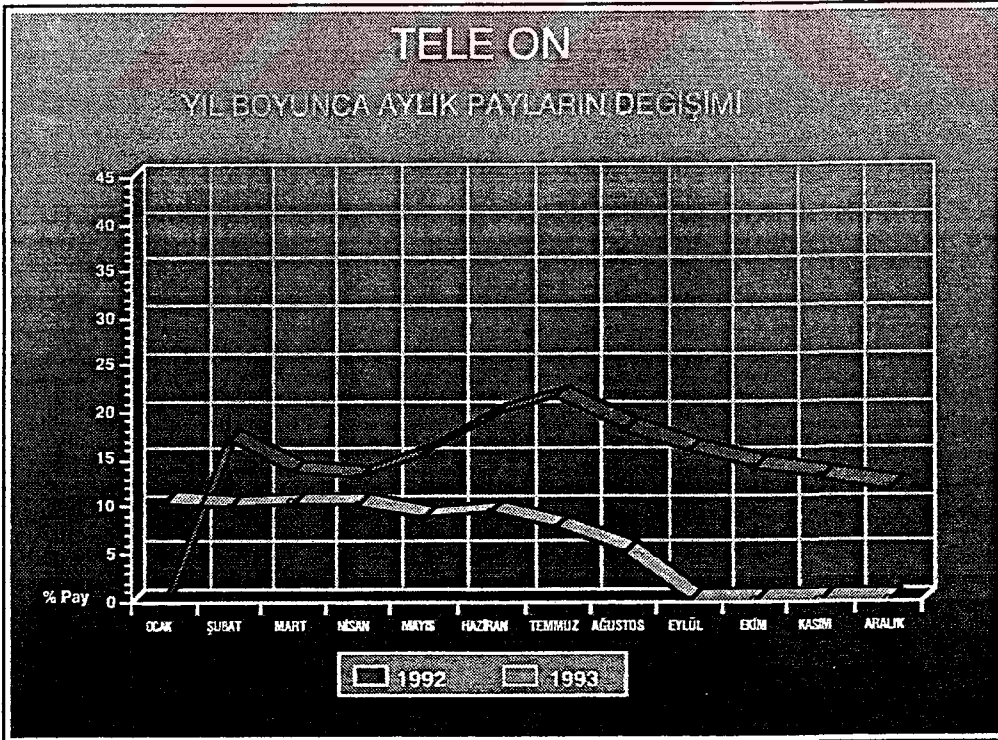
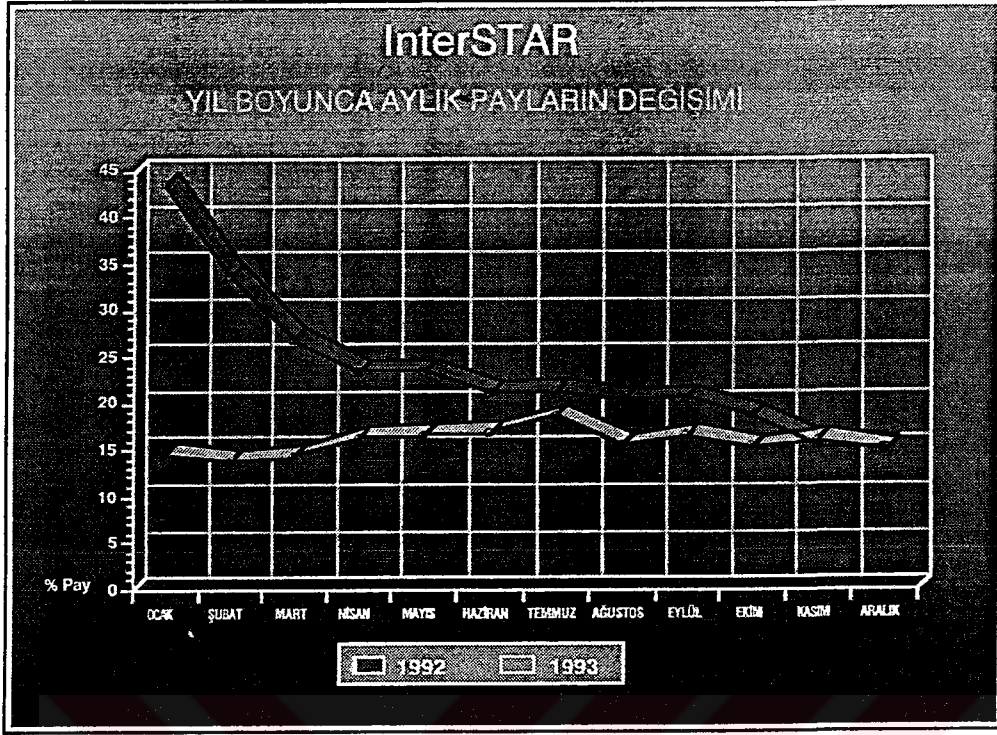
KANALLARIN MEVCUT SEYİRCİDEN ALDIKLARI
% PAYLARIN ÖNCEKİ YIL İLE KARŞILAŞTIRILMASI

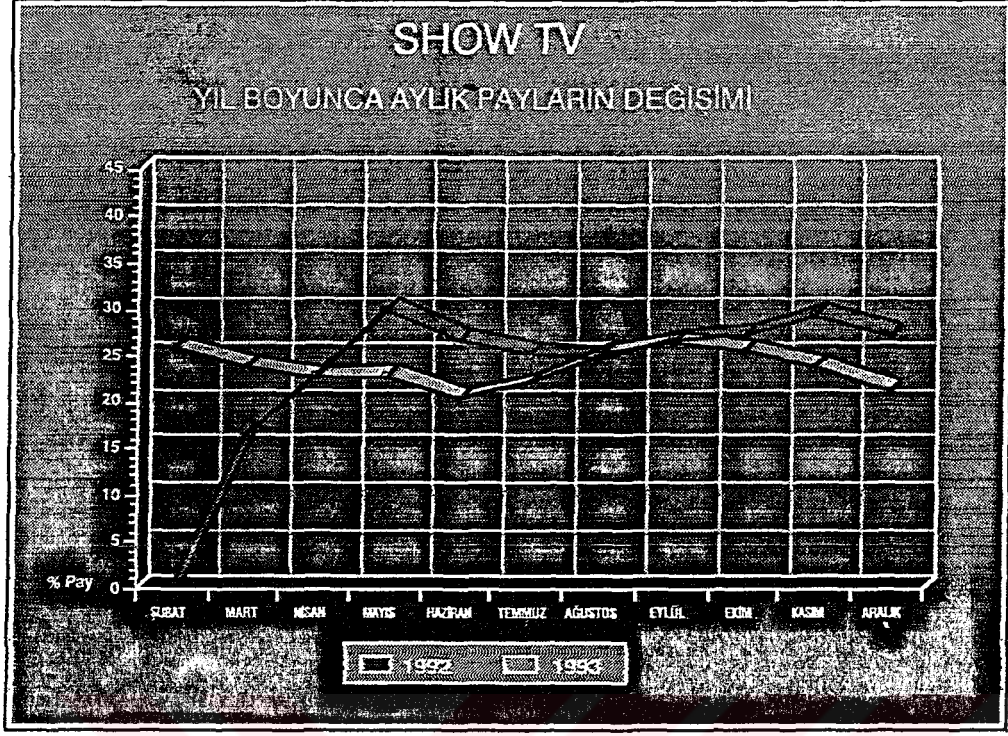












G) PROMOSYON VE LOTARYA

Medyanın söz konusu dönemde, geniş bir okuyucu ve seyirci kitlesine ulaşabilmek için, doğrudan basın faaliyeti ile ilgisi olmayan ancak hem kendi reklamını yapmak hem de gelir sağlamak amacıyla sürdürdüğü promosyon faaliyetleri ön plana çıkmıştır. Bu faaliyetler arasında, kupon toplamak gibi belirli koşullarla okuyucuya ödüller dağıtmak ya da dayanıklı tüketim malları ile ilgili kampanyalara girişmek en sık rastlanan promosyon türü oldu²²⁴.

Sabah gazetesi sahibi Dinç Bilgin'in "uyuşturucu alışkanlığına"²²⁵ benzettiği bu tür promosyona Türkiye'de ilk kez 1930'larda Cumhuriyet gazetesinin başvurduğu belirtilmektedir²²⁶.

Bir başka kaynağa göre, Ermenice olarak 1908'de çıkan Jamanak, aynı yıl kupon karşılığı Rumeli Demiryolları'nın tahvillerinin verilmesi için kampanya düzenledi²²⁷. Ancak, Türkçe yayınlanan gazeteler arasında ilk promosyonu 13 Haziran 1926'da Vakit gazetesi yaptı. Gazete, 15 kupon gönderenlere çekilişle kitap ve kalem verdi²²⁸.

Televizyonun yaygınlaşması ile 80'lere doğru hızlanan promosyon yarışı TRT Yönetim Kurulu'nun 3 Mayıs 1984'te Reklam Yönetmeliği'nde yaptığı değişiklikle, kültür dışı reklamların yasaklanmasıyla duruldu. Yasak, 12 Temmuz 1988 tarihinde yine TRT Yönetim Kurulu'nun yaptığı değişiklikle kalktı²²⁹. Bu konudaki yönetmelik değişir değişmez ilk atağı Sabah, "Bir daire ve bir market"

²²⁴ Güneş N. Berberoğlu, *Basın İşletmeciliği*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991, s. 41.

²²⁵ Kenan Akın, "Dinç Bilgin'den promosyonsuz da hodri meydan", *Baharlı Magazin*, Yıl: 3 Sayı:31, 15 Aralık-15 Ocak 1991-92, s. 15.

²²⁶ Murat Çorlu, "Promosyonlar tiraj patlaması yaptı", *Bizim Gazete*, Sayı: 31, Ocak 1993, s. 5.

²²⁷ Aşlı Ulusoy, "İlk promosyon ve Jamanak", *Cumhuriyet Dergi*, Sayı: 503, 12 Kasım 1993, s. 2.

²²⁸ "69 yıl önce bile promosyon", *Bizim Gazete*, 24 Kasım 1993, s. 4.

²²⁹ Güvençlik Görgülü, a.g.e., s. 73.

vereceğini açıklayarak yaptı²³⁰. Bu değişiklik, Asil Nadir'in Veb Ofset grubunu satın aldığı zamana rastlaması bakımından, oldukça ilgi çekicidir.

Akide şekerinden süte, otomobilden uçağa kadar her türlü armağanın verildiği dönemde, bu promosyonları duyurmak için gazetelerce, sadece televizyona 1989'da 37, 1990'da 70, 1991'de 112 milyar lira reklam parası ödendi²³¹. Yarış doğal olarak, promosyonun gazete girdileri içindeki payını yükseltti. Promosyon, yüzde 28.81'lik payla, kağıttan sonra ikinci büyük girdi oldu²³². Promosyondaki artış, birim gazete başına kârı, 1965 yılındaki yüzde 16.43 düzeyinden yüzde 1.95 düzeyine çekti²³³.

Lotarya reklamlarının yasak olduğu 1985'te gazetelerin TV'ye verdikleri reklamlar, tüm reklamların parasal toplamının yüzde 6.204'ü, toplam sürenin yüzde 8.53'ü düzeyindedir. Lotarya reklamının serbest bırakılmasından sonra parasal oran yüzde 13.97'ye, süre ise yüzde 28.03'e yükseldi²³⁴.

Sabah gazetesi Genel Yayın Müdürlüğü'ne geldiği sıralarda gazeteleri "deterjan firmalarına" benzeten ve gazetenin tirajını reklamlarla korumayacaklarını²³⁵ belirten Zafer Muthu, daha sonra "Promosyon her olayda olduğu gibi gazeteler için de bir pazarlama yöntemidir. Gazeteler daha çok okuyucuya ulaşmak için promosyon yapar, bu da doğaldır" görüşünü savundu²³⁶. Muthu, gazetelerin promosyon nedeniyle satışlarını artırdığını, sonuçta insanların bir şeyler okuduğunu, alınan gazetenin bir köşeye atılamayacağını belirtti²³⁷.

²³⁰Ender Arol, *Özel'e Laf Söyletmem Arkadaş*, s. 187.

²³¹Okay Güneşin, "1991 Bilişçesi (2)", Cumhuriyet'ten Okurlara, *Cumhuriyet*, 13 Ocak 1992, s. 2.

²³²Ziya Nebioğlu, "Aysberg'in altında yatanlar", *Bizim Gazete*, Sayı. 15, Eylül 1991, s. 6.

²³³Güvenç Gökçü, a.g.e., s. 63.

²³⁴a.g.e., s. 76.

²³⁵Semir Karagöz, a.g.e.

²³⁶Fazilet Yolileri, "Muthu: Gazetecilere para yardım çok ayıp", *Baharlı Magazin*, Yıl: 3 Sayı: 25, 15 Haziran-15 Temmuz 1991, s. 13.

²³⁷a.g.e.

Gerçekten de gazete tirajlarında önemli artışlar meydana geldi, ilk kez bir gazete, Türkiye, 1990 Aralık ayında 1 milyon 230 bin tiraja ulaştı²³⁸. Deterjan verdiği gün, Sabah gazetesinin satışı 2.5 milyona²³⁹, toplam gazete satışı Hürriyet'in de dış macunu vermesiyle 5 milyon 142 bine vardı²⁴⁰. Promosyonun terkedildiği sürelerde, gazetelerin tiraj kayıplarına uğradığı da gözlemlenmektedir. 1991 yılı başında promosyonların desteğinde gazetelerin toplam satışı 4 milyon 675 bine varırken, yıl sonuna doğru 3 milyon sınırına indi. Kaybedilen okuyucu kitlesi 1.5 milyon dolayındadır²⁴¹. Gazetelerin, promosyon yaparken okuyucu kaybettikleri de görüldü²⁴². Ancak yükselen tirajlar, gazetelerin reklam paylarını artırdı. Sabah, Hürriyet ve Milliyet'in ansiklopedi promosyonu sırasında reklam alanları yüzde 16 ila yüzde 35 oranında yükseldi²⁴³.

Gazeteler arasındaki en şiddetli promosyon kampanyası, 1992 yılında ansiklopedi savaşları sırasında görüldü. 24 Ekim 1992 tarihinde, Sabah'ın okurlarına, Meydan Larousse'u vereceğini duyurmasıyla²⁴⁴ başlayan savaşa katılan Hürriyet ve Milliyet de birinci sayfalarını haber yerine promosyona ayırdı²⁴⁵. Gazetelere maliyeti 1.5 trilyonu bulan²⁴⁶ bu savaş nedeniyle, gazetelerin birbirlerine yönelttikleri okuyuculara kullanılmış araba verildiğine dek varan²⁴⁷ suçlamalar, tirajların önemli ölçüde artmasına yol açsa da²⁴⁸, basının saygınlığını ve güvenilirliğini²⁴⁹ olumsuz yönde etkiledi. Bu konuya ilişkin araştırmalara, Basın Özgürlüğü bölümünde "Aleyhte Araştırmalar" başlığı altında değinilecektir.

²³⁸Niyazi Ökten, "1990'da Türk basını", *Bizim Gazete*, Sayı: 11, Mayıs 1991, s. 6.

²³⁹Alican Değer, "Savaş battaları gömüldü", *Nokta*, Yıl: 11 Sayı: 11, 7-13 Mart 1993, s. 49.

²⁴⁰Murat Çorlu, a.g.e.

²⁴¹Ziya Nohioğlu, a.g.e.

²⁴²Oğuzhan Kavaklı, a.g.e., s. 191.

²⁴³Metin Güllübay, "Bu kadarı yetmez savaşı", *Nokta*, Yıl: 11 Sayı:31, 25-31 Temmuz 1993, s. 35.

²⁴⁴"Gelmiş geçmiş en büyük kültür hizmeti", *Sabah*, 24 Ekim 1992, s. 1.

²⁴⁵Mehmet Güç, "Basında ansiklopedi savaşı", *Nokta*, Yıl: 10 Sayı: 49, 29 Kasım-5 Aralık 1992, s. 61.

²⁴⁶Murat Çorlu, "Ansiklopedi savaşı kızıştı", *Bizim Gazete*, Sayı: 30, Aralık 1992, s. 9.

²⁴⁷"Bukvadaki tabela gazetesi", *Hürriyet'ten*, *Hürriyet*, 25 Temmuz 1994, s. 3.

²⁴⁸Mehmet Güç, a.g.e., s. 62.

²⁴⁹"Güvenilirlik ciddi şekilde sarılıyor", *Bizim Gazete*, Sayı: 30, Aralık 1992, s. 9.

Promosyon savaşının verdiği hem maddi hem de manevi zarar, medya kuruluşlarını zaman zaman biraraya gelerek bu konuya çözüm bulmaya itti. 1989 yılında çözüm arayışlarına "Nereye kadar promosyon?" toplantıları²⁵⁰ ile başlayan gazeteler, ilk önemli ateşkesi 1 Mart-1 Eylül 1993 tarihleri arasında yaptı²⁵¹. Ancak, Eylül ayından itibaren "ikinci ansiklopedi savaşı" başladı²⁵².

Promosyon, televizyonların da seyirci çekmek için başvurduğu önemli yollardan birisi oldu. Magic Box, 1990 yılını 1991'e bağlayan gece özel otomobil çekilişi yaptı²⁵³. Zamanla diğer televizyon kanalları da, seyircilerin telefon aracılığıyla katılabileceği bol ödüllü yarışmalar düzenledi.

H) BASININ SAYGINLIĞI

Medyanın, toplumun gözünde değer kaybetmesine yol açan kavgalardan en büyüğü, Interstar adlı televizyon kuruluşu ile Hürriyet gazetesi arasında, 1993 Eylül ve Ekim aylarında meydana geldi. Her iki kuruluş, birbirlerinin sahiplerini altın, döviz ve vergi kaçakçılığı ile suçladı, çeşitli dosyalar ortaya attı, daha sonra bu suçlamalara kişilerin özel hayatları da katıldı²⁵⁴. Milliyet gazetesinin, Interstar'ın konuyla ilgili ilanlarına sayfalarında yer vermesiyle bir anlamda taraf olduğu²⁵⁵ kavga sırasında Sabah gazetesi, birinci sayfasının tümünü "Söz veriyoruz" başlığı ile yayınladığı bir mesaja ayırdı. Gazete, haberi herhangi bir mal saymayacağını, cevap ve düzeltme hakkına sahip çıkacağını, kendi çıkarının kavgasını yapmayacağını, geleceğe kurulu

²⁵⁰"Basm lotaryaya çare arıyor", *Babıali Magazin*, Yıl: 1 Sayı: 4, Eylül 1989, s. 8.

²⁵¹Alican Değer, a.g.e., s. 48.

²⁵²"İkinci ansiklopedi savaşı", *Bizim Gazete*, Sayı: 38-39-40, Ağustos-Eylül-Ekim 1993, s. 13.

²⁵³Hülya Yengin, a.g.e., s. 130.

²⁵⁴"Savaş masıl başladı", *Bizim Gazete*, Sayı: 38-39-40, Ağustos-Eylül-Ekim 1993, s. 3.

²⁵⁵"Hürriyet, Gazete İşverenler Sendikası Yönetimi'nden çekildi", *Hürriyet*, 4 Ekim 1993, s. 27.

çıkarıcı bir anlayışla dosya biriktirmeyeceğini, insanların özel hayatına saldırıyı kendi iç denetimi ile önleyeceğini duyurdu²⁵⁶.

Daha sonra, Basın Konseyi'nin çağrısı üzerine, biraraya gelen medya kuruluşlarının temsilcileri, 31 Ocak 1994 tarihinde Sabah gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Zafer Mutlu tarafından hazırlanan taslaktan yola çıkan bir uzlaşma bildirisi imzaladı²⁵⁷. Bildiride; halkın doğru haber alma, gazeteciliğin özel amaç ve çıkarlara alet edilmemesi, insanların özel hayatına saygı gibi temel konulara değinilirken, "...basın(ın)... saygınlığının(ın) meslek içi kavgalar, çekişmeler ve karalamalarla bozulmaması için gereken dikkati göstermek hepimizin görevidir... Kendi aramızdaki rekabeti ürün kalitesi dışına çıkarmayacağımız; birbirimizin promosyon kampanyaları konusunda kötüleme yoluna başvurmayacağımız, birbirimiz hakkında kamuoyunun bilmesi gereken ve haber niteliği taşıyan bilgileri vermeye devam edeceğimiz... herkes tarafından bilinmelidir" denildi²⁵⁸.

Bu bildiri, yine de özellikle köşe yazarları arasındaki polemiklerdeki hakarete varan sözleri engellemeye yetmedi. "Fikir özgürlüğü değil, küfür özgürlüğü"²⁵⁹ yakıştırmaları yapılan bu kavgalarda, Uğur Mumcu-Çetin ve Ahmet Altan, Emin Çölaşan-Çetin, Ahmet ve Mehmet Altan, Emin Çölaşan-Mehmet Barlas, Emin Çölaşan-Mehmet Ali Birand, Mehmet Barlas-Güngör Mengi, Zafer Mutlu-Çetin Ermeç, Hikmet Çetinkaya-Fehmi Kuru gibi yazarların tartışmalarına tanık olundu. Bu kavgalarda ideolojik tartışma yerine, dönme, it, Babıali köçeği, onursuz megalçak, liboş, erkek papatya, itirafçı ajan, yumuşak, alkolden beyni sulanmış, satılık kalem,

²⁵⁶"Söz veriyoruz", *Sabah*, 8 Ekim 1993, s. 1.

²⁵⁷"Basın tarihinde önemli belge", *Özgür Basm*, Yıl: 6, Sayı: 57-58, Ocak-Şubat 1994, s. 2.

²⁵⁸"Basında uzlaşma bildirisi", a.g.e., s. 1.

²⁵⁹Nihal Mente Üa ve Soyda Taluk, a.g.e., s. 16-25.

köşk yazarı, yağdanlık, alık gibi sıfatlar kullanıldı. Söz konusu tartışmalar, aynı gazete bünyesinde komşu köşelerde de yaşandı²⁶⁰.

Bu dönemde özellikle 1990'larda, "medya terörü" deyimini ortaya atıldı. Burada, medyanın çeşitli kişi ve ekonomik ve siyasi kuruluşlar nezdinde, bir nevi şantaj politikası uyguladığı yolunda görüşler ortaya atıldı. Asıl amacın, bu yolla reklam geliri elde etmek olduğu iddia edildi. Bu konuda, Nezih Demirkent şöyle yazmaktadır²⁶¹:

"Bir de basının işadamları üzerinde estirdiği öylesine bir terör vardır ki, buna karşı çıkmak imkansız hale gelmiştir. Bu söylediklerimize daha açıklık getirmek gerekirse, maalesef basın dünyasında yer alan gazete ve televizyon istasyonları son zamanlarda şantaj yapmaya da yönelmişlerdir. Bunu açıkça yazan gazeteler de vardır. İşadamlarının önemli bir bölümü, medyaya reklam adı altında bir para vermeyi kendileri için zorunlu görmektedir. Aksi takdirde o gazetelerin hışmına uğramaktadır. Bunu önlemenin yolu da gazete sahip ve yöneticileriyle yakın dostluklar kurmaktır. Davetler bunun için yapılmaktadır, özel beyanatlar bu yüzden verilmektedir, hatta bazı gazetelere özel haber bile aktararak adeta fahri birer muhabir olmuşlardır."

İ) GAZETE FİYATLARI

Promosyon dışında satışı etkileyen bir başka konu da gazete fiyatlarıdır.

1980-89 yılları arasında ortalama fiyat artışı 21.6 kat olurken, gazete satış fiyatları 80 kat arttı. Ancak, bu süre içerisindeki temel girdi olan kağıttaki fiyat artışı da 106.9 kat

²⁶⁰ "Hürriyet'te köşe savaşı", *Cuma*, Sayı: 96, 15-21 Mayıs 1992, s. 43.

²⁶¹ Nezih Demirkent, *Medya Medya*, İstanbul, Dünya Yayınları, 1993, s. 198.

olarak gerekleřti²⁶². 1983 Ocak ayında 30 lira olan gazete fiyatı²⁶³, Temmuz 1994 itibarıyla 10 bin liradır.

Yapılan bir araştırmaya göre, toplumun yüzde 60.8'i aldıkları gazete sayısının azalmasına gerekçe olarak fiyatlardaki artışı göstermektedir. Ankete katılan milletvekillerinin tümü, sürekli gazete okuyucusudur.²⁶⁴

J) DAĞITIM şİRKETLERİ

Basın şİletmeleri için dağıtım faaliyeti de yaşamsal bir önem arz etmektedir²⁶⁵.

"Dağıtım şirketlerinin arasındaki rekabetin kaldırılarak şİbirliği sağlanması daha akılcı olduğu"²⁶⁶ görüşlerine rağmen, dağıtımı kontrol isteği bu şİbirliğini engelledi. 1959 yılında büyük gazeteler tarafından kurulan GAMEDA'yı (Gazete Mecmua Dağıtım) 1963 yılında Hr Dağıtım izledi²⁶⁷.

Uzun yıllar bu iki şirketin denetimindeki dağıtım, 1991 yılının ikinci yarısında Hürriyet ve Sabah grupları tarafından kurulan Birleşik Basın Dađıtım²⁶⁸ şirketi ile GAMEDA'nın şİlevini yitirmesinden sonra Milliyet ve Türkiye gazeteleri öncülüğünde, 1992'nin son aylarında kurulan²⁶⁹ YAYSAT'a (Yayın Satış Pazarlama ve Dağıtım Aş) geçti.

²⁶² Güventürk Gngll, a.g.e., s. 62.

²⁶³ Erkan Nigiz, "SEKA, basma ayak uyduramadı", *Bizim Gazete*, Sayı: 20, şubat 1992, s. 6.

²⁶⁴ Cemalettin zdoğan, a.g.e., s.167 ve 127.

²⁶⁵ Güneş N. Berberoğlu, a.g.e., s. 39.

²⁶⁶ Selami Akpınar ve diğ. (haz), *İletişim Olayları ve Türk Basınına Sorunları*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1984, s. 214.

²⁶⁷ a.g.e., s. 208.

²⁶⁸ "Sabah Hürriyet ortak dağıtım şirketi", *Babıali Magazin*, Yıl: 3 Sayı: 29, 15 Ekim-15 Kasım 1991, s. 8.

²⁶⁹ Arsal Tüzüner, "1993, YAYSAT'ın ağdaş yayım pazarlama yılıdır", *Interpress Posta*, Yıl: 1 Sayı: 2, Mart 1993, s. 3.

Hürriyet gazetesinin, Aydın Doğan tarafından satın alınmasıyla, 1994 Ağustos ayında Hürriyet Grubu yayınların dağıtımını da YAYSAT tarafından üstlenildi²⁷⁰.

K) İKİTELLİ

1983 sonrası en önemli gelişmelerden biri de, gazetelerin Babıali yani Cağaloğlu dışına taşınması oldu.

Kağıt ve dağıtım kamyonlarının trafiği tıkaması, basın bir sanayi olduğu, gazetelerin bir turizm bölgesinde bulunduğu gibi gerekçelerle Güneşli-İkitelli-Mahmutbey çevresine gerçekleşen ve "Koskoca Babıali'nin tüm anılarıyla birlikte yok olmasına yol açan"²⁷¹ bu taşınmanın öncülüğünü Sabah^{**} yaptı.

Sabah Grubu, 1986 yılının son günü satın aldığı arsada Medya Plaza'nın temelini Temmuz 1987'de attı, 1990'da bu tesise taşındı²⁷². 1 Ekim 1992'de temeli atılan Doğan Medya Center (Milliyet) ise, 30 Temmuz 1993'te tamamlandı²⁷³.

Ağustos 1991'de temeli atılan Türkiye gazetesi tesisleri, 1993 yılı içinde faaliyete geçti²⁷⁴. Arsasını 1986'da satın alan²⁷⁵ Hürriyet'in 46 yaşına 1993'te yeni tesislerinde girdi²⁷⁶.

Gazeteler, yeni binalarına önce matbaalarını taşıdı. Taşınmaların "arkadaşlık, dostluk, dayanışma, yardımlaşma ve ruhun kaybolmasına neden olduğu"²⁷⁷ Babıali'de,

²⁷⁰ "YAYSAT'ta kaynaşma gecesi", *Hürriyet*, 30 Temmuz 1994, s. 20.

²⁷¹ Rauf Tamer, "Bizim Yokuş", *İstanbul Bayramı*, 12 Haziran 1992, s. 3.

^{**} Her ne kadar Sabah gazetesi, Mecidiyeköy'de kurulmuşsa da şehir içi bir mekanda olması dolayısıyla Cağaloğlu'nun bir parçası sayılmaktadır. MS.

²⁷² Metin Mibir, a.g.e., s. 181.

²⁷³ "Doğan Medya Center", *Yapı*, Sayı: 149, Nisan 1994, s. 58.

²⁷⁴ "Türkiye gazetesi yeni tesislerinin temelini attı", *Bizim Gazete*, Sayı: 15, Eylül 1991, s. 11.

²⁷⁵ Metin Mibir, a.g.e., s. 180.

²⁷⁶ "Hürriyet 46. yaşına yeni tesislerinde girdi", *Bizim Gazete*, Sayı: 34, Nisan 1993, s. 7.

²⁷⁷ Rauf Tamer, a.g.e.

Temmuz 1994 itibarıyla ulusal çapta yayın yapan Cumhuriyet gazetesi faaliyet göstermektedir.

L) CİNAYETLER

1983-1993 yılları, gazetecilere yönelik saldırıların arttığı bir dönem oldu. Söz konusu dönemde aralarında Çetin Emeç (1990), Turan Dursun (1990), Musa Anter (1992), Uğur Mumcu (1993) gibi isimlerin de yer aldığı 25 gazeteci öldürüldü, 274 gazeteci saldırıya uğradı²⁷⁸. Öldürülenlerden birinin dışında, diğerlerinin katilleri bulunamadı²⁷⁹. 1988 sonrası öldürülenlerin ve saldırıya uğrayanların önemli bir bölümünün, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde görev yapanlar olduğu dikkati çekmektedir. Başbakan Süleyman Demirel'in öldürülenler için "gazeteci kılığındaki militanlar"²⁸⁰ şeklindeki suçlaması üzerine, Basın Konseyi tarafından oluşturulan kurul, 1992 yılı içinde öldürülen gazetecilerin durumlarını inceledi, "öldürülmelerin kesinlikle gazetecilere yönelik bir saldırı sayılması gerektiğini"²⁸¹ belirtti. Demirel'in bu iddiasıyla birlikte gazeteci kimliği de sorgulandı, kimlere gazeteci denilmesi gerektiği üzerinde tartışmalar yapıldı. ***

M) SENDİKASIZLAŞTIRMA

Bir yanda gazeteci kimliği üzerindeki tartışmalar yapılırken, bir yanda da gazete çalışanlarının hızla sendikasılaştırılması gündeme geldi. Gazete sahiplerinin

²⁷⁸ "30 Şehidimiz var", *Bizim Gazete*, Sayı: 27, Eylül 1992, s. 3 ile *Basın Konseyi Faaliyet Raporu (1992)* ve (1993), İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1993 ve 1994.

²⁷⁹ *Basın Güncesi*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1994, s. 4.

²⁸⁰ Oktay Ekşi, "Tarih tekeri mi odıyor?", *Gündün Yazısı, Hürriyet*, 13 Ağustos 1992, s. 1.

²⁸¹ *Basın Konseyi Faaliyet Raporu (1992)*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1993, s. 7.

*** Gazeteci kimdir tartışması konusunda geniş bilgi için; *Gazeteci Kimdir*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1993.

1990'lı yıllardan itibaren, taşeronlaşma sistemiyle sendikasılaştırma girişimlerini, sektörde faaliyet gösteren Türkiye Gazeteciler Sendikası'ndan istifa ettirme operasyonları izledi²⁸². TGS, bu nedenle aynı zamanda Türkiye Gazete Sahipleri Sendikası Başkanı olan Aydın Doğan'ı suçladı ve gazetesi Milliyet için boykot çağrısı yaptı²⁸³. Kıdem tazminatı yükünden kurtulmak isteyen gazete sahiplerinin, 212 sayılı yasaya göre çalışan fikir işçilerini, 1475 sayılı yasa kadrosunda çalıştırma yönünde baskı yaptıkları²⁸⁴, 212'de çalışanların bir bölümünün ise işletme bünyesinde kurulan haber ajansı gibi şirketlerde istihdam ettiği görüldü²⁸⁵.

Son olarak Hürriyet gazetesi sahipliğinin Milliyet'e geçmesiyle, sendikasılaştırma operasyonunun bu gazetede de başladığı bizzat Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök tarafından itiraf edildi²⁸⁶. Bu gelişmeler TGS'nin etkinliğini olumsuz yönde etkiledi. Emin Çölaşan, bu durumu şöyle açıklamaktadır: "En büyük gazeteler bile çalışanlarının sendikadan istifa etmesini istiyor. Ve istifalar gerçekleşiyor. Çünkü gazetecinin hiçbir güvencesi yok."²⁸⁷ Çağdaş Gazeteciler Derneği Güney Marmara Şubesi'nin Bursa'da çalışan 50 üyesi arasında yaptığı ankette, gazetecilerin yüzde 73'ünün mesleki açıdan kendisini güvencede hissetmediği ortaya çıktı²⁸⁸.

Gazete çalışanlarının önemli bir bölümü bu tür güvence sıkıntısı çekerken, 1980'li yıllar basında transferler ve yüksek ücretler döneminin bir kez daha açıldığına, 1982 yılında Güneş gazetesinin yayına başlamasıyla²⁸⁹ tanık oldu. Özel televizyon

²⁸²TGS 1989-1992 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu, İstanbul, TGS Yayınları, 1992, s. 112.

²⁸³TGS; Milliyet'i boykot çağrısı yaptı", *Cumhuriyet*, 12 Ocak 1992, s. 3.

²⁸⁴Seral Çelik, "Babıali'yi daha karanlık günler bekliyor", *Sosyal Demokrat*, Sayı: 39, Temmuz 1991, s. 22.

²⁸⁵"Basm işkolunda sendikasılaşma hızla yayılıyor", *Türk-İş*, Ağustos 1991, s. 23.

²⁸⁶"Hürriyet sendika düşmanlığı yapıyor", *Cumhuriyet*, 11 Ağustos 1994, s. 17.

²⁸⁷Emin Çölaşan, "Basında Sömürü", *İstanbul Bayram*, 13 Haziran 1992, s. 4.

²⁸⁸"ÇGD anketinde ilginç sonuç", *Cumhuriyet*, 13 Mayıs 1992, s. 4.

²⁸⁹Selami Akpınar ve diğ., a.g.e., s. 246.

kanallarının açılması da ücretlerin yükselmesine yol açtı, ancak yine de çalışanlar arasında ücret uçurumu oluştu²⁹⁰.

Gazetelerde ücretler arasındaki uçurum dikkate alınmazken, teknolojik yatırımlara büyük ağırlık verildi. 1980'li yıllarla birlikte başlayan, bilgisayarla gazete hazırlama faaliyeti, yaygınlık kazanırken, matbaalar saatte 190 bin gazete ve 60 bin dergi basabilecek kapasitedeki makinelerle donatıldı²⁹¹.

Asil Nadir'in zora düşmesiyle birlikte gazetelerinde maaş dağıtılamaması, birçok gazetecinin işsiz kaldığı bir sonucu da doğurdu. Bu dönemde yaklaşık 2 bin gazetecinin işsiz kaldığı belirtilir ve bunun bir kriz olduğu görüşü savunulurken, sektörde genel anlamda bir kriz olmadığı, sadece birkaç gazetenin zorda olduğu görüşü de ileri sürüldü.

N) KONSEY HAREKETİ

Ayrıntılarına ilerideki bölümlerde girilecek Basın Konseyi'nin 6 Şubat 1988'de kurulduğu²⁹² 10 yılın önemli olaylarından bir diğeri de 1975'teki II. Türk Basın Kurultayı'ndan 17 yıl sonra 1992 yılında ÇGD'nin öncülüğünde Basın Kurulayı '92'nin toplanmasıdır. Kurultayın sonuç bildirgesinde, basın özgürlüğü önündeki tüm engellerin kaldırılmasına ilişkin sözlerin bir an önce yaşama geçirilmesi istendi²⁹³.

²⁹⁰ Melih Aşık, "Medya", Açık Pencere, *Milliyet*, 29 Aralık 1993, s. 7.

²⁹¹ Metin Mümin, a.g.e., s. 181.

²⁹² *Basın Konseyi Faaliyet Raporu (6 Şubat 1988-6 Şubat 1979)*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1989, s. 25.

²⁹³ Metin Aksoy, *Basın Kurulayı '92*, s. 229.

*"Demokratik bir rejimde,
basın yalan söylerse,
rejim de ölüme mahkum olur."*

Pierre LAZAREFF



BÖLÜM II

MEDYA, İKTİDAR, PARTİLER VE MECLİS



Medya ile politika arasındaki ilişki, başta sosyal bilimciler olmak üzere herkesi ilgisini çekmektedir. Medya, politikacının topluma mesajlarını iletebileceği en önemli mecradır. Buna karşılık, toplumun dilek ve isteklerinin politikacıya iletilmesinde yine medya ön plana çıkmaktadır. Politikacı ve medya birbirleri karşısında güç denemesi yapmaktadır. XIX. yüzyılda Amerika ve Avrupa'da medyanın, halkı ikna ve yönlendirme konusunda potansiyel bir güce sahip olduğu,

hatta demokratik gelişmeyi engellediği düşünöldü.¹ Aynı dönemde, matbaanın yıllar sonra girdiği Osmanlı İmparatorluğu'nda, ilk Türk gazetesi Takvim-i Vakayi de benzer bir inanışla, II. Mahmud'un buyruğu ile kuruldu. Gazetenin amacı, habercilik ve eğitimciliğin yanısıra, "devlet icraatının herkesce bilinip, buna uyulması ve böylelikle birliğin sağlanması, dolayısıyla kamuoyunun oluşturulması"² idi.

A) MEDYA AÇISINDAN

Medyanın görevi, temelde iktidarı denetlemek ve kamuoyunun sesi olmak şeklinde dile getirilmektedir. Yasama, yürütme ve yargıdan sonra "Dördüncü Güç" olarak tanımlanan medya, gazetelerin manşetlerinde "bağımsız" ya da eski deyimiyile "müstakil" sözünü kullanarak şablon haline getirdiği bu bağımsızlığına, tarafsızlığı da katmaktadır. Bütün medya kuruluşları, kamuoyunun önüne böyle çıkarken, bu amaca ne kadar yaklaşabilmektedir?

Bağımsızlık ve tarafsızlık, söz konusu medya kuruluşunun sahibinin mali gücüne, medya dışı iş yapıp yapmamasıyla doğrudan bağlantılıdır. Bağımsızlık bu anlamda sağlansa bile, herhangi bir medya kuruluşunun "tarafsız" olabileceğini ileri sürmek mümkün değildir. Çünkü, patronundan muhabirine, o medya kuruluşunda çalışan herkesin bir dünya görüşü vardır. Aynı görüşleri bire bir paylaşmasalar da, patronun ya da genel yayın yönetmeninin çizdiği çerçeveye uymak zorundadırlar.

Bu çerçevenin, politikacılarla örtüşmesi ortaya bir sorun çıkarmayacaktır. Ama farklı görüşlerde medya kuruluşları olduğunu göre, farklı görüşlerde de politikacılar olacaktır. Ve bu farklı görüşler de mutlaka çatışacaktır. Burada iki

¹Ronald Beckman ve Laura W. Kitch, *Politics in the Media Age*, New York, McGraw-Hill, 1986, s. 1.

²Alpay Kabacalı, *Türk Basınında Demokrasi*, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, 1994, s. 11.

gücün, medya ve politikacının güçlerini birbirleri lehine ve aleyhine kullanmaları gündeme gelecektir.

Konu medya açısından ele alındığında, karşılıklı bu ilişkiler gazetecilerin kişisel tutumlarında, başta iktidar olmak üzere siyasi partileri izlemelerinde kendini göstermektedir.

1) Gazetecilerin tutumları

İlk gazete ile birlikte başlayan ve günümüze kadar süren medyanın etkilenmesi, baskı altına alınması ve sansür edilmesi yolundaki girişim ve uygulamalara gazeteciler de çeşitli tepkiler gösterdi. Medya toplumda bir gözlemci olarak hareket eder, en azından böyle davranması gerekmektedir. Medya mensubu olayları açıklama ve siyasal kararlar gibi gelişmeleri kaydederek topluma yansıtır. Siyasal süreçte medyanın başka roller de üstlendiği görülmektedir.

Amerikalı araştırmacılar, Berkman ve Kitch,³ medyanın bu rollerini; gözlemcilik, katılımcılık ve katalizörlük olarak üç ana başlıkta incelemektedir. Medya mensubunun gözlemci rolü bellidir. Politika yapımı sürecinde gözlemlediği olayları haber verir. Medya mensubu, politika yapımında katılımcı da olmaktadır. Bu rolünü kamunun bir temsilcisi ve politika yapımcısı olarak üstlenmektedir. Bu amaçla, kamunun temsilcisi olarak iktidarın gözlemcisi-izleyicisi (watchdog), eleştiri yoluyla da politika yapımcısı görevini yerine getirmektedir. Gözlemciliğe (watchdog), hem haberlerde hem de köşe yazıları ve yorumlarda, politika yapımına ise, ağırlıklı olarak köşe yazısı ve yorumlarda rastlanılmaktadır. Politika yapımcısı bu yorumcular, yazılarında gayri resmi danışmanlar olarak çalışmaktadır. Bu "görev" ifa edilirken de, kamuoyunun sert tepkisinin yumuşatılması ve iktidarların yanlışlıklarının önlenmeye çalışılması ile bir nevi katalizörlük yapılmaktadır.

³Ronald Berkman ve Laura W. Kitch, a.g.e., s. 197.

Medya mensupları, politik haberleri izlerken çeşitli yöntemler kullanmaktadır. Politik haber izlenmesinde, medya mensubunun, politik ve sosyal taraflılığı yani ideolojik yapısı birinci derecede etkili olmaktadır. Medya mensubunun üye olduğu medya meslek örgütünün yapısı, olaylar karşısında koyduğu politik tavır da hem gazeteciyi hem de politikacıyı etkilemektedir. Medya mensuplarının politika ve politikacılarla, ister lider düzeyinde olsun, ister milletvekili, yakın ilişkisi bir süre sonra onu doğrudan politika üreticisi haline sokabilmektedir.

a) Politik ve sosyal taraflılık

Medya mensupları, içinde doğdukları sosyo-ekonomik ve siyasal/ideolojik ortamın ürünüdürler. Onlardan etkilenecek ve onların güdümünde biçimlenirler. Ama, bu koşullara direnebilirler de. Buradaki etkileşim diyalektiktir.⁴

Muhabirler, şefler, editörler, yapımcılar, anchormenler, genel yayın yönetmenleri ve patronlar, ideolojik yapılarını, politik görüşlerini habere aksettirirler. Ayrıca haber toplama süreci, sadece profesyonellerin ideolojileri ile değil, haber organizasyonunun kapitalist merkezli yapısından da etkilenir. Belirli konular, bu haber profesyonellerine patronları tarafından dikte ettirilebilir. Çünkü, medya yöneticilerinin, patronların çıkarlarını korumak gibi bir görev üstlendikleri gözlenmektedir..

Medya, politikanın merkezindedir ve medya kuruluşları ile gazeteciler kendi çıkarlarının politik aktörleri olarak çalışmaktadır. Medya mensuplarının, haberlerin oluşturulması sırasında başvuracakları kaynaklar, kendi politik düşüncelerine göre belirlenebilmektedir.

⁴ Ahmet Oktay, *Toplumsal Değişim ve Basın*, İstanbul, BFS Yayınları, 1987, s. 36.

Oktay Ekşi, bu konuda şu saptamayı yapmaktadır: "Bir sosyal demokrat kimliğe sahipseniz, temel sorunların yanıtını o doğrultuda ararsınız. O zaman siz, temel politik çizgiye sahip insan sıfatıyla ve çözümleri o eksenle bağlantı içinde ortaya koyarsınız."⁵

Gazeteci-yazar Cengiz Çandar da, "Bir kere, hiçbir gazetecinin 'pür' anlamda 'objektif' olabilmesi mümkün değildir. O anlamda, her gazeteci 'sübjektiftir. Olayları, ister istemez, yetiştirme tarzı, eğitimi, deneyleri ve birikiminin imbiğinden geçirerek kendi bile farkında olmadan, 'subjektif' bir prizmadan bakarak yansıtır" demektedir⁶.

Gazeteci-yazar Fatih Çekirge, gazetecilerin artık hükümet ya da iktidar oyunlarının iyice içine girdiklerine dikkati çekerken, "Bu kalem düellosu sayesinde gazetelerin ortadan ikiye ayrılacak hale geldiğini, sonradan (Hüsamettin) Cindoruk'un da bazı partili arkadaşlarına ifade ettiği gibi, koalisyonun (DYP-SHP) oluşumunda basın büyük press'i olduğunu" söylemektedir⁷.

Gazeteci-yazar Ali Bayramoğlu da şu noktalar üzerinde durmaktadır⁸:

"Medyanın bildik ustalarına dikkat ediyor musunuz son zamanlarda? Olayları nasıl açıkladıklarının bilmem farkında mısınız? Sistemi değil insanları sorguluyorlar, anlamadan açıklıyorlar, inançlarından hareketle suçlu arıyorlar, kendi siyasi ve kültürel dünyalarına ait olmayan herşeyi patolojik ilan ediyorlar... Sonra bu medya ustalarının tek referans noktasının oldum olası devlet ve siyasi merkez olduğunu düşününce, boş hayallere kapıldığını anlıyorum. Türkiye'de medya ustasının siyasal merkez aktörü olduğunu, merkez seçkinliğine soyunduğunu hatırlıyorum çünkü."

Gazeteci-yazar Umur Talu, taraflılığı şöyle yorumlamaktadır⁹:

"... asıl saygıdeğer olan, 'tarafli' gazeteci ya da gazetenin, seçtiği tarafı, örneğin bir seçim döneminin başlarında dürüstçe ilan etmesidir. Açıklamadığı tarafgirliğini kamuoyuna tarafsızlık kisvesi altında

⁵ "Basın dünyasının düşüncesi Oktay Ekşi", *FİNANSE DÜNYASI*, Yıl: 3, Sayı: 26, Şubat 92, s. 64.

⁶ Cengiz Çandar, "YDH", *Sabah*, 22 Aralık 1994, s. 22.

⁷ Fatih Çekirge, *İktidar Oyunu*, İstanbul, Simavi Yayınları, 1992, s. 141.

⁸ Ali Bayramoğlu, "Medya ve siyaset" *Tempo*, 16 Mart 1994, Sayı: 11, s. 109.

⁹ Umur Talu, "Seçim ve Basın", *Milliyet*, 4 Nisan 1994, s. 2.

kakalamaya çabalayanlar, kendi oynadıkları kumarın kaybına halkı da ortak ederler. Buna karşılık, siyasete-siyasetçiye bakışında gerçekten 'tarafsız' olmayı seçen gazeteci ve gazeteler de vardır. Bu çerçevede 'tuttukları taraf yoktur, ama olaylar ve gelişmeler karşısında 'tavır'ları olur. Her ne kadar 'tavır' da subjektif öğeler barındırıyorsa da, bu subjektiflik, 'siyasetçi Ahmet ya da Mehmet'le, yakın 'bilinemeyen' ilişkilerden değil, kamuoyunun en ortak çıkarları konusunda, kişilerin etkisinden arınmış saptamalardan kaynaklanır. Gazeteler ve televizyonlar seçim dönemlerinde anket yayınlamalıdır. Ama, kendilerinin ve kamuoyu araştırma şirketlerinin gizli-açık siyasi tercihlerinin şakşakçılığını yapan, bilimsel ölçüleri maskeli, uydurma-şişirme anketlerin rezilliğinin hesabı da bir an önce görülmelidir."

Medya kuruluşlarında çalışanların, hangi olayların ne dereceye kadar gündeme getirileceği konusunda kendi beklentilerinden kaynaklanan çeşitli etkileri ortaya çıkmaktadır. Örneğin, ANAP Genel Başkanı ve Başbakan Turgut Özal'ın oğlu Ahmet Özal'ın sahiplerinden olduğu Magic Box'ta (sonradan adı İnterstar) ANAP'tan yana tavır koydu¹⁰:

"Magic Box'ta ise Yekta Okur (Genel Müdür) ve Cem Uzan'ın (ortak ve sonraki sahibi) istihbarat şefi Namık Koçak ile yardımcısı Aydın Özdalga'yı, siyasi haberlerle ilgili uyardığı ve 'DYP'nin kalabalıklarını az gösterip hırpalayıcı haberleri vereceksiniz. ANAP'a ilişkin eleştirilerin en masumlarını haberleştirip ANAP yanlısı yayın yapacaksınız' dediği, buna karşı çıkan Koçak ile Özdalga'nın görevden alındıkları belirtilmekteydi."

Magic Box, daha önceden korsan TV suçlaması yapan İnönü'nün de Körfez Savaşı'nın başladığı gün uyuduğuna dair yayın yaptı¹¹.

İnterstar yorumcusu Engin Ardıç, İnterstar'da yaptığı yorumlarda, İSKİ skandalı nedeniyle SHP'yi sosyal hırsızlar partisi olarak nitelemesi üzerine, SHP tarafından çeşitli tazminat davalarına maruz kaldı. Bu nedenle İnterstar ve yorumcusu Engin Ardıç, yasal faiziyle birlikte SHP'ye 3 milyar 170 milyon lira ödedi¹².

¹⁰ Enis Turan, *Medyanın Siyasi Hayatı Estikleri*, İstanbul, İrfan Yayıncılık, 1992, s. 471.

¹¹ a.g.e., s. 465.

¹² "Tazminat davaları", *Anadolu Ajansı*, A40435, 27. Temmuz 1995.

Bir gazete yazarının o gün içinde bulunduğu ruh hali, bir TV yapımcısının bilerek ya da bilmeyerek kameralarını yerleştirme açısı, sorulan sorular ve yapılan vurgulamalar söz konusu olayın kamuoyuna yansıtılış biçimini de etkilemektedir¹³.

Medya mensuplarının politik görüşlerinin, politikacılarla örtüşmesi haber, yazı ve yorumlarına çeşitli şekillerde yansımaktadır. Bu yazıların bazılarında bu destek kendini bütün açıklığı ile göstermektedir. Örneğin Cengiz Çandar'ın, Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın ölümünün ardından yazdığı "Turgut Bey'li Anılar" da şöyle demektedir¹⁴:

"4 Nisan'da Türk cumhuriyetleri gezisine çıkıyordu. Geziye katılamama nedenim kalktı ve Özbekistan ve Kırgızistan ayaklarını kaçırdığım geziye Kazakistan ya da Türkmenistan'da yetişmeye karar verdim. Zafer Mutlu, 'Anlaşıldı' dedi. 'Turgut bey'i özledin sen.' Gerçekten de çok özlemiştim... ne yüzünü görmüştüm ne sesini işitmişim... Konuşacak, birikmiş çok şey vardı. Ve, evet özlemiştim de."

Yine Cumhurbaşkanı Turgut Özal'a yakın olan gazetecilerden biri de Hürriyet gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök olarak görülmektedir. Özkök, Özal'dan aldığı bilgileri köşe yazılarına yansıtmakta ve çoğunlukla olumlamaktadır. Özkök'ün bu Köşk'e yakınlığı da espri konusu olmaktadır. Özkök'ün bu tavrı için Celalettin Çetin şunları yazmaktadır¹⁵:

"Şurası bir gerçek ki, yirmi iki yılını doldurduğum Hürriyet'in bünyesinde, zaman zaman birtakım sarsıntılar ve de rahatsızlıklar olmuşsa, bunun nedeni, üç yılda, beş yılda bir değişen genel yayın müdürleridir. Her yeni gelenin yayın politikası, hele hele gazetecilik anlayışı ortalığı karıştırmış ve Hürriyet okurunu da zaman zaman şaşkına çevirmiştir. İşte okurun içine düştüğü bu şaşkınlıkları giderek çoğaltan da ünlü köşk yazarı ve son genel yayın müdürü Ertuğrul 'Özkök' olmuştur."

¹³ Emis Turan, a.g.e., s. 48

¹⁴ Cengiz Çandar, "Turgut Bey'li Anılar", *Sabah*, 17 Nisan 1994, s. 22.

¹⁵ Celalettin Çetin, *İşte Babam*, İstanbul, Cem Yayınevi, 1991, s. 269.

Köşe yazarlığı, konut yazarlığı ve yağdanlık gibi suçlamalar, ANAP iktidarı boyunca ve Özal Cumhurbaşkanı olduktan sonra sık sık gündeme gelmektedir. Yazar İlhan Selçuk, köşesinde şunları söylemektedir¹⁶:

"Cumhurbaşkanı Özal, yanına aldığı gazetecilerle geziye çıkıyor, açılış törenlerinde konuşacak, nutuk atacak, anayasaya ters düştüğünü bile bile ANAP iktidarının propagandasını yapacak, yasaları bilinçle çiğneyecek... Yolda gazetecilerle konuşuyor: -Sana Köşk yazarı demiyorlar mı? Hayır... - Sen yağdanlık değil misin? Gazeteci sineye çekiyor... Bilmiyorum, (Osmanlıyı da katarsak) basın tarihimizde bu nitelikte bir konuşma, iktidar sahibiyile gazeteci arasında geçmiş midir?.. Üstelik ben Özal'ın 'yağdanlık' dediği meslektaşımızın o sıfatı hak ettiğini de sanmıyorum; öyle yağdanlıklar var ki soytarıya taş çıkartır."

Özkök, Özal'ın ölümünün birinci yıldönümünde "Bir gazeteci ve bu ülkeyi seven bir insan olarak sizi arıyorum Sayın Cumhurbaşkanı Özal. Nur içinde yatın" diye yazmaktadır¹⁷.

Hasan Puhur, "Yağdanlık davası" başlıklı yazısında şu örneği vermektedir¹⁸:

"Özal gitmiş, Demirel gelmiş, Demirel gitmiş, Çiller gelmiş, hiç farketmez, onların mesleği 'yağdanlık'tır.... Bazıları... efelik taslarlar, yağdanlıkları yüzlerine vurulunca, soluğu mahkemede alıp, tazminat koparmaya çalışırlar. Oysa Yargıtay onların ağızlarının payını 3 yıl önce vermiştir. 1987 yılında bir gazetede... bir yazı çıkar... 'Yağdanlık' bu yazıyı okuyunca mahkemeye başvurur, 5 milyon lira tazminat ister. Mahkeme yazıyı yazarı... 700 bin liraya mahkum eder. Karar temyiz edilir. Yargıtay 4. Hukuk Dairesi önce durum tesbit eder: 'Davalıya ait gazetede, davacının yayınladığı kitap nedeniyle, siyasi parti liderleri ve onun etrafında bulunan bazı kişilerin olumsuz davranışları, bir toplum sorunu olarak ele alınıp incelenmiştir. Yazıda siyasi parti liderlerini etrafında ona abartılmış övgüler düzen kişiler, dalkavuk olarak nitelendirilmiştir. Böyle bir gerçeğin toplum önünde ve yeri geldiğinde tartışılması toplum yararınadır. Diğer taraftan konu işlenirken eleştirilen durumun, dalkavuk sözcüğü ile ifade edilmesi de ele alınan

¹⁶ İlhan Selçuk, "Çevre Kirlenmesi", *Pencere, Cumhuriyet*, 10 Ekim 1991, s.2.

¹⁷ Ertuğrul Özkök, "Çeşitli atamanın gerçek hikayesi" *Politika, Hürriyet*, 17 Nisan 1994, s. 23.

¹⁸ Hasan Puhur, "Yağdanlık davası", *Kesip Sokakları, Fiyat*, 12 Aralık 1993, s. 21.

konunun doğal somucudur, başka bir anlatımla konunun anlatılması bakımından bir aşınlık yoktur. Diğer taraftan, davacının bir siyasi parti lideri iktidarda iken onun hakkında onu destekleyerek övgü dolu kitapçıklar yazdığı belgelendirilmiş olup, gerçekliği tartışmasızdır. Ne var ki davacı aynı lideri iktidardan düştükten bir süre sonra (iktidar partisinin yararlandığı) onu yeren bir kitapçık daha yayınlamıştır. Davacı tamamen kendi iradesiyle yarattığı bu ortamın basın yoluyla eleştirilmesine katlanmak zorundadır... O halde dava konusu olan yazı gerçek olaylara dayandığından, böyle bir olayın basın yoluyla kamuoyu önünde tartışılmasında kamu yararı vardır."

Özal'a yakınlığı ile tanınan ve icraatlarını öven gazeteci-yazarlardan biri de Mehmet Barlas'dır. Ancak, bir zamanlar "komünist gazeteci" diye TÜSİAD gezilerine katılması istenilmeyen¹⁹ Barlas'ın taraf değiştirebildiği de görülmektedir.

Köşe yazarı Melih Aşık, Barlas'ın tarafsızlığını satırlarında şöyle ifade etmektedir²⁰:

"Geçen Pazar günü Kanal 6 Televizyonunda... Mehmet Barlas yeri geldikçe Dalan'ı övüyor ve destekliyor, kendinden emin ve net ifadelerle: İstanbul'un en büyük sorunu Nurettin Sözen'dir diyordu. Bir gazeteci aynı saatlerde Nurettin Sözen'e Mehmet Barlas'ın sözlerini hatırlattı. Sözen'in yanıtı şu oldu: İstanbul'un değil ama Mehmet Barlas'ın en büyük sorunu benim. Bu da doğal. Çünkü Uyum kooperatifinde yasa dışı olduğu gerekçesiyle biri kendisine diğeri de karısına ait iki villasını yıktık. Barlas'ı Bedrettin Dalan villa sahibi yapmış Nurettin Sözen yıkmıştı. Barlas öfkesinde haklıydı. Ancak ekrana villası yıkılmış bir mağdur olarak değil de yargılarında tarafsız bir gazeteci olarak çıkması biraz garipti. Bedrettin Dalan gazeteci desteği yönünden şanslı, Nurettin Sözen şanssızdır. Belediyeden yemlenmeyi gazeteciliğe aykırı saymayan pekçok ünlü isim Dalan döneminde altın çağını yaşamıştır. Uyum kooperatifinde villalar, Perpa'da dükkanlar ve daha neler. Dalan kimi zaman fısıldadığı birkaç sözcükle bile gazetecileri abad etmiştir. Bir hanım gazeteciyle sohbet ederken: Köprü ayağını Ortaköy'e oturtacağımızı zanneden semt halkı evini ucuza satıyor, diye fısıldayınca o gazeteci hanım ve bir yığın dostunun Ortaköy'de ucuza ev sahibi olmasını sağlamış;

¹⁹"Komünist gazeteci", *Yeni Günaydın*, 26 Ekim 1991, s. 3.

²⁰Melih Aşık, "Dalan ve gazeteciler", *Açık Pencere, Milliyet*, 29 Aralık 1994, s. 19. (Siyah yazılar yazara aittir)

fakir fukara evleri elinden gittikten sonra uyanmıştır. Bedrettin Dalan gazeteci ve yazarlarla sıcak ilişkileri yüzünden 27 Mart 1989 günü, tüm basın tarafından seçimin açık farkla favorisi olarak gösteriliyordu."

Barlas ise, aynı konuda kendisine bir suçlama getiren Hürriyet köşe yazarı Emin Çölaşan'a "Biz Sözen'i, 'Uyum Yapı Kooperatifi'ndeki evimizi yıktığı için eleştiriyormuşuz. Geri zekalı çöl ajanının gazetesinin şehidi rahmetli Çetin Emeç'in de 'Uyum'da evi vardı. Emeç öldürüldükten bir ay sonra, onun evi de yıkıldı. Diyeceğimiz şu. Hem geri zekalı, hem de aptal olmak gerçekten zor" diye cevap vermektedir²¹.

Özal'a taraf gazetecilerden biri de, Gölge Adam gazetesinin sahibi Ertuğrul Akbay'dır. Öyle ki, Gırgır eski Yazışları Müdürü Süleyman Yıldız, Ertuğrul Akbay'ın "Dergiler daha da solcu olacak. Ben Turgut Özal ile konuşurum, bol bol dava açar, bize de reklam olur" dediğini ileri sürmektedir²².

Eski Cumhurbaşkanılarından Kenan Evren, anılarında bir gazeteci için şöyle demektedir²³:

"12 Eylül döneminde her fırsatta yazılarıyla beni öven, 12 Eylül hareketinin haklı yapıldığını yazılarıyla belirten, burada ismini yazmayı gerekli görmediğim ve aslında kendisini de sevdiğim bir yazarımız, 1983 seçimlerinden sonra iktidara gelen Özal'la arası çok iyi olmuş ve Özal'ın icraatını destekleyen birçok makaleler yazmıştı. 26 Mart mahalli seçimlerinden sonra DYP'nin oy potansiyelinin arttığını görünce, bu sefer Demirel'e yanaşmış ve Demirel'in hayatını gazetesinde günlerdir yayınlamaya başlamıştı."

Hasan Pulur, politikacılarla yakın ilişkilerin ve taraflılığın yazı dikte ettirmeye kadar vardığını mizahi bir üslupla şöyle vurgulamaktadır²⁴:

"Başbakanlık Basın Danışmanı Sayın Mehmet Bican, telefonla bizi aradı ve Başbakan Çiller'in bir açıklamasını bize sözlü olarak ilettili. Doğrusu hiç yadırgamadık. Sayın Başbakan'ın, telefonla köşe yazısı dikte ettirdiği,

²¹ Mehmet Barlas, "Yine yumurtladı", *Gözetim, Sabah*, 2 Aralık 1993, s. 19. (Siyah yazılar yazara aittir)

²² Işık Altınur, "Özal'a söyledim bol bol dava açar", *Güneş*, 14 Kasım 1989, s. 1.

²³ Kenan Evren'in anıları "Bastır parayı yazdır yazıyı", *Cuma*, Sayı: 95, 8-14 Mayıs 1992, s. 41.

²⁴ Hasan Pulur, "Demirel'in tesbihi ve iki açıklama", *Olaylar ve İnsanlar, Milliyet*, 28 Temmuz 1994, s. 3.

gazetelerin manşetlerini düzenlediği, televizyon yorumcularına ilham kaynağı olduğu mutena ve müstesna gazetecilerden olmadığımız için, elbette bizi kendisi aramayacak danışmanına aratacaklı."

Emin Çölaşan ise aynı konuya, ama sert bir üslupla bir yazısında şöyle yer vermektedir. "Eğer güçlü kesimden iseniz bastırın parayı ya da belli olanaklar sağlayın o soytarıları. Ve sizin çıkarlarınız doğrultusunda yazı yazdırın. Çünkü onlar uşaktırlar.²⁵"

Başbakan Tansu Çiller'in eski danışmanları Nursun Erel ve Ali Bilge de, "Tansu Çiller'in kendisine en yakın hissettiği gazetecinin, köşe yazarı Güneri Cıvaoglu olduğunu" yazmaktadır.²⁶

Hiçbir iktidardan birşey beklemediğini ve çekinmediğini kaydeden Güneri Cıvaoglu, kendisiyle ilgili, bu tür iktidarlara çıkar ilişkisi olduğuna dair bu tür iddiaları reddederken, yine de "Her yazdığım ve söylediğim, inançlarım doğrultusundadır" demektedir.²⁷

Tarafılık, farklı yollarla da kendini göstermektedir. Manisa Gazeteciler Cemiyeti tarafından Cumhurbaşkanı Özal yılın adamı seçilmekte²⁸, DYP Kurultayı'ndan önce Başbakan Çiller'i desteklemek amacıyla Haftalık Doruk gazetesi sahibi Fatma Tekbaş miting düzenlemektedir. Ama bu mitinge, gazeteci ve polisler dışında 10 kişi katılmaktadır²⁹.

Tarafılık sadece gazeteci bazında değil, başta da belirttiğimiz gibi, medya kuruluşu bazında da ortaya çıkmaktadır³⁰:

"Demokratik her ülkede olduğu gibi Türkiye'de de 'kamuoyunun serbestçe oluşmasını' sağlamakla görevli bulunması gereken habercilik anlayışı, bazı medya organlarında hiçbir kapitalist ülkede görülmeyen biçimde yozlaşmış ve sermayenin hizmetine girmiş görünüyor. Çağdaş iletişim/bildirişim teknolojileri artık dünya oranla astronomik yatırım gerektirdiği için,

²⁵ "Hürriyet'te köşe savaşı", *Cuma*, Sayı: 96, 15-21 Mayıs 92, s. 43.

²⁶ Nursun Erel ve Ali Bilge, *Tansu Çiller'in Siyaset Romanı*, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1994, s. 194.

²⁷ Güneri Cıvaoglu, *Patıncı*, *Sabah*, 3 Temmuz 1994, s. 19.

²⁸ "Özal yılın adamı", *Güneş*, 3 Mart 1991, s. 1.

²⁹ "Çiller için 10 kişilik miting", *Hürriyet*, 16 Kasım 1993, s. 33.

³⁰ Ahmet Oktay, "Siyaset, medya, şantaj", *Milliyet*, 24 Mart 1994, s. 22. (Siyah yazılar yazarı aittir)

medyanın sermaye ile bütünleşmesi, belirli sınırlar içinde kalınması koşuluyla makul görülebilir. ancak siyasal haberciliğin bazı çıkar/sermaye gruplarının güdümüne girmesi ile eğlence sanayinin sermayenin denetim ve yönetimine girmesi aynı şey değildir... Türkiye'de tekel oluşturmak isteğindeki kimi medya kuruluşlarının/gruplarının ardındaki mali güç bankacılık gibi orta gelirli sınıf ve kesimlerin tasarruflarını çeken ve onların parasıyla spekülasyonlara girişebilen sektörlerde de faaliyet gösteriyor. Bu tür sermayenin denetimindeki kimi medya grupları, yerel seçimler dolayısıyla yaptıkları yayınlarda tarafsızlık ilkesini tümüyle terkettikleri gibi açıkoturumlarında da 'kamuoyunun serbestçe oluşumu' ilkesini bir kenara atmış bulunuyor. Bu kuruluşlar tam anlamıyla taraf, daha da ötesinde hasım olmuş durumda. Kendi siyasal/ekonomik dünya görüşlerini destekleyecek ve kendi kurumsal güçlerini artırmayı sağlayacak kadroları iktidar yapmaya çalışıyor ve böyle bir vehmin ürettiği megaloman bir biçim ve söylem geliştiriyor bu kuruluşlar ve bazı personeli... Muhabirler, yorumcular, sunucular, oturma yöneticileri asli görevlerini unutarak savcı, yargıç ve cellat oluyorlar. Tek amaçları var: Rakip görüşün üyelerini korkutmak ve yıldırma.

İstanbul Anakent Belediye Başkanı Nurettin Sözen, medya kuruluşunun ya da patronun taraflılık etkisini bir röportaj sırasında şöyle açıklamaktadır³¹:

"-Neden, bu denli yakın olduğunuz insanlar size karşı yazıyorlar? -Sağlık sorunu, gelmiş geçmiş bir olay. Alışverişleri bitmiş; şimdi daha büyük çıkarlar var. -Patronların mı etkisi var bunda? -Patronların var, laf aramızda 'A'nın, 'Z'nin durumu patrone farklı mı? ama bir tane de 'sosyal demokrat' kanal olsun. O zaman bu, onların oyunlarını bozmaya yeter. Büyük gazetelerin büyük bir kısmının iskan ruhsatlarında eksiklik var. Bunu parti olarak ele almamız lazım. Dorsay'ın kitabını şöyle bir karıştırdım... Yani, herhalde basturmak için birisinden para alarak; ciddi bir fikir kitabı değil Zafer Mutlu'nun babasıyla mahalle mahalle dolaştık, bizim adayımız oldu; nutuk attık."

Gazeteci-yazar Cüneyt Arcayürek gibi yazarlar da muhalefetten yana koydukları tavırlarını, iktidar liderinin ismini "T.Ö." (Turgut Özal) gibi sadece baş harfleriyle yazılarında anarak göstermektedir.

³¹ Mustafa Ekmekçi, "Öğünah keçisi", *Cumhuriyet*, Ankara Notlar, 9 Kasım 1993, s. 12.

Hasan Cemal, Cumhuriyet gazetesi Genel Yayın Yönetmeni iken, köşe yazarı Çetin Altan'ın tanık olduğu konuşmalarını aktarmaktadır. Tarafhlık konusunda oldukça önemli bir örnektir anlattıkları:

"Öğlen yemeğinde Çetin Altan her zamanki gibi sözü kimseye bırakmamaya kararlıydı. Sanki gönüllü sözcüsüydü Özal'ın. Başbakanı yönelttiğimiz soruların üstüne hemen atlıyor, ona fırsat vermeden, daldan dala konarak başlıyordu davudi sesisiyle gürül gürül konuşmaya... Bir ara yeri gelince, demokrasiyle ilgili bir konuda Başbakanı bir soru sordum. Yanıt yine Çetin Altan'dan geldi... bir süre sabırla dinledikten sonra, söz alıp kısaca şunu söyledim: 'Doğru ama, daha birkaç gün önce Ahmet Altan 'Sudaki İz' adlı romanından yargılandı. Hangi yasadın dolayı herhalde biliyorsunuz: Muzır Yasa.'³²"

"Başbakan Turgut Özal'la birlikte GAP'ı geziyoruz. Çetin Altan da var. Güneş gazetesinden gelmiş. Geçen yılki gibi bu kez de Özal'ın 'onur konluğu'. Yine onların helikopterinde uçuyor, yemeklerde Başbakanın hemen sağına oturuyor... Bir ara bize doğru döndü Çetin Altan: 'Muammer Yaşar, bak' dedi. 'Turgut Özal bugüne kadar gelmiş geçmiş en büyük başbakandır. Evet en büyük başbakandır Özal. Onun için referandumda hayır oyu kullanacağım. Çünkü Demirel'i istemiyorum.'³³"

"Çetin Altan'ın 21 Eylül 1988 tarihli Güneş gazetesinin üçüncü sayfasındaki yazısının başlığı 'Gitme kal' Şöyle başlamış yazısına Çetin Altan: 'Bak dışarıda yağmur yağıyor. Dinsin öyle gidersin. Gitme kal.' Her paragrafın sonuna siyah dizilmiş, 'Gitme kal' cümlesini yazmış Çetin Altan. Yazısının bir yerinde çağrı şöyle somutlaşmış: 'Şu gördüğün kaldırım daha önce bir çukur ve kümbet uzantısıydı. Ne kadar düzgün yükseliyor şu yapı. Haydi haydi o kadar kırılma. Haydi. Ha. Haydi. Lütfen. Gitme kal.'³⁴"

"Karşımda Çetin Altan oturuyor. 'Yahu Hasan Cemal, enfes bir diyalektik anlatıyor adam' dedi.'³⁵"

³²Hasan Cemal, Özal Hikayesi, 4. B., Ankara, Bilgi Yayınevi, 1989, s. 312.

³³a.g.e., s. 308-309.

³⁴a.g.e., s. 272.

* Eski siyasilere affı konusunda yapılacak referandumda, evet oylarının artış trendine girmesi üzerine, Başbakan Turgut Özal, referandumu bir güvenoylamasına çevirmiştir. Yapıtı açıklanmada, referandum sonucuna göre, politikadan ayrılabileceğini söylemiştir. Bu durum hayır oylarında artışa yol açmıştır. Çetin Altan, yazıyı bu nedenle kaleme almıştır.

³⁵Hasan Cemal, a.g.e., s. 223.

Kendisine karşı olanları "sol amigolar"³⁶ diye niteleyen Başbakan Özal dahi gazetecilerin tarafılığından rahatsız olmaktadır. Ancak bu rahatsızlık, tarafılık muhalefetten yana olduğu içindir. Bu konudaki görüşlerini Yavuz Donat'a şöyle açıklamaktadır³⁷:

"Şimdi bak, eleştiriye kızmıyorum. Ancak, bazen, bazı gazeteciler, sanki politikacıymış gibi davranıyor. Kendileri, bir siyasi partiymiş gibi konulara bakıyorlar. Yani açıkca gazeteci gibi değil de, politikacı gibi yazı yazıyorlar. Bunlar taraf durumunda. İşte bazen bu duruma kızdığım oluyor."

Medyanın, doğrudan propaganda sayılabilecek yaklaşımlarda bulunmasa bile, olayları aktarırken kullandığı dilin de insanları yönlendirebileceği de bir gerçektir.

Doçent Doktor Nurdoğan Rigol, "Kağıt Kaplanlar" adlı kitabında gazetecileri meslek ilkelerini yorumlayışlarına göre sınıflandırırken "Savunmacı gazetecilik" ve "Kutlamacı gazetecilik" başlıkları altında gazetecilerin tarafılıklarını şöyle ortaya koymaktadır³⁸:

"Savunmacı gazetecilik: Gazeteci burada bir davanın samimi bir sözcüsü gibidir. Elde mevcut olan kaynaklardan materyal seçer ve bunları davasına yardım için kullanır... Sadece kendi davaları üzerinde objektif kalınmasını isterken, tamamen taraf konumuna düşerler."

"Kutlamacı gazetecilik: Herhangi bir felsefeyi temsil etmeyen bir gazetecilik modelidir. Mesleğini bir statü sembolüne dönüştürmüştür. Amacı popülerlik sağlamak ve bunu TV gibi gazeteye oranla daha etkin olan bir diğer medyada kullanmaktır. İktidardaki kişilere yakın olunan bir gazetecilik çeşididir. Sosyal sorumluluk, objektiflik gibi geleneksel gazetecilik değerlerinden söz edilemez... Ancak meslektaşları tarafından eleştirildiklerinde bunu, elde ettikleri güç ve paranın kısıtlanması olarak yorumlarlar. siyasilerle, işadamlarıyla ve pekçoğu haber kaynağı niteliği taşıyan kişilerle sıkı dostluklar kurarlar."

³⁶ Babıali Magazin, Sayı: 4, s.13.

³⁷ Yavuz Donat, *Özal'ın Yolları 1983-1987*, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1987, s. 111.

³⁸ Nurdoğan Rigol, *Kağıt Kaplanlar*, İstanbul, Der Yayınları, 1993, s. 181-182.

b) Meslek örgütleri

Medya mensupları, çeşitli örgütlerin çatıları altında, temelde mesleki kaygılarla örgütlenmektedir. Zaten Türkiye'deki yasalar da, bu tür dernek gibi örgütlerin politika ile uğraşmasını engellemektedir. Yine de bu örgütler, doğaları gereği politikayla, politika yapımı süreciyle ilgilenmek zorunda kalmaktadır. Medya meslek örgütlerinin, doğrudan medyaya yönelik çalışmaları dışında genel politik sorunlarla da ilgilendikleri görülmektedir.

Türkiye'de medyada temelde dört tip örgütlenme modeline rastlanmaktadır. Bu örgütlenmeleri; sendikalar, dernekler, platformlar ve konseyler olarak sıralayabiliriz. Sendikalarda doğasına uygun olarak patronlarla çalışanlar karşı karşıya gelirken, dernekler ve konsey örneğinde görüldüğü gibi, patronlarla çalışanlar aynı çatı altında biraraya gelebilmektedir.

i) Sendikalar

Türkiye'de medya kuruluşu sahiplerinin oluşturduğu ve 1954 yılında kurulan ana sendikal örgüt, Türkiye Gazete Sahipleri Sendikası'dır.³⁹ Medya sahipleri arasında zaman zaman başgösteren anlaşmazlıklar, İnterstar-Hürriyet kavgasında olduğu gibi, örgüt yönetiminden istifalara yol açtı⁴⁰.

Çalışanların örgütlendiği sendika Türkiye Gazeteciler Sendikası olarak karşımıza çıkmaktadır. TGS, gazetecileri sendikal bir kuruluş çatısı altında toplamayı amaçlayan 20 gazeteci tarafından 10 Temmuz 1952'de İstanbul Gazeteciler Sendikası adı ile kuruldu.

³⁹ Directorate General of Press and Information, *The Press*, 2. B., Ankara, 1991.

⁴⁰ "Hürriyet, Gazete İşverenler Sendikası Yönetimi'nden Çekildi", *Hürriyet*, 4 Ekim 1993, s. 27.

Diğer illerde de bulundukları ilin adını alarak kurulan gazeteciler sendikaları bir süre sonra Türkiye Gazeteciler Sendikaları Federasyonu adıyla bir birlik oluşturdu. İstanbul Gazeteciler Sendikası 1957 yılında Türk-İş'e üye oldu. İstanbul Gazeteciler Sendikası, 30 Eylül 1963 tarihinde toplanan olağan genel kurulda adını Türkiye Gazeteciler Sendikası olarak değiştirdi. Sırayla Bursa, Eskişehir, Ankara, Adana ve İzmir Gazeteciler Sendikaları da kongrelerini yaparak, TGS çatısı altında birleşti. Başlangıçta sadece 212 sayılı yasaya tabi olarak çalışan basın mensuplarının üye oldukları TGS, bütün basın çalışanlarını kapsayacak biçimde örgütlenme çalışmalarına 1969 yılında başladı.

TGS, yukarıda değinildiği gibi, basına ve çalışanlarına yönelik olaylarda çeşitli açıklama, bildiriler ve yasa değişikliği önerileriyle kamuoyu önüne çıkarken, politik olaylarda da görüşlerini ifade etmektedir. TGS Genel Başkanı Orhan Erinc Körfez Savaşı'na ilişkin şöyle demektedir⁴¹:

"Türkiye, yöneticilerinin Körfez Savaşı'na ilişkin yanlış değerlendirmeleri ve ülkeyi savaşın ortasına sokma çabalarının yarattığı olumsuzluklar yüzünden büyük bir krize düşmüştür. Savaş sonrasında kâr hesaplarını yapanlar, ülkenin bugün içinde bulunduğu sıkıntıyı gözardı etmekte ve sözde unutturmaya çalışmaktadırlar."

TGS ayrıca, iktidarlar ve politikacılar nezdinde çeşitli temaslarda bulunarak, genel politik işleyişe ilişkin çalışmalar yaptı ve önerilerde bulundu. Bu amaçla Anayasa değişikliği önerisi hazırlandı ve Başbakan Süleyman Demirel'e sunuldu⁴².

ii) Dernekler

Çalışma koşullarının yanısıra çeşitli sosyal sorunların ele alınması, bunlara çözüm üretilmesi amacıyla medya mensupları çeşitli dernekler altında

⁴¹ Türkiye Gazeteciler Sendikası, 1989-1992 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu, İstanbul, 1992, s. 35.

⁴² a.g.e., s. 48.

birleşmektedir. Burada karşımıza, iki tür dernek örgütlenmesi çıkmaktadır. Birincisi, tüm gazetecileri kucaklamayı amaçlayan toparlayıcı dernekler, diğeri ise uzmanlık alanlarına göre oluşturulan derneklerdir.

i) Toparlayıcı dernekler

Bu derneklerin ana amacı, basın ve yayın organlarında çalışan gazetecileri biraraya toplamak, mesleki ve sosyal haklarını korumak, geliştirmek ve gelişmesine yardımcı olmak, gazetecilik mesleğinin zorunlu kıldığı hak ve özgürlüklerin savunulması ve genişletilmesi yolunda çalışmalar yapmak ve dayanışmayı güçlendirmek olarak sıralanmaktadır. Türkiye'de, bu amaçta çalışan belli başlı üç dernek sayılabilir. Bu tür örgütlere ilk örnek Gazeteciler Cemiyeti'dir.

Gazeteciler Cemiyeti, 10 Ocak 1946'da Ankara'da kuruldu. Cemiyetin kurucuları; Mekki Sait Esen, Niyaczi Acun, Aka Gündüz, Bilal Akba, Adil Akba, Sabahattin Sönmez, Muvvaffak Menemencioğlu'dur. Cemiyetin ilk başkanı Mekki Sait Esen'dir.

Bu oluşumdan çok kısa bir süre sonra, İstanbul'da da aynı adla, bir başka Gazeteciler Cemiyeti, 10 Haziran 1946'da kuruldu. Her iki cemiyet, isim nedeniyle sık sık birbiriyle tartıştı, mahkemelik oldu. Kurucuları; Sedat Simavi, Sadun Galip Savcı, Cihat Baban, Hayri Alpar ve Sait Kesler'dir. Bakanlar Kurulu tarafından, 12 Haziran 1993 tarihinde, Gazeteciler Cemiyeti isminin başına, "Türkiye"nin eklenmesine izin verildi ve cemiyetin adı Türkiye Gazeteciler Cemiyeti oldu.⁴³

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin politika yapımı ile ilgili bir bildirisinde şöyle denilmektedir⁴⁴:

"Demokrasi kavramının yerli yerine oturtulabilmesi, herkesin hak ve görevlerini bilmesi ve benimsemesi, toplumun barış ve huzur içinde

⁴³Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, *1992-1993 Çalışma ve Hesap Raporu*, İstanbul, 1993 s. 10.

⁴⁴s.g.e., s. 57.

yaşayabilmesi, erdemin geçerli bir değer ölçüsü haline gelebilmesi için, toplumun üzerinde birleşeceği yeni bir anayasanın demokratik yollardan bir an önce hazırlanması gerekmektedir.”

Bu cemiyetleri çeşitli şehirlerde örgütlenen diğer cemiyetler izledi. Daha sonra bu cemiyetlerin Türkiye Gazeteciler Cemiyeti bünyesinde birleşmeye başladığı görülecektir.

Söz konusu iki cemiyetin, gazetecilerin sorunları ile yeteri kadar ilgilenmediği öne sürülerek ortaya çıkan ve merkezi Ankara olan bir üçüncü toparlayıcı demek Çağdaş Gazeteciler Derneği'dir. Politik yanı ağır basan ÇGD, 23 Şubat 1978 tarihinde kuruldu. Derneğin kurucuları Alaattin Orhan, Mehmet Genç, Osman Z. Yüksel, Necmiye Aba, Alaattin Sevim, Mehmet Öztoprak, Cengiz Kuşçuoğlu'dur.

ÇGD'de Rafet Genç, Ahmet Abakay, Yılmaz Akkılıç ve Mustafa Ekmekçi Genel Başkan olarak görev yaptı. ÇGD'nin, Antalya, İzmir, Bursa, Eskişehir ve İstanbul'da şubesi bulunmaktadır.

ÇGD, bir çok politik açıklama ve duyuruda bulundu. Bunlardan biri, Sosyalist Parti'nin kapatılması, Halkın Emek Partisi'nin de kapatılmak istenmesi üzerine Anayasa Mahkemesi Başkanlığı'na yazılan yazı oldu.⁴⁵

Söz konusu dernekler, tüzel kişilikleriyle politik demeç ve açıklamalarıyla politika yapımında rol oynamaya çalışmaktadır.

ii) Uzman dernekler

Toparlayıcı dernekler dışında da, belirli uzmanlık gerektiren alanlarda çalışan gazeteciler, uzman dernekler çatısı altında birleşti. Uzman derneklerin, özellikle 1980'li yılların ikinci yarısında artış gösterdiği gözlemlendi. Uzman dernekler

⁴⁵ Çağdaş Gazeteciler Cemiyeti, *Başın Güncesi*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1994, s. 163.

arasında, Parlamento Muhabirleri Derneği, Cumhurbaşkanlığı ve Başbakanlık Muhabirleri Derneği, Adliye Muhabirleri Derneği, Ekonomi Muhabirleri Derneği, Eğitim ve Sağlık Muhabirleri Derneği, Magazin Gazetecileri Derneği, Radyo-TV Muhabirleri Derneği, Belediye Muhabirleri Derneği, Türkiye Spor Yazarları Derneği faaliyet göstermektedir.

Söz konusu derneklerden, politikayla yoğun ilişkileri nedeniyle, Cumhurbaşkanlığı ve Başbakanlık Muhabirleri Derneği ile Parlamento Muhabirleri Derneği ele alınabilir.

Parlamento Muhabirleri Derneği, 29 Nisan 1964 tarihinde kuruldu. Kurucuları, Sait Arif Terzioğlu, Behiç Ekşi, Muzaffer Yılbar, Orhan Tokatlı, Abdullah Uraz, Müfit Duru, Muammer Taylak, Şemsi Kuseyri'dir. PMD'nin başkanları görev dönemlerine göre şöyle sıralanmaktadır: Sait Arif Terzioğlu, Hüsamettin Çelebi, Fikret Otyam, Can Pulak, Erdoğan Gürgen, Rafet Genç, Ercan San, Rahmi Özyazgan, Barış Kaşıkçı.

12 Eylül sonrası, bütün derneklerin faaliyetinin durdurulduğu sırada faaliyetlerini sürdürebilen PMD, gazetecilerin parlamentoda çalışmalarını düzenleyen yönetmeliğin hazırlanmasında etkin bir rol oynadı. PMD'nin çalışmalarıyla ilgili bazı ayrıntılar, Meclis'i izleme bölümünde ele alınacaktır.

Cumhurbaşkanlığı ve Başbakanlık Muhabirleri Derneği 9 Haziran 1989 tarihinde Ankara'da kuruldu. Derneğin kurucu üyeleri; Orhan Uğuroğlu, Süreyya Onal, Ender Ertekin, Hulki Cevizoğlu, Faruk Bildirici, Gülten Arslan, Atilla Akay, Emin Varol, Muharrem Sarıkaya, Sedat Yazıcıoğlu, Semih Erigüç, Turgay Esmer, Şükrü Küçükşahin ve Coşkun Kartal'dır.

Zaman zaman bu derneklerin yöneticilerinin, siyasi iktidarlara çıkar ilişkisine girdiği suçlamaları ortaya atılmaktadır. Emin Çölaşan'ın böyle bir iddiası şöyledir⁴⁶:

⁴⁶Emin Çölaşan, "Cumhaş-Der'de cimböş var", *Hürriyet*, 12 Ocak 1991, s. 5.

"Bu derneğin başında, iktidara biraz fazla yakınlaşmayı kendileri için yararlı gören bazı şahıslar vardır. Bunlar sadece iktidarla değil, Bay Özal ve ailesiyle, onlara yakın işadamları ve para babalarıyla da yakın ilişkiler kurmuşlardır. Aylık bir yayın organları vardır. Burada Beyefendi ve Hamıfendi için en büyük övgüler düzülür... bol bol reklam alırlar. Bu reklamlar elbette ki paralıdır. Ve Yönetim Kurulu üyeleri aralarında karara varırlar. Biz bu reklam ücretlerinden yüzde 25'ini cebe atalım. Kim reklam getirirse, ücretin yüzde 25'i onun olsun. Bu uygulama başlatılır... Yönetim Kurulu'nda olan şahıslar gazetecidir. Gazetecilerin egemen kesimlerle böyle ilişkilere girişmesi, paralı işlerden avanta alması, gerek meslek haysiyeti ve gerekse kişisel ahlak açısından tehlikeli ve sakıncalıdır."

iii) Platformlar

Gazetecilerin ilk platform çalışması, "Medya Platformu" oldu. 4 Mayıs 1989'da, 1 Mayıs gösterilerinde ölen bir kişinin cenaze töreninde polis, gazetecilere saldırdı.

Bunun üzerine gazeteciler, dernek ve cemiyet inisiyatifi dışında yaklaşık 2 bin kişinin katıldığı bir yürüyüş yaptı. Bu eyleme katılan gazeteciler, daha sonra ek ücret, ek tazminat talepleriyle medya merkezleri önünde çeşitli gösteriler düzenledi.

Bu eylemlerde ivme düşerken, Körfez Krizi nedeniyle medyada yönlendirici haberlerin yer almaya başlaması, eylemlere katılmış olan 60 kişiyi biraraya getirdi. Aralarında Can Kozanoğlu, Tanıl Bora, Rıdvan Akar gibi gazetecilerin bulunduğu 20 kişi tarafından imzalanan çağrı metninde, ilk kez medya deyiminin kullanıldığına ve tanımının yapıldığına şahit olundu.

Esas amacı, basın ve habercilik ahlakının sorgulanması olan platform 3-4 toplantı gerçekleştirdi. Platform, eylem yapma yerine araştırma ve tartışma yapılması ilkesinden hareket etmek istedi. Ancak platformda bulunan "Sosyalist

basın" temsilcileri bu durumu pasiflikle suçlayınca fraksiyonel çatışma başgösterdi ve hareket söndü.

İkinci platform çalışması da, benzer isimlerin yer aldığı "Basın Emekçileri Birliği"dir. İlk toplantısına 100 kişinin katıldığı birliğin asıl amacı, "güçsüzleşen Türkiye Gazeteciler Sendikası'nın toparlanamaması" halinde, DİSK'e bağlı, sınıf sendikacılığı temelinde bir sendikal örgütlenmeye gitmekti.

Bunun hazırlık çalışmaları olarak, her medya kuruluşunun bir temsilci ile birliğe katılması ve bu temsilcilerin bir Yürütme Kurulu oluşturması öngörüldü. Medya Platformu'nun aksine, bir eylem birliği olması hedeflendi. Birlik temsilcileri, Güneş gazetesi çadır eylemine destekte bulundu, 1 Mayıs 1992'ye katıldı.

"Sosyalist basın" temsilcilerinin daha radikal eylemler istemesi, diğer medya kuruluşlarında çalışan muhabir, foto muhabiri, teknik hizmetli gibi çalışanların yılmasına yol açtı. Ve bu hareket de 4 ayda söndü.⁴⁷

iv) Basın Konseyi

Basın Konseyi, siyasi iktidarların da baskısıyla 6 Şubat 1988'de kuruldu. Basın Konseyi konusu, Basın Özgürlüğü bölümünde ayrıntılarıyla ele alınmaktadır. Basın Konseyi'nin temelde medyaya ilişkin sorunlar dışında politika yapımında da bir baskı grubu gibi çalıştığı izlenmektedir.

Basın Konseyi, 1991 yılı boyunca, medya mensuplarını siyasi parti liderleri ve temsilcileriyle, düzenlediği yemekler marifetiyle biraraya getirdi⁴⁸. Temelde basın özgürlüğü olmak üzere Anayasa'daki değişiklik önerileri yetkililere sunuldu⁴⁹, bu amaçla sempozyumlar düzenlendi⁵⁰.

⁴⁷ Bilgiler, her iki harekette de faal bir rol oynayan gazeteci-yazar Rıdvan Akar'dan alındı.

⁴⁸ *Basın Konseyi Faaliyet Raporu 1991*, s. 41.

⁴⁹ *g.g.a.*, s. 11

⁵⁰ *g.g.a.*, s. 17.

c) Gazeteci parlamenterler

Mesleğinde sivrilmiş ya da siyasi parti yöneticileriyle iyi ilişkiler geliştirebilmiş gazetecilerin doğrudan politika yapımında yer almak amacıyla milletvekili adaylığına veya milletvekili seçildiğine sıklıkla rastlanmaktadır.

Ancak bazı gazeteciler, babası (Selim Ragıp Emeç) parlamentoda bulunmuş Çetin Emeç (Hürriyet ve Milliyet eski Genel Yayın Yönetmeni ve köşe yazarı, öldürüldü) gibi bu duruma karşı çıkmaktadır⁵¹:

"İşte yine seçim vardır ve tanınmış pek çok gazeteci, partililerin gözbebeği olmuştur. Gönül alıcı, okşayıcı sözlerin ardından hep şu teklif gelmektedir: Bizim partiden aday olur musunuz?... halk adına onları kontrol etmek, yanlış yollara gitmelerini önlemek varken, politikacıların saflarına katılmak neden?"

Milletvekili adaylığından vazgeçenlerin, seçilemeyenlerin ya da seçilenlerin daha sonra çeşitli medya kuruluşlarındaki işlerini sürdürdükleri görülmektedir. Her ne kadar seçim dönemi boyunca, "yanlı" bulunacağı gerekçesiyle işlerine bir süre ara veren bu meslek sahiplerinin, daha sonra yeniden işlerine dönmeleri, yazdıkları haber ya da yorumlarda objektif kalamayacakları endişesini de doğurmaktadır.

Haberci ve yazarın partiyle ilişkisini bilen okuyucu ve seyirci için bir değerlendirme hatasına yol açmayacak bu durum, aynı zamanda siyasal partide meydana gelen gelişmelerle ilgili olarak önemli bir bilgi ve başvuru kaynağı haline de gelmektedir. Zaman zaman, gazeteci-politikacılar, -ama bir köşesi olanlar- bu sayede partilerinin çeşitli kademelerinde tartışılması gereken, hatta toplumdan gizli kalması beklenen konuları yazarak istedikleri yönde kamuoyu oluşturma imkanına da sahip bulunmaktadır.

⁵¹ Sadun Tanju, *Çetin Emeç-Bir Bazın Şehidinin Anatomisi*, 2. B., İstanbul, İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, 1993, s.45.

Parlamentar-yazar Mümtaz Soysal'ın durumuyla ilgili olarak köşe yazarı Yalçın Doğan şu saptamada bulunmaktadır⁵²: "Hem bakan, hem köşe yazarı! Olmaz böyle şey! Dünyada örneği yok."

Aynı yazıdan hareketle köşe yazarı Haluk Şahin de şu görüşü öne sürmektedir⁵³:

"Yalçın Doğan'ın söylediğinin gazetecilik mesleği açısından doğru olduğunu kabul etmeliyiz... denizcilik alanında köşe yazıları yazmasına kimse birşey diyemez... Ama, yazıda ele alınan konu dış politika olunca işler değişir. Çünkü, o zaman roller karışır. Tabii, kafalar da. Bir dış politika sorununa bir gazetecinin, bir köşe yazarının ve bir dışişleri bakanının yaklaşımı çok farklıdır. Bir kez, köşe yazarı konunun aktarıcısı ve yorumcusudur, kaynağı ve yaratıcı değil. Gazeteci, haber kaynağının doğruyu söyleyip söylemediğini, kamuoyunu yönlendirmeye çalışıp çalışmadığını da izlemek ve gerekli uyarıları yapmakla yükümlüdür. Oysa, dış politika konularında köşe yazısı yazan dışişleri bakanının böyle bir kaygısı yoktur. Köşe yazarı mümkünse öğrendiği her şeyi okuruna aktarmak durumundadır; dışişleri bakanı ise bildiklerinin çoğunu, işi gereği gizleyecektir. Roller böyle çatışınca, halkın gerçekleri öğrenme hakkı ile ulusal güvenlik kabloları birbirine sürtüşüp kısa-devre yapar. Ayrıca, dışişleri bakanının... başkasında bulunmayan gizli devlet bilgilerine sahip olması diğer yorumcular açısından haksız rekabettir."

Parlamentoda görev yapmış belli başlı gazeteciler arasında, son dönemlerde Bülent Ecevit, Cihat Baban, Barlas Küntay, Orhan Birgit, Altan Öymen, Hasan Aksay, Mümtaz Soysal, Çetin Altan, Coşkun Kırca, İsmail Cem gibi isimleri sıralamak mümkündür⁵⁴.

20 Ekim 1991 Milletvekili Genel Seçimleri için, çeşitli partilere 114 gazeteci başvurdu. Bu 114 gazeteciden 63'ü kesin listelerde yer aldı. İlk kez, politika sahnesine bu kadar çok gazetecinin çıktığı gözlemlendi. Listedeki adaylardan bazıları seçime girdikleri bölgede liste başında yer alırken, bazıları da kontenjandan

⁵²Yalçın Doğan, "Olmaz böyle şey", *Milliyet*, 18 Eylül 1994, s. 11.

⁵³Haluk Şahin, "Hem bakan hem köşe yazarı olur mu?", *Tempo*, 5 Ekim 1994, Sayı: 40, s.142.

⁵⁴Mahmut Erhan, "Gazetecilikten parlamentoya", *Bizim Gazete*, Sayı: 45, Nisan-Mayıs 1994, s. 12.

listeye girdi. Milliyet gazetesi yazarlarından Mümtaz Soysal, SHP Ankara birinci bölgeden, eski Cumhurbaşkanlığı Basın Müşaviri Ali Baransel DYP Ankara birinci bölgeden, Hüseyin Çelebi Sosyalist Parti İstanbul 8. bölge kontenjan adayı oldu⁵⁵.

6 Kasım 1983 Genel Seçimleri sonuçlarına göre, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde, milletvekillerinin mezun oldukları öğretim kurumları itibarıyla dağılımında, 5 basın yayın-gazetecilik ve halkla ilişkiler okulu mezunu bulunmaktadır. Mesleği gazeteci olanların sayısı ise 11'dir.⁵⁶

29 Kasım 1987 Genel Seçimleri'ne göre, basın yayın-gazetecilik ve halkla ilişkiler okulu mezunu milletvekili sayısı 3'tür. Mesleği gazeteci olan milletvekilleri ise 10 kişidir.⁵⁷

20 Ekim 1991 seçimleri sonuçlarına göre, milletvekillerinin mezun oldukları öğretim kurumları itibarıyla dağılımında karşımıza 4 basın yayın-gazetecilik ve halkla ilişkiler yüksek okulu mezunu çıkmaktadır⁵⁸. Milletvekillerinin meslekleri itibarıyla dağılımına bakıldığında ise 13 milletvekilinin basın yayın ve gazeteci mesleğinden olduğu görülmektedir⁵⁹.

2) İktidarı (Başbakanı) izleme

İktidarın, başbakanın dolayısıyla hükümetin faaliyetlerini bütün medya kuruluşları yakından izlemektedir. Bu nedenle, ulusal çapta yayın yapan veya bölgesel alanda iddialı olan medya kuruluşlarının, başkentte insan ve araç bakımından iyi donatılmış büroları bulunmaktadır. Ayrıca muhabirler ordusu, başbakanı izlemek üzere Cumhurbaşkanlığı ve Başbakanlık Muhabirleri Derneği bünyesinde de örgütlüdür.

⁵⁵ Cemil Özyıldırım, "63 gazeteci milletvekili adayı". *Bizim Gazete*, Sayı: 16, Ekim 1991, s.3.

⁵⁶ 17. Dönem TBMM Albümü, Ankara, 1983, s. 22 ve 24.

⁵⁷ 18. Dönem TBMM Albümü, Ankara, 1988, s. 16 ve 19.

⁵⁸ 19. Dönem TBMM Albümü, Ankara, 1992, s.XIX.

⁵⁹ a.g.e., s.XXI.

Başbakanın izlenmesi genelden özele doğru bir süreç içerisinde gerçekleşir. Bu süreç içinde yer alan gazetecilerin yapısı da sürece uygunluk göstererek değişmektedir.

Günlük açıklanmış programlar, genellikle başbakanlık muhabirleri ve kameramanları vasıtasıyla izlenir. Söz konusu program, 1987 yılında daha etkin bir şekilde faaliyete geçen Başbakanlık Basın Müsteşarlığı ve görevlileri tarafından medya kuruluşlarına ulaştırılmaktadır. Başbakanın diğer parti başkanları ile görüşmeleri, heyetleri kabülleri, seçim mitingleri, çeşitli açılış ve davetlere katılması bu yöndeki faaliyetlerdir. Bu yoğun izleme sırasında başbakanın yapacağı açıklamalar, konuşmalar ve sorulara vereceği cevaplar muhabirler tarafından değerlendirilir.

Başbakanların sıklıkla başvurmadıkları resmi ya da olağanüstü basın toplantıları, başbakanlık muhabirlerinin yanısıra, temsilciler ve yazar-yorumcular düzeyinde değerlendirilir. Basın toplantısı metni kadar, basın toplantısı sonrasında - olarak tanınırsa- sorulan sorulara verilecek cevaplar haber metnini oluşturur. Basın toplantılarında canlı televizyon yayınına veya geniş özetlere rastlanılmaktadır.

Gazeteciler ayrıca, davetli olmak koşuluyla, başbakan tarafından özel yemek, beş çayı, iftar yemeği gibi adlarla düzenlenen katılımı dar tutulmuş toplantılara ve dış gezilere katılarak haber yapabilir. Yine bir gazetenin yönetici ve yazarları özel zamanlarda, toplu olarak başbakanla biraraya gelerek çeşitli sorular yöneltebilirler.

Bu üç tür izleme dışında, özel haber olarak adlandırılan bir izleme metodu daha vardır. Bu alanda büro şefleri, köşe yazar ve yorumcuları, genel yayın müdürleri ile anchormanler gibi elit gazeteciler özel haber-özel açıklama alma açısından şanslıdır. Bu haber-açıklamalar yüzyüze görüşme yöntemiyle normal, kahvaltılı, yemekli, başbakanın otomobilinde olabileceği gibi telefonla da gerçekleştirilmektedir. Dikkatle ve belirli bir sıralamayla seçilen bu elit gazetecilere

yapılan özel açıklamalar, daha sonra başbakanın yoğun izlenmesi sırasında sorulan bir soruya verilen cevapla genelleşebilir.

Özel haberin bir başka boyutu da, araştırma ve izleme gerektirmesidir. Burada başbakanın karakteri, kişisel eğilimleri, sağlığı, mal varlığı ve ailesi ile ilgili ayrıntılara inilmektedir. Araştırmacı, ayrıca doğrudan başbakanı değil ama başbakana yakın olan kişi ve konuları da haber yapabilme olanağına sahiptir. Bu amaçla, ailesi, başbakanın yardımcısı, yakın adamları, bürokratları, skandalları, çıkar gruplarıyla olan ilişkileri incelenmektedir.

Bütün medya kuruluşları, başbakana olumlu ya da olumsuz özel ilgi gösterir. Çünkü, başbakan politik açıdan medya için birinci derecede haber değeri taşımaktadır ve bu yüzden medyada, diğer siyasilere oranla daha fazla izlenmeyi hak etmektedir.

Başbakanın haber olması medya için kârlıdır, zira başbakan hakkındaki haber ve bilgilerin medya tüketicisi konumundaki okuyucu-seyirciye satış şansı vardır. Medyanın ana amaçlarından biri kârdır. Bu kuruluşlar, parayı genelde ilandan kazanırlar. Bunu maksimize etmek için medya, okuyucu-seyirci oranını artırmak zorundadır. Bunun için, başbakanın halkın önemli çoğunluğunun ilgisini çekecek haberleri, para kazandıracak haberlerdir. Ayrıca başbakana dikkati yoğunlaştırarak, medya kuruluşları ulusal çapta bir haber elde etme şansına sahip olmaktadır. Her zaman ulusal çaptaki haberler, yerel haberin önüne geçmektedir.

Başbakanla ilgili haberlerin verilmesi, Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun öne sürdüğü kamu hizmeti koşulunu da yerine getirmektedir⁶⁰. Bir medya kuruluşunun başbakanla ilgili haber yapması, bu haberin daha da ileri giderek özel nitelik taşıması da, söz konusu medyanın prestijini artırmaktadır.

Üretimi, diğer araştırma gerektiren haberlere oranla -köşe yazarı, genel yayın müdürü gibi isimlerin rahatlıkla ulaşabildiği de düşünülürse- daha kolay olan

⁶⁰"Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun", *Resmî Gazete*, 20 Nisan 1994, Sayı: 21911, s. 2.

başbakanlık haberleri, çoğunlukla önemli gelişmeleri aktardığı için de diğer haberlerden daha etkilidir. Bu yüzden başbakan her yerde ve ne pahasına olursa olsun izlenmelidir.

Bir başka önemli konu da, gazeteci açısından ortaya çıkmaktadır. Başbakanlık haberi üreten gazetecinin, gazete sayfasında ya da televizyon ekranında alacağı yer fazla olmaktadır.

İktidarların aldığı kararlarla ilgili açıklamalar, başbakan dışında, basından sorumlu bakanlar tarafından da yapılmaktadır. 1983 yılından itibaren basından sorumlu Devlet Bakanları'nın adları şöyle sıralanmaktadır: Mesut Yılmaz, Hasan Celal Güzel, Adnan Kahveci, Mehmet Yazar, Kemal Akkaya, İmren Aykut, Akın Gönen, Gökberk Ergenekon, Yıldırım Aktuna.

3) Cumhurbaşkanını izleme

Cumhurbaşkanını izlemede de, başbakanı izlemede kullanılan yöntemler genellikle geçerlidir. Türkiye'deki siyasal yapı nedeniyle, cumhurbaşkanlarının faaliyetlerinin haber değeri kazandığı durumlar daha sınırlıdır.

Cumhurbaşkanlığı haberleri -TRT dikkate alınmazsa-, genellikle savaş durumları ya da seçimler ve seçim sonrası hükümetlerin kuruluşu sırasında ön plana çıkmaktadır. Ancak, cumhurbaşkanının siyasal görüşü ile kurulan hükümetin siyasal görüşü ya da başbakanın aynı çizgide olsa da görüş ayrılıkları yüzünden doğabilecek çeşitli bunalımlar da, cumhurbaşkanlığı haberlerine önem kazandırmaktadır.

Cumhurbaşkanının, kağıt üzerinde de olsa, tarafsız konumunu sürdürmek zorunda olması, siyasal gelişmelere ilişkin yorumlarını, basın toplantısı ya da açıklamalarla yapmasını sınırlamaktadır. Bu nedenle görüşlerin iletilmesinde, köşe yazarı-yorumcuların aracı olarak kullanılması tercih edilmektedir.

Cumhurbaşkanının resmi toplantılarının izlenmesi, çoğunlukla Cumhurbaşkanlığı ve Başbakanlık Muhabirleri Derneği bünyesinde örgütlü muhabir ve kameramanlar aracılığıyla gerçekleşmektedir. Medya, cumhurbaşkanının gerekli günlük, haftalık ya da aylık programlarını Cumhurbaşkanlığı Basın Müşavirliği aracılığıyla elde etmektedir.

4) Siyasi partileri izleme

Siyasi partiler öncelikle, medya tarafından oy oranları ve milletvekili sayısı gözönüne alınarak izlenmektedir. Sıralama, iktidar partisinden başlamaktadır. İktidar partisi genel başkanının başbakan da olması, başbakanın izlenmesi sırasında bu görevin de büyük ölçüde yerine getirilmesini sağlamaktadır. İktidar partisi içinde hizip ya da muhalif grupların bulunması, bu grupların da izlenmesi sonucunu doğurur ve bu tür hareketler kamuoyunda ilgi uyandırdığı için haber açısından medya mensubunu cezbeder.

Sadece iktidar partisi içinde değil, ana muhalefet paartisinden başlayarak diğer partiler izlenirken de bu tür gruplar ilgi odağı olmaktadır. Medya kuruluşlarının başkent bürolarında, genellikle her parti için bir muhabir görevlendirilmesi idealdir. Partilerin milletvekili sayılarına göre, zaman zaman iki partiye bir muhabir düştüğü de görülmektedir. Elbette siyasi partilere verilen önem, medya kuruluşunun genel çizgisiyle önemli bir paralellik arz etmektedir⁶¹:

"Geçenlerde bir televizyon yorumcusu... iki konuda sorumluluk sınırını fersah fersah aşmıştır. Birincisi İSKİ Skandalı dolayısıyla SHP için Sosyal Hırsızlar Partisi diyerek. İkincisi ırkçı bir tutumla, etnik kökeninden dolayı Dışişleri Bakanı Hikmet Çetin'i son derece çirkin bir üslupla suçlayarak... Kurum ve kişilere böylesine saldırmak, ırkçılık yapmak, basın özgürlüğüyle de demokrasiyle de bağdaşmaz."

⁶¹Hasan Cemal, "Karpaz karnajla yemek ya da basının insandiriciliği", İki Nokta, *Sabah*, 28 Ağustos 1993, s. 29.

Siyasi parti lider ve temsilcileri bütün olumsuzluklardan medyanın verdiği haberleri sorumlu tutma alışkanlığı içerisinde. TV programcısı Mehmet Ali Birand şunları yazmaktadır⁶²:

"Bu arada politikacılar, toplumun önde gelen bazı kesimleri de Refah'ın bu başarısının sorumlularını aramaya başladılar... Son açıklamalara bakılacak olursa da gerçek suçlular bulundu: Özel televizyonlar ve anket düzenleyen firmalar. Nasıl olmuş bu iş? Özel televizyonlar tartışma programları ve haber programları düzenleyerek Refah Partisi taraftarlarına ekranlarını açmışlar. Refahçılar da bundan yararlananlara propagandalarını kolaylıkla yapmışlar... Diğer bir inci de Sayın Başbakanımızdan çıktı. Buna göre, özel televizyonlar seks filmleri göstermişler ve RP de bunu kullanarak halkın kendisine oy vermesini sağlamış. Vay vay vay.. Bir de anketler var. Özel anket şirketleri öyle rakamlar çıkartmışlar ve halkı öylesine şaşırtmışlar ki, halk da bunlara kanıp yanlış oy kullanınca Refah avantajlı duruma geçmiş. Sonuç: 'Derhal bir yasa çıkarılsın ve özel TV'ler susturulsun anketçilere çekidüzen verilsin."

Bu konuda bir başka örneği, köşe yazarı Yavuz Donat vermektedir⁶³:

"MDP'nin Ankara'da 1985 Mart ayında yapılan Kongresi sırasında, bir il başkanı şöyle demektedir: 'Partimizden bir milletvekili istifa edince gazeteler haberi birinci sayfadan veriyorlar. Ama genel başkanımızın konuşması devam sayfasında. Küçük kongreyi topluyoruz, gazete bunu dokuzuncu sayfaya koyuyor. Böyle gazetecilik olur mu? Bu mu dürüst gazetecilik?'"

Gerçekleri görebilen politikacılar ise bu konuda kendi arkadaşlarını alaya almaktadır⁶⁴:

"Eski gazeteci, Basın Yayın eski Genel Müdürü, TRT eski Genel Müdürü, MDP milletvekili Doğan Kasaroğlu, dayanamıyor ve gazetecilerin yayına geliyor: Demek bizim partiyi bu hale getiren sizlermişsiniz. Ben de bir yıldır başımıza bu işler neden geldi diye merak edip duruyordum. Sizi suçlular sizi."

⁶² Mehmet Ali Birand, "Seçimin sorumluları bulundu: Özel TV'ler ve anketler", *Sabah*, 2 Nisan 1994, s. 16. (Siyah yazılar yazara aittir)

⁶³ Yavuz Donat, a.g.e., s. 194.

⁶⁴ a.g.e., s. 195.

5) Meclis'i izleme

Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin kurumsal gücü, iletişim organlarını ne kadar iyi kullanabildiğine bağlıdır. Meclis üyelerinin bir çoğu, yeniden seçilebilmek, daha iyi görevler alabilmek gibi ortak çıkarları paylaşmaktadır. Milletvekilleri, bu çıkarın tatmin edilebilmesi için medyayı ilk enstrüman olarak görmektedir.

Bir kurum olarak meclis, politik olayların aktarılmasında medyanın gücünden olumsuz yönde etkilenmektedir. Çünkü medyanın başbakanın ve hükümet çalışmalarının üzerinde yoğunlaşması, bir yasama organı olan meclisi ikinci plana itmektedir. Zaman zaman, başbakan da icraatlarında mümkün olduğunca meclisi devre dışı bırakmaya çalışmaktadır. Kanun Hükmünde Kararnameler bu konuda en belirgin örneği teşkil etmektedir.

Toplam izlenme oranlarına bakıldığında, ister yazılı olsun ister görsel, medyada, meclisle başbakana aynı oranda yer verildiği nadir görülmektedir. Meclis, medyanın yakından ilgilendiği ekonomik kararlar, savaş durumu, cumhurbaşkanının, meclis başkanının seçilmesi gibi konular dışında pek dikkate alınmamaktadır. Bu yöndeki tercih de başbakanın işine yaramaktadır.

Yasama organı olan Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin bu nedenle faaliyetlerini ön plana çıkarmak için çeşitli yöntemlere başvurduğu görülse de, bunun en önemli örneği, incelediğimiz dönem sonrasında gerçekleşse de, Meclis Televizyonu'nun yaşama geçirilmesi olmaktadır.

TBMM çalışmalarına naklen yayınlayacak olan Meclis Televizyonu, 10 Aralık 1994 tarihinde TRT'nin 3'üncü kanalından deneme yayınlarına başladı. TBMM Başkanı Hüsamettin Cindoruk, Meclis TV'nin kimsenin propaganda aracı olmayacağını söyledi⁶⁵. Meclis TV projesi, 100 milyar liralık bir harcamayla 3 yılda

⁶⁵"TBMM TV yayında", *Hürriyet*, 11 Aralık 1994, s. 36.

gerçekleştirildi. Meclis TV, Genel Kurul toplantılarını ve bazı önemli basın toplantılarını yayınlamaktadır. Meclis TV, Genel kurul salonuna yerleştirilen 4'ü uzaktan kumandalı 10 kamera ile genel kurul çalışmalarını izlemektedir⁶⁶.

Fikir babasının TBMM Başkanı Hüsamettin Cindoruk olduğu belirtilen Meclis TV, Anayasa'nın 97. ve 3984 sayılı yasanın 17. maddelerinin verdiği yetkiyle yayına geçti⁶⁷. Meclis TV'nin yönetmeliğine göre, Meclis TV toplumun milli ve manevi değerlerini gözetecek. Genel ahlak ve aile yapısına saygılı olacak. Toplumu şiddet, terör ve etnik ayrımcılığa itmeyecek. Kişileri küçük düşürücü yayınlar yapılamayacak. Tarafsızlık ilkesine uyacak ve tekzip hakkına saygılı olacak. Televizyon bir TBMM başkanvekili başkanlığında oluşturulacak yayın kurulu tarafından yönetilecek⁶⁸.

Meclis TV ile ilgili olarak Oktay Ekşi şunları söylemektedir⁶⁹:

"Bir çoğumuz belki de hiç önemsemiyor. Ama biz, tahmin edemeyeceğiniz kadar mutluyuz. Çünkü Türkiye'nin demokratikleşmesi yönünde birçok kanun çıkararak yapamayacağımız kadar önemli bir adım atıldı. Adeta bir devrim yapıldı: Türk halkının bireyleri, artık Meclis görüşmelerini, kendi televizyonlarının üçüncü kanalından o anda izleyebiliyorlar. Ve seçmenler, kendilerinin orada kimler tarafından ve nasıl temsil edildiğine, bizzat kendi değerlendirmeleri sonucu karar verebiliyorlar."

Medya, yukarıda sözünü ettiğimiz gibi meclisi dikkate almama dışında daha sert yöntemler de izlemektedir. Medya, meclisle ilgili olumlu haberleri ön plana çıkarmak yerine, milletvekillerinin maaşlarının arttırılması, meclis lokantasının ucuzluğu gibi olumsuz yönleri kullanmaktadır. Medyaya göre, meclis yavaş, etkisiz, işe yaramaz gösterilmektedir.

Milletvekillerinin, kendilerini ve çalışmalarını olumsuz yansıttıkları gerekçesiyle, TRT televizyonundan beri TV'lerden genellikle rahatsız olduğu

⁶⁶"Telo demokrasi", *Sabah*, 10 Aralık 1994, s. 38.

⁶⁷"Milletvekilleri televizyon AŞ", *Milliyet Ekran*, 11 Kasım 1994, s. 6.

⁶⁸Nuray Babacan, *Hürriyet*, 3 Mart 1995, s. 23.

⁶⁹Oktay Ekşi, "Sanki bir devrim gibi", *Ottan Yazın*, *Hürriyet*, 14 Aralık 1994, s. 1.

gözlenmektedir. TV eleştirmeni Sina Koloğlu, bu konuda Fransa'dan bir örnek vermektedir⁷⁰:

"Örneğin, Fransa'da bizde olduğu gibi milletvekilleri TV'lerden çok rahatsız. 'Meclis toplantıları TV şovu gibi veriliyor. Bu demokrasiye zarar verir. Seçmenin karşısında ciddiyetimiz yok oluyor' feryatları yükseliyor. Bazı milletvekilleri ise medya şovuna siyasilerin alet olduğunu savunarak, 'Şimdi siyasetçilere şarkı söyletiyorlar, şarkıcılar da siyaset yapıyorlar' diyorlar. Hatta kendilerine, 'hırsız', 'rüşvetçi' eleştirilerini sık sık yapan TV yorumcuları için bir araştırma komisyonu kurulmasını isteyenler de çıkıyor. 'Hırsızlık varsa bu tek taraflı değil, bizden hesap soranlar da denetim altına alınmalıdır' düşüncesini savunuyorlar. İşte bu noktada devreye Devlet Başkanı Mitterand giriyor ve şu yorumu yapıyor: 'Hepimiz, medya ile siyasetin içiçe geçtiği bir ortamda yaşıyoruz. Birbirimizin eleştirilerine tahammül etmemiz gerekiyor.'"

Gerçekten de Meclis, başbakanlık, bakanlık gibi diğer politik kurumlarla karşılaştırıldığında daha yavaş hareket eden bir görüntü sergilemektedir. Bir yasanın meclis genel kurulunda onaylanmasına kadar geçen süre -komisyonlar, alt komisyonlar, yasanın geri çekilmesi vs gibi adımlar- bu olması gereken titiz ve dikkatli çalışmayı doğal olarak yavaşlatmaktadır.

Meclis, bir çok üyeden meydana geldiği için kişisel kimliği bulunmamaktadır. Bu nedenle meclis, bir kurum olarak algılanır ve ona göre davranılır. Medyanın meclise karşı olumsuz tavrı, kamuoyunda da meclisin kendi çıkarlarını tatmin etmek isteyen bir sürü adam tarafından doldurulmuş arkaik bir anıt olarak resmedilmektedir.

Bu durum, genellikle başbakanın çıkarına hizmet etmektedir. Başbakan, medyanın bu haberlerini meclisi eleştirmekte bir araç olarak kullanma olanağına sahip olur. Aynı zamanda, başbakan, ister kendi partisinden ister başka partiden olsun muhalefeti meclisin çalışmayan kanadı olarak gösterebilmektedir. Meclis,

⁷⁰ Sina Koloğlu, "Güzel görüntüler, hoşgörülü bir medya", Bayram Anteni, *Milliyet TV Bayram Özel Eki*, 14 Mart 1994, s. 3. (Siyah yazılar yazara aittir)

kamuoyu tarafından başbakan kadar yakından izlenmediği için, başbakan bu eleştirilerinde hep avantajlı konumda kalır.

Meclisteki milletvekillerinin elbette, medya mensupları ile birebir ilişkileri çok iyi olabilir. Ancak, bu iyi ilişkilerin kurumsal düzeye taşınması beklenemez.

Ancak meclis de, bu olumsuz tavra karşı tamamen silahsız değildir. Medyayı etkilemek için kısıtlayıcı yasalar silahına başvurabilir. Bu durumlarda, iktidar ve muhalefetin meclis kimliğiyle ortak hareket ettiğine tanık olunmuştur. Son Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Yasası bu tepkinin en belirgin örneğidir.

Hasan Cemal bu konuda, "Peki, böyle bir tepki yasasına günlük deyişle çanak tutan kimler? Yanıt: Medyanın kendisi. Televizyon kanallarında öylesine sorumsuz yayıncılık örnekleri verildi ve bunun sonunda öylesine bir tepki birikimi oldu ki, bir uçtan öbür uca gittik. Kuralsızlıktan kaynaklanan kaos yerini kuralların sıkıyönetimine bıraktı. Kişilik hakları hiçe sayıldı... Kısacası ölçüler kaçırıldı! Medyanın yasal düzenlemeler ve yasaklar yerine, daha çok gelenekler ve kamuoyu baskısıyla sorumluluk çizgisine çekilmesinin daha doğru olduğunu düşünürüm" demektedir⁷¹.

Ali Bayramoğlu, RTÜK Yasası'nın gerekçesini şöyle yorumlamaktadır⁷²:

"Medyaya en çok yüklenenlerin başında kim geliyor dersiniz? Siyasetçiler ve devlet. Şu anda TBMM'de olan TV yasası, medyayı neden zabtu rapt altına almak, devletin vesayetine sokmak istiyor dersiniz? Teknik imkanlarıyla kamuoyunun taleplerini yansıtmak, bu talepler adına sorgulama işlevini medya üstlendi de onun için."

RTÜK bütçe görüşmeleri sırasında da, medyanın yargılandığına tanık olundu. ANAP Grubu adına konuşan Bülent Akarcalı, medyanın Meclis ve milletvekillerinin itibarını tirajlarına alet ettiği görüşünü savunarak buna izin verilmemesi gerektiğini söyledi. RP'li İsmail Coşar, basının kendilerini hırpaladığını

⁷¹Hasan Cemal, "Demokrasi, medya ve ölçü", İki Nokta, Sabah, 16 Nisan 1994, s. 23. (Siyah yazılar yazara aittir)

⁷²Ali Bayramoğlu, "Medya canavarı efsanesi", Tempo, Sayı: 14, 6 Nisan 1994, s. 48.

belirtti. BBP'li Ökkeş Şendiller ise "Medya Meclis'e kasıtlı olarak saldırılıyor. Rastgele kişiler eline kalemi alarak parlamentoya saldırıyor. Parlamenteoya asalaklar meclisi diye yazanlar 50 kat daha asalaktır" demektedir⁷³.

Medyaya karşı kullanılan silahlardan bir örnek, TBMM Başkanvekillerinden Kamer Genç tarafından ortaya konulmaktadır. Kamer Genç, "Meclis müzakerelerine az sayıda milletvekili katıldığını ve bunun görüntülenmesinin Meclis itibarını zedelediği" gerekçesiyle televizyon çekimleri yasakladı. Genç, daha sonra yalnız kürsüyü çekmesi koşuluyla TRT'ye izin verdi⁷⁴.

Meclis'in 28 Ocak 1987 tarihli birleşimini yöneten Başkanvekili İskender Cenap Ege, ekranda hep Meclis'in ön sıralarının gösterildiğini, bunun bazı üyelerin şikayetlerine neden olduğunu, ayrıca Meclis çalışmalarının yasak savar gibi gece 01'den sonra ekrana getirildiğini, TRT'nin bu tutumunu devam ettirmesi halinde başkanlık yaptığı oturumlara televizyon kameralarını almayacaklarını söylemektedir⁷⁵.

Milletvekilleri, gazetecilere Genel Kurul dışındaki Meclis faaliyetlerini izleme yasağı getirme çalışmaları da yapmaktadır. Bu amaçla, içtüzük değişikliği çalışmaları başlatıldı. Milletvekillerinin bulunduğu iktidar ya da muhalefet kulislerine gazetecilerin girmesinin engellenmesi amaçlandı. Bu çalışmanın mimarının DYP milletvekili Coşkun Kırca olduğu bildirildi⁷⁶.

RP Genel Başkanı Necmettin Erbakan'ın basına 'haysiyetsiz ve şerefsiz' diyerek hakaret etmesi üzerine Meclis grup toplantı salonunu terkeden gazetecilere ambargo koyma yoluna gitti. PMD, Erbakan'ı kınayan bir açıklama yaptı⁷⁷.

Bu tür açıklamalarla birlikte, milletvekillerinin medya mensuplarına karşı ortak tavır olarak toplu davalar açtığına da rastlandı. Nazlı Ilıcak, 5 Kasım 1989

⁷³"Milletvekilleri medyayı yangıladı", *Milliyet*, 14 Aralık 1994, s. 16.

⁷⁴"Boş sıra görüntüsüne yasak", *Milliyet*, 10 Aralık 1993, s. 1.

⁷⁵Emir Turan, a.g.e., s. 428.

⁷⁶"Meclis kulisine gazeteci giremez", *Sabah*, 29 Mayıs 1995, s. 19.

⁷⁷"RP basına savaş açtı", *Cumhuriyet*, 2 Aralık 1994, s. 1.

tarıhli Tercüman gazetesindeki köşesinde, "Pavlov'un köpekleri" başlıklı yazısında, ANAP milletvekillerine hakarete bulunduğu gerekçesiyle, üçü bakan 102 ANAP'lı milletvekili tarafından açılan davaya maruz kaldı. Ilıcak, her milletvekiline 3'er milyon lira olmak üzere toplam 306 milyon lira tazminat ödemeye mahkum edildi.⁷⁸

Birçok basın kuruluşunun, meclisi izleyen muhabirleri bulunmaktadır. Bu muhabirler Parlamento Muhabirleri Derneği bünyesinde örgütlenmektedir.

Muhabirler açısından, 450 milletvekili bir haber denizi özelliği taşımaktadır. Meclisteki haberlerin izlenmesinde muhabirlerin çoğunlukla dört noktayı gözönünde tuttuğu varsayılır: Kişisel ilgi, ulusal haber anlayışı, satış olanağı ve el altındaki kaynaklar.

Muhabirler, öncelikle kendisine ilginç gelen konuyu haber yapmaktadır. Muhabirlerin ilgisi iki kategoriye ayrılabilir. İlki, haberin başlığıdır. Birçok muhabir için işsizlik üzerine bir haber yapmak, meclis arşivlerinde çalışarak haber yapmaktan daha ilginç gelebilir. Meclis'le ya da üyeleriyle ilgili bir skandal, meclisin "çürümüşlüğünü" gösteren haber öncelik alır. Bu da politikacının tepkisini çekmektedir.

İnterstar'ı protesto eden Dışışleri Bakanı Hikmet Çetin, bu televizyonun bundan sonra kendisini izlememesini istedi. İnterstar'ın yorumcusu Engin Ardıç, Dışışleri Bakanlığı'nın izlediği politikayı eleştirirken, Çetin'in Kürt kökenli olduğunu hatırlatmış, "Azerbaycan politikamızdaki başarısızlık insanın aklına, bu Çetin'in kökekinden mi kaynaklanıyor sorusunu getiriyor" demişti. Çetin de kendisini "vatan hainliği" ile suçlayan ve istifaya çağırın Ardıç'a dava açmıştı⁷⁹.

Meclis çalışmalarında, hangi konunun habere değeri olduğuna medya mensupları karar verse de, milletvekillerinin elleri kolları bağlı oturduğu

⁷⁸"Rekor tazminat kesinleşt", *Bizim Gazete*, Sayı: 17, Kasım 1991, s. 9.

⁷⁹"Bakan Çetin'den Star'a protesto", *Hürriyet*, 5 Ekim 1993, s. 31.

düşünülemez. Milletvekillerinin, medyayı etkilemek için kullandığı farklı yöntemler vardır. Bunun için konuşmalarında ve açıklamalarında medyanın ilgisini çekecek konuları seçmeye özen gösterirler. Medyada haber olan olayları, soru önergeleriyle Meclis gündemine getirirler. Zaman zaman bazı konularda gönüllü olarak gazetecilerle birlikte çalışırlar.

B) POLİTİKACILAR AÇISINDAN

Politikacılar ya da siyasi partiler, kamuoyunun istek ve arzularının gerçekleştirilmesinde birer araç rolünü üstlenmektedir. Bu istek ve arzuları iyi biçimlendirebilen partiler seçmene umut verecek ve bu sayede iktidara gelebilecektir. Siyasi parti ve politikacılar, kamuoyunun istek ve arzularının nasıl karşılanacağı yolundaki mesajlarını çoğunlukla medya aracılığıyla iletmek durumundadır. Onun için medyaya özel önem verirler. Medyayı bu mesajları doğru ve zamanında ulaştırmak için kullanabildikleri durumda başarı kazanabileceklerdir.

Olaylar ve gelişmeler her zaman politikacıların planladığı ya da arzuladığı gibi seyretmez. Yine de bu beklenmedik gelişmeleri kendi lehlerine çevirme olanağına sahip olabilirler. Burada da medya devreye girmektedir. Politikacı, haberleri yönlendirebildiği, bilgiyi kontrol edebildiği, basın danışmanları ve şematik ilişkilerini verimli kullanabildiği, düzenleyeceği basın toplantılarını ve yapacağı açıklamaları akılcıca hazırlayabileceği oranda başarıya ulaşabilecektir.

1) Haberleri yönlendirme

Medyanın gücünün farkında olan politikacılar, uzun zamandır bu gücü kendi yararlarına kullanmaya çalışmaktadır. Zira, kamuoyu ile en ucuz iletişim medya yoluyla kurulabilmektedir.

Haluk Şahin'e göre, "Siyasetçiler bazı gazetecileri kendi borazanları olarak kullanmak için çeşitli manipölasyonlara girişmişler"dir⁸⁰.

Bu ucuz iletişimde amaç sadece bir zorunluluğu yerine getirmek değildir. Bazı politik amaçları da tatmin etmektir. Elbette asıl hedef, medyanın politikacılar ve faaliyetleri hakkındaki haberlerin yayınlanmasıdır. Medya, faaliyetleri en iyi sunacak ucuz iletişim aracı olduğu sürece de politikacılar, kendilerine en fazla yarayacak haberin verilmesini isteyecektir⁸¹:

"... son zamanlarda Sayın Başbakan, 'benim' diyen gazeteciden daha fazla sayıda haberi 'gazetesinin' manşetine oturtmaktadır. Şimdiye kadar, başbakanlar, her gazetede sadece 'haber konusu' olabilmışken, bugün 'kendi gazetesi'ndeki manşetlerin müellifi olan bir Başbakan'la, siyaset ve medya dünyamızda da müthiş bir paket açılmıştır... Bunun, sayılamayacak kadar çok faydası vardır. Birincisi; Başbakan açısından büyük bir kolaylıktır. Çünkü 'elindeki bilgiler'i hangi gazeteye vereceğini uzun uzun düşünerek bu ülkenin değerli zamanını israf etmemekte; ikincisi, hiç şaşırmamakta, adresleri karıştırmamaktadır. Bir başka faydalı nokta, her ne kadar bu haberler imzasız olsa veya 'katip' imzaları taşısa da, neyin nasıl yayınlanacağına, gerektiğinde, neyin yayınlanmayacağına, bizzat Başbakan'ın karar verebilme olanağıdır... Konuya biraz uzak okurlar için, bu noktada bazı şeylere açıklık getirmekte yarar bulunmaktadır. Bir kere, 'Başbakan'ın gazetesi' Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin gazetesi olan 'Resmi Gazete' değildir, 'bağımsız' özel bir gazetedir. Bunun, her sabah baktığında, Başbakan'ı mutlu eden bir gazete olması gerekir."

Politikacılar sözünü ettiğimiz amaçlarını gerçekleştirebilmek için çeşitli yöntemlere başvurumaktadırlar. Bunlardan birini gazeteci-yazar Gülçin Telci anlatmaktadır⁸²:

"Ünlü TV sunucusu Halit Kıvanç bir gün evine döndüğünde telesekreterinde ilginç bir mesaj buldu. Ben Tansu Çiller. Beni numaralı telefonda aramanızı bekliyorum. Kıvanç, hemen verilen numarayı aradı, karşısına arayan sekreter dahi girmeden doğrudan Başbakan Tansu Çiller çıktı.

⁸⁰ Adnan Erdoğan, "Basın Konseyi şikayet bekliyor", *Çağrışım*, Yıl: 1, Sayı: 4, Kasım 1992, s. 13.

⁸¹ Umur Talu, "Başbakan'a basın kartı", *Milliyet*'ten, *Milliyet*, 23 Mayıs 94, s.2. (Siyah yazılar yazara aittir)

⁸² Gülçin Telci, "Bebasını gördü talk-show'a çıktı", *Gülçin Yazıyor, Hürriyet*, 19 Mart 1994, s. 6.

Aralarında aşağı yukarı şöyle bir diyalog geçti: Halit Bey, ben TRT yönetimi ile konuştum. Onlar herhangi bir mahsur görmediler. Sizin programınıza çıkmak istiyorum. Şöyle insani yönü ağır basan bir sohbet yapalım mı? Tabii Sayın Başbakan. Geçenlerde sizin programınızda Sayın Cumhurbaşkanı'nı izledim. Çok beğendim... 'Bugün Pazar' programında uzun uzun gençlik yıllarından, eşiyle sıkıntılı günlerinden söz etti. Ama aynı hevesi, nedense çağrıldığı açık oturumlarda pek göstermedi... ısrarla bu tür bir açık oturuma katılmak istemedi. Anlaşılan Sayın Başbakan, sadece anlatmayı seviyor, dinlemekten ve eleştirilmekten hoşlanmıyor."

Gazeteci-yazar Serdar Turgut da başka bir örnek getirmektedir⁸³:

"Çiller'in cinliği... Başbakan Tansu Çiller'in, bir ay önce Clinton'la yaptığı telefon görüşmesinde, Başkan'ın görüşlerinin kendisine bir mektup olarak iletilmesini istediği öğrenildi. Geleneklere uygun olan bu istek, Beyaz Saray tarafından kabul edildi ve mektup gönderildi. Ancak mektubun seçimden dört güne Hürriyet'te yayınlanması, Beyaz Saray'da büyük rahatsızlık uyandırdı. ABD yönetimi, mektubun Ankara tarafından Clinton'dan Çiller'e seçim desteği olarak yorumlanmasını yadırgadıklarını söyledi."

Politikacıların, ilk etapta yazılacak haberin ne yönde olacağını kestirmeleri mümkün olmayabilir. Bunun için, haber ve yorumların çerçevesini elverdiğince daralttırmaya çalışır. Ancak bu yöntem izlenirken politikacının, medyayı yönlendirmesi kurnazca olmalıdır.

Hasan Cemal bu konuda, "Özel uçağıyla Ankara ve Adana üzerinde, gazetecilere yeni konut alanlarını göstermek için attığı turları anımsayınca, Özal'ın pragmatik yanı da biçimlenmektedir" demektedir⁸⁴.

TRT Genel Müdürü'nün atanmasında Bakanlar Kurulu'nun yetkili olması, TRT'nin iktidarların borazanı haline geldiği, haberlerin yönlendirildiği ve yanlış verildiği suçlamalarının sıkça yapılmasına yol açtı. İktidarlar bu suçlamaları genellikle reddettiysen de uygulamalar, iddiaları güçlendirir nitelikte oldu. TRT'nin

⁸³ Serdar Turgut, "Çiller'in cinliği", *Hürriyet*, 26 Mart 1994, s. 1.

⁸⁴ Hasan Cemal, a.g.s., s. 106.

uzun dönem, sözlü ve görüntülü medyada tekel konumunda olması bu yola başvurulmasının ana nedenini meydana getirdi.

Örneğin, TRT Genel Müdürü Tunca Toskay'ın iktidarın siyasi görüşünün temsilciliğini yaptığı yönündeki iddialar üzerine basından sorumlu Devlet Bakanı Mesut Yılmaz, kendisinin TRT yayınlarına hiçbir müdahalede bulunmadığını söylerken⁸⁵, bir başka açıklamasında Özal'ın TRT yayınlarını beğenmediğini söylemesi üzerine, "genelde TRT'den memnun olduklarını" belirtmekteydi⁸⁶.

İktidarların TRT üzerindeki hakimiyetlerinin en önemli göstergesi ise, Adalet Bakanı Oltan Sungurlu'nun, TRT kameralarının kendi konuşması bitene kadar diğer bir toplantıya gitmesini yasaklayabilmesiydi⁸⁷. TRT Genel Müdürü Cem Duna'nın yayın politikasından memnun olmayan bazı ANAP'lılar, örneğin Mustafa Taşar, "Cem Duna mıdır, dana mıdır, nedir? İkaz ederiz, olmazsa döveriz" diyebilmekteydi⁸⁸.

Politikacılar, diğer politik aktörleri -başbakan, muhalefet lideri, muhalefet partileri, meclis- ya da baskı gruplarını etkilemek için de medyayı kullanmak ister, destek arar. Politikacı, çeşitli açıklamalarında söz konusu politik aktörleri eleştirirken medya kullanılmış olur.

Köşe yazarı Ali Sirmen'in yazısındaki bir bölüm bu durumu sergilemektedir⁸⁹:

"ANAP lideri Mesut Yılmaz'ın 'basındaki sansür halkı kör etti' yolundaki sözleridir. Mesut Yılmaz, Tansu Çiller'in doğruları söylemediğini, doğruları sansür eden basın yüzünden de halkın gerçekleri göremediğini söylüyor... Yalnız bunlar dahi, Sayın Yılmaz'ın, Çiller'in basın sayesinde ayakta kaldığı savının geçersizliğini kanıtlamaya yeter. Biraz sağduyuyu sahibi olan kimse, Çiller'in basın desteği ile ayakta kaldığını ileri süremez."

Milliyet gazetesindeki bir haberde şöyle denilmektedir⁹⁰:

⁸⁵ Emir Turan, a.g.e., s. 405.

⁸⁶ a.g.e., s. 408.

⁸⁷ a.g.e., s. 437.

⁸⁸ a.g.e., s. 439.

⁸⁹ Ali Sirmen, "Siyaset ve basın", *Dünyada Bugün, Milliyet*, 12 Haziran 94, s.19. (Siyah yazılar yazara aittir).

"Yılmaz basında uygulanan sansürün halkı kör ettiğini ifade ederek şöyle dedi: Demirel'in dediği gibi yoluna devam ederken birdenbire dört ayın içinde altı ayın içinde bir ekonomik çöküntüye uğradı. Bunu tahlil ederken bu hanım sizi aldatıyor... Teşhisi doğru koymamız lazım, millete gerçekleri göstermeniz lazım. Siz bu gerçeğin örtülmesine yardımcı oluyorsunuz. Bu kadar farklı şeyleri savunan çelişkili bir Başbakan'ı hâlâ ciddiye alıp bir ümit yaparsak, gelecekte ümitli olabilmek mümkün değildir."

Politikacının bir icraatında medyayı kullanmasına ve destek aramasında en çarpıcı örneklerden biri, Başbakan Turgut Özal'ın Genelkurmay Başkanı atamasında yaşandı. Özal, Genelkurmay Başkanlığına Necdet Öztoran yerine Orgeneral Necip Torumtay'ı atadı. Özal bu gelişmeler sırasında basınla yaşadığı ilişkileri dönemin Başbakan danışmanlarından Güneş Taner şöyle anlatmaktadır⁹¹:

"Ankara'ya dönüp kararname hazırlandı. Basını arayıp demokrasi için bizimle beraber olup olmayacaklarını sorduk. Cevap müspetti. Akşam yine İstanbul'a döndük."

Özal gerçekten de, medyadan beklediği desteği buldu. Ertesi gün gazetelerin manşeti hep sekiz sütuna idi; Güneş: "Sivil müdahale", Günaydın: "Özal darbe yaptı", Sabah: "Özal'ın ordu müdahalesi." Yorumlar da Özal'ın lehine oldu⁹².

Haberleri yönlendirme isteği, çoğunlukla düz politikacılar yerine başbakan ve muhalefet liderlerinden gelmektedir. Bu yüzden, zaman zaman liderlerin yardımcıları da, liderlerini çeşitli önlemler almaya zorlamak için medyayı kullanabilir. Bu amaçla kimlik açıklanılmadan bilgi sızdırılması yoluna başvurulur.

1994 yerel seçimlerinde, SHP İstanbul Anakent Belediye Başkan Adayı Zülfü Livaneli'nin gençlik yıllarında yurtdışındaki faaliyetlerine ilişkin belgelerde bilgi sızdırma yöntemi uygulandı⁹³:

"Ankara uçağında elime aldığım çok satan bir gazetesinin kocaman manşetinde 'Zülfü'yü üzen fotoğraflar' başlığı altında yıllar önceki

⁹⁰"Başbakan halkı aldatıyor", *Milliyet*, 11 Haziran 1994, s. 11.

⁹¹Mehmet Barlas, "Öztoran olayı bir darbeye dayanamazdı", Turgut Özal'ın Anıları, *Sabah*, 13 Temmuz 1994, s. 26.

⁹²Hasan Cemal, a.g.e., s. 236.

⁹³Cengiz Çandar, "Zülfü'ye ve bize dair", *Sabah*, 24 Mart 1994, s. 15. (Siyah yazılar yazara aittir)

Zülfü'yü gördüm. 'Bir üst düzey DYP yetkilisi'nden elde edildiği ve 'Başbakan Tansu Çiller'e de verildiği' iddia edilen 'Zülfü dosyası'ndan söz ediliyordu. Gerçi Çiller yalanladı ama, ne farkeder."

Mehmet Ali Birand, aynı konuya şöyle değinmektedir⁹⁴:

"Zülfü Livaneli'ye karşı sürdürülen karalama kampanyasının çirkinliği dikkatinizi çekmiştir herhalde. Besbelli DYP'nin en tepelerinden verilen emirle devletin arşivleri açılmış ve Zülfü'nün İsveç'e kaçıışı bir vatana ihanet senaryosu içinde el altından basına yaydırılmış. Birazcık uygar bir ülkede yaşıyor olsak, şimdi hem parlamento hem de basın ayağa kalkar ve 'bu emri kimin verdiğini' araştırır, yapılan hareketi yerden yere vururdu."

Melih Aşık ise şunları yazmaktadır⁹⁵:

"Bir büyük gazetede dün manşet: Zülfü'yü üzen fotoğraflar... Polis (veya MIT) arşivinden de seçim dolayısıyla 20 yıl sonra çıkartılarak 'Büyük gazete'ye sızdırılmış. Çünkü İstanbul'un yüzlerce trilyonluk rantı üzerinde amansız bir savaş var ve bu savaşta her türlü belden aşağı vurmak mübah. Ve Büyük Gazete, devletin sızdırmak istediği haberlerde en kullanışlı araç. Bir televizyon kanalı da Zülfü'nün 12 Mart'ı izleyen dönemde Deniz Gezmiş ve arkadaşlarına ağıt yakan ve askerleri eleştiren türküsünün seslendirdi önceki akşam... Medyanın çirkinlikleri Zülfü'yü değil, medyanın kendisini karaladığı için üzüntü yaratıyor."

Hürriyet gazetesi Yazı İşleri Müdürü Tufan Türeng, bilgi sızdırılması hakkında bir başka örnek vermektedir⁹⁶:

"Başbakan, ANAP'ın yerinde duramayan hırçın çocuğu Güneş Taner'le Başbakanlık Konutu'nda ayarlanan görüşmeyi çok akıllıca kullandı... Çünkü görüşme, medyaya sızdırılıyor. Üstelik, (Mesut) Yılmaz'a karşı bir hareket gibi paketlenerek sunuluyor. Bakanlık teklifi ise es geçiliyor... Taner, görüşmenin böylesine saptırılarak sızdırılmasına kızıyor."

Buna karşılık liderler de, denetimleri altındaki çeşitli bölümlerin çalışmalarından duyduğu memnuniyetsizliği göstermek ve bazı kişileri istifaya zorlamak amacıyla medyadan yararlanırlar.

⁹⁴ Mehmet Ali Birand, "Bizi bugünlere sarstıcı kafalar getirdi", *Sabah*, 23 Mart 1994, s. 16. (Siyah yazılar yazara aittir)

⁹⁵ Melih Aşık, "Medyanın resmi", *Açık Pencere, Milliyet*, 23 Mart 1994, s. 19. (Siyah yazılar yazara aittir)

⁹⁶ Tufan Türeng, "Güneş Taner nasıl oynadı?", *Hürriyet*, 2 Temmuz 1994, s. 14.

Başbakanların iktidarlarını sürdürmek, muhalefet liderlerinin iktidara gelebilmek, politikacıların da etkin olabilmek için medya gücünü kontrol edebilmeyi öğrenmeleri gerekmektedir.

Medyanın gücü büyüdükçe, bilgi akışını denetlemek daha da karışık hale gelmektedir. Bu karışıklıktan kurtulabilmek, iletişimden sorumlu kişilerin sayısının artmasına yol açmaktadır. Bir çok farklı görevler olmasına karşın, günlük görevlerin büyük bölümü basın merkezlerine düşmektedir. Basın merkezi, günlük haber bültenlerinin hazırlanması, ajandanın duyurulması gibi görevlerle donatılmıştır.

2) Bilgi kontrolü

Başbakanın ve medyadan sorumlu kişinin, doğru ve eksiksiz bilgilendirilmesi ve politik mesajları iyi verebilmesi için, bilgiye hükmetmesi gerekmektedir. Bu bilgi kontrolü sırasında, başbakanın gerçekleri kendi çıkarları doğrultusunda eğip bükme yönünde çeşitli stratejiler geliştirdiğine rastlanılmaktadır.

Başbakan, özellikle gündemi kendisi belirlemeye çalışmaktadır. Gündemin belirlenmesi, sadece belirli haberlerin verilmesi ile sınırlı değildir. Gündemin belirlenmesi, aynı zamanda konuların veriliş tarzı, özellikle politik açıdan zarar veren konuların kontrolü ya da yön değiştirilmesidir.

Gündemin belirlenmesindeki en önemli olaylardan biri, kamuoyunda "Zakkum olayı" olarak anılan haberle gerçekleşti. Kamuoyu, 1987 yılında Milli Savunma Bakanı Ercan Vuralhan hakkındaki yolsuzluk iddiaları ve bu iddialarla ilgili soruşturmalara meşgulken, TRT televizyonu ana haber bülteninde birinci haber olarak, Ziya Özel isimli bir doktorun zakkum adlı bitkiyle kansere çare bulduğunu açıkladı. Ertesi gün, gazetelerin manşetleri bu konuya ayrıldı. Kamuoyu daha sonra, günlerce bu konuyu tartıştı. Gündem değiştirildi.

Hasan Cemal, bu konudaki kuşkuyu şu şekilde satırlara dökmektedir: "Hiç şüphe yok, zakkum olayının Vuralhan konusunun TBMM'de görüşüldüğü gün ayarlanıp sunulması da (Zakkumcu'nun -Ziya Özel- Hafize Özel'in -Turgut Özel'in annesi- öğrencisi olması da ilginçtir) Özel tarafından ayarlanmıştı.⁹⁷" "Zira radyo ve televizyon ANAP liderinin elindeydi.⁹⁸"

Örneğin Ertuğrul Özkök'e göre, Özel, 3 Şubat 1991 tarihinde Amerika Başkanı Bush'un kendisine teşekkür edeceği bölüm de bulunan konuşmasının kesilmeden yayınlanması için TRT Genel Müdürü Kerim Aydın Erdem'e talimat verdi⁹⁹.

Gündemin belirlenmesinin sürdürülmesi, bilgi akışının kontrolü ve düzgün kullanımının da mücadelesini kapsamaktadır. Başbakan ve yardımcıları ya da muhalefet liderleri, bütün güçlerine karşı gündemi tamamen istedikleri şekilde değiştiremeyebilirler. Gündemin belirlenmesi ve kontrolü, basına giden bilgiyi filtre etmek ve sınırlama önlemleri alma gereğini de doğurmaktadır.

Cengiz Çandar'ın yazısı bu konuda ilgi çekicidir¹⁰⁰:

"...Başbakan Tansu Çiller'in Malatya gezisiyle ilgili Ahmet Tan'ın yazdıklarını okuyunca, gülümsemekten başka yapacak şey kalmıyor. Başbakan, besbelli sinirliymiş, 'Artık konuşmayacağım' demiş, 'Bütün kabahat benim. Ne kadar zorlarsanız zorlayın, bu sanı ne oluyor böyle.' Devam etmiş, 'Şimdi size bir şey söylüyorum. Alıp onu döndürüyorsunuz. Dolaştırıyorsunuz. Akıl almaz bir biçime sokup, akıl almaz bir noktaya getiriyorsunuz. Söyleyen ben miyim diye ben de şaşıyorum. Her şeyi magazinleştiriyorsunuz. Ya da önemini küçültüp bambaşka kılığa sokuyorsunuz. Anlattıklarımı anlatmayıp başka kılığa sokuyorsunuz. Ya da anlıyor da mahsustan böyle yapıyorsunuz. Niye böyle yapıyorsunuz, anlamıyorum. Konuşmayacağım. Hatta yazılmasın kaydıyla bile konuşmayacağım. Yazılmasın dediklerim de yazılıyor. Hem de yanlış yazılıyor.'

⁹⁷ Hasan Cemal, a.g.e., s. 134.

⁹⁸ a.g.e., s. 80.

⁹⁹ Emir Turan, a.g.e., s. 465.

¹⁰⁰ Cengiz Çandar, "Sevgili şizofren Türkiye", *Sabah*, 18 Ocak 1994, s. 17. (Siyah yazılar yazara aittir)

Başbakan, benim ve birkaç kalemin daha 'Brüksel tiyatrosu' konusundaki yazdıklarımızla 'oyunu' bozulduğu için sinirlenip, ayıp ediyor. Güneri Cıvaoglu ve Fatih Çekirge'ye ayıp ediyor. Nitekim ayıp ettiği, dün uçağa okuduğum Cıvaoglu'nun yazısının giriş bölümündeki şu satırlardan da belli: 'Geçen haftanın başlarında Pazartesi gecesi Tansu Çiller'den Brüksel'deki otel dairesinde -Kuzey Irak'ta Kürt varlığı için, hatta Kürt devleti için işaretler aldığını- dinlemiştik. Yalçın Doğan, Fatih Çekirge ve ben o gün gazetecilere yasak olan zirve salonuna açılan salonlara girebilmiştik. Yakalarımıza oradaki delegasyondan diplomatların yaka kartlarını takmıştık.' Gazetecilere yasak zirve salonuna, güvenlik titizliği ile bilinen NATO'nun resmi delege kartlarını temin ederek girebilmek nasıl mümkün olabilir? Başbakan sayesinde! Uçağında beraberinde getirdiği gazetecilere bunu sağladı... Hükümet Başkam, özel imtiyazlar tanıdığı ve kendisini göklere çıkaran gazetecileri, bu övgülerine neden olan kendi verdiği bilgileri reddedercesine..."

Doktor Emir Turam, Cumhuriyet gazetesinden şu alıntıyı yapmaktadır: "Çernobil faciasından sonra, birçok Avrupa ülkesi televizyonlarında açık oturumlar düzenlenerek radyasyon konusunun tartışıldığı bildirilirken, Türkiye'de yapılan radyasyon ölçümleri kamuoyundan saklı tutulup, sadece Ankara'daki yabancı büyükelçilere ve uluslararası örgütlere dağıtıldı.¹⁰¹"

Aynı şekilde TRT de İsmail Özdağlar olayını Özal hükümetinin istediği zamanda ve istediği biçimde yansıtmaktadır¹⁰².**

Başbakanın ya da muhalefet liderinin, medyaya giden bilgi akışında birinci kaynaktan duruma el koyması, bilgiyi verenler ve bilgi çeşidi üzerinde de denetime sahip olması gerekmektedir.

SHP Genel Sekreteri Fikri Sağlar, özel radyo-TV'lere ilişkin yasanın yürürlüğe girmesinden sonra SHP'nin özel televizyonlara karşı uyguladığı

¹⁰¹ Emir Turam, s.g.e., s. 420.

¹⁰² s.g.e., s. 407.

** Devlet Bakanı İsmail Özdağlar'ın UM Denizcilik şirketi sahibi Uğur Mengencioğlu'ndan rüşvet istediği, Mengencioğlu'nun cebine Özal'ın damgasılarından Adnan Kahveci tarafından yerleştirilen küçük bir teyp aracıyla ortaya çıkarılmış, Özdağlar'ın dokunulmazlığı kaldırılarak, Yüce Divan'da yargılanmış ve mahkûm olmuştur.

ambargonun artık kalktığını, ancak özel televizyonlara verilecek demeç ve programlara katılmak için Genel Merkez'den onay alınacağını söyledi¹⁰³.

Medyaya gidecek topluma açıklanacak olaylarda, birinci kaynaktan bilgiye el koyabilmenin bir diğer yolu da, eldeki medya kaynaklarını, Anadolu Ajansı örneğinde görülebileceği gibi kullanmaktır¹⁰⁴:

"Geçen hükümet döneminde Anadolu Ajansı'nın üst kadrolarında bir değişiklik yapıyor. Önce Yönetim Kurulu değişiyor. Ve bu kurula Ceyhan Baytur, Aliye Dülger (DYPLi Mehmet Dülger'in annesi), Türker Sanal, gibi isimler giriyor. Ve hemen ardından 4 genel müdür yardımcısı atanıyor. Birisi İzmir DYP kontenjanından Ceyhan Altınyeleklioğlu, diğeri Ankara kontenjanından Mehmet Muhsinoğlu. Muhsinoğlu daha işe başlar başlamaz oğlu Baran Muhsinoğlu'nu ajansa alıyor. Ve kısa süre sonra da 'Oğul Muhsinoğlu' Londra bürosuna atanıyor. Çiller Hükümeti göreve başladıktan bir süre sonra Anadolu Arpalığı'nda bir takım değişiklikler olmaya başlıyor. İlk olarak Yönetim Kurulu toplanıyor. Ceyhan Baytur, Aliye Dülger, Nevzat Ünlü, Türker Sanal gibi isimler üyelikten çıkarılıyor. Yerlerine de Başbakanlık Basın Müşaviri Mehmet Bican, İbrahim Özkan, gazeteci Oktay Pirim, Şahmettin Çimen (DYP Çankaya İlçe Başkanı), Turgay İçöz (DYP Yüksek Haysiyet Divanı üyesi) getiriliyor."

"Bugün Anadolu Ajansı'nı kimler yönetmektedir? Efendim, ajansın bugünkü Yönetim Kurulu Başkanı'nın adı Mehmet Bican'dır. Peki Mehmet Bican kim midir? Başbakan Tansu Çiller'in basın danışmanlığı görevini yürüten bir meslektaşımızdır. Yani Bican, görevi gereği Başbakanın emrinde çalışan bir yanı bürokrattır. Geliyoruz ajansın Yönetim Kurulu Başkanvekiline. Adı Yusuf Turan'dır. Onun da esas görevi, Devlet Bakanı Yıldırım Aktuna'nın danışmanı. Yönetim Kurulu'nun üçüncü ismi, Ali Abalı'dır. Ali Abalı da şu günlerde Başbakan Vekilliği yapan Devlet Bakanı Necmettin Cevheri'nin basın danışmanıdır. Geriye kalan iki Yönetim Kurulu üyesinden birinin İnterstar Ankara Temsilcisi Orhan Uğuroğlu, diğerrinin de Yönetim Kurulu toplantılarına pek katılmayan

¹⁰³ *Anadolu Ajansı*, 25 Nisan 94, A23820

¹⁰⁴ Fatih Çekirge, "AA ya da Anadolu Arpalığı", *Sabah*, 16 Aralık 1993, s. 38. (Siyah yazılar yazara aittir)

Günaydın Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Behiç Kılıç olduğunu belirttikten sonra, gelelim kafalara takılan önemli soruya. Beş üyesinden üçü, bakanların emrindeki kişilerden oluşan bir Ajans, siyasi iktidarın etkisinden ne kadar uzak olur?¹⁰⁵

Bu iletişimi denetlemenin en önemli yolu da, basınla konuşacak kişilerin sayısını sınırlamaktır. Özellikle kritik politik meselelerde, liderler basına açıklama yapacak kişileri belirlemede çok seçici davranır¹⁰⁶.

"Başbakan... devalüasyon kararını aldı: 'Yüzde 13.59 olsun... Yani dolar 17 bin 250.' Toplantıyı izleyen Başbakan'ın eşinin yüzünden mutluluk akıyordu. Başbakanlık basın danışmanı, kararı saat 23.30'da gazetecilere açıkladı. Oysa ertesi gün, 'memleketin' Başbakanlarına yakınlığıyla maruf bir yazar, gazetede köşesinde, 'Haber Başkent'ten saat 22.00'de geldi., yüzde 13.59 oranında devalüasyon yapılıyor, bir saat sonra açıklama yapılacak mesajını aldık' diye yazacaktı."

Seçici davranılırken, Ertuğrul Özkök gibi elit sayılan gazeteciler, öncelik alabilmektedir¹⁰⁷:

"Başbakan Tansu Çiller, dün gece yarısı saat 23.35'te kendisine yönelttiğimiz bir soru üzerine, on binlerce mevduat sahibini rahatlatacak bir açıklama yaptı: TYT, Marmarabank ve Impexbank dışında kapatılacak veya tasfiye edilecek başka banka yok... Ekonomi yönetimi, psikolojik büyüculük sanatıdır. Ve ne yazık ki, krizin psikolojik yanı iyi yönetilmiyor. Ama öyle sanıyorum ki bütün bu belirsizlik, Başbakan'ın dün akşam söylediği bu sözlerle ortadan kalkacak."

Melih Aşık, iktidar seçkini gazetecilerin "çanak" sorular sorduğunu ileri sürmektedir¹⁰⁸:

"Kimi gazeteci isterse Tansu Hanım'a telefonu açıp o günü kurtarıyor. Kimi meslektaş yazısına 'Tansu Hanım dün bana telefonda dedi ki' diye başlayarak aklınca hava atıyor. Kimi meslektaş Tansu Hanım'ı kullandığını sanıyor. Tansu Hanım tarafından kullanılıyor. Tansu Hanım çanak soruları seviyor. Tansu Hanım, Batı ülkelerinin yetkilileri gibi basın toplantısı yaparak tüm gazetecilere ve tüm kamuoyuna aynı anda

¹⁰⁵ Melih Aşık, "Bağımsız ve özgür AA..!", Açık Pencere, *Milliyet*, 16 Nisan 1994, s. 17. (Siyah yazılar yazara aittir)

¹⁰⁶ Hasan Pulur, "Devalüasyon lotaryası", Olaylar ve İnsanlar, *Milliyet*, 11 Mayıs 1994, s. 3. (Siyah yazılar yazara aittir)

¹⁰⁷ Ertuğrul Özkök, "Üçü dışında ol konacak banka yok", *Politika, Hürriyet*, 23 Nisan 1994, s. 23.

¹⁰⁸ Melih Aşık, "Çanak", Açık Pencere, *Milliyet*, 16 Kasım 1993, s. 17. (Siyah yazılar yazara aittir)

seslenmeyi sevmiyor. Çünkü basın toplantısında tatsız soru gelebilir. Tansu Hanım o yüzden özel konuşmaları yeğliyor. Gazeteciler bu özel ilgiyi çanak sorularla ödüyor. Vatandaşa kamu hizmeti böyle sunuluyor."

Burada, haber alma ya da bilgi edinme hakkı sorunu karşımıza çıkmaktadır. Bilgi edinme hakkı, uluslararası bir kavram ve hak olarak, medyanın sağladığı haber akışının ürünüdür. Haberleşme özgürlüğü ise, bilgi edinmek üretimini sağlayan bir süreçtir. Bu doğrudan doğruya halkı da yakından ilgilendirmektedir. Profesör Çetin Özek, bu konuda şu saptamayı yapmaktadır¹⁰⁹:

"Düşünce açıklama özgürlüğü haber, bilgi, düşüncenin özgürce dolaşımının gerçekleştirilmesi yoluyla halkın bilgilendirilmesini ve böylece siyasal tercihlerin sağlıklı yapılabilmesini sağlar. Bu amaçla, demokrasilerde 'halkın bilgilendirilme hakkı'nın varlığı kabul edilir. 'Halkın bilgilendirilme hakkı'na işlerlik kazandıran ise, özgür haber, bilgi, düşünce dolaşımı olanağının varlığıdır. Kitle iletişim araçları ve bu kapsamda basın, halkın bilgi edinme hakkını sağlama görevini üstlenmişlerdir. Düşünce açıklama özgürlüğünün sınırlandırıldığı siyasal yapılarda, kitle iletişim araçları ve dolayısıyla basın yoluyla düşünce açıklama özgürlüğü sınırlandırıldığı için, halkın bilgi almak hakkı da sınırlandırılmış olur."

Halkın bilgi edinme hakkı, aynı zamanda gerçeği bilme ögesini de kapsamaktadır. Bilgi, haber dolaşımının görünüşte özgür olduğu ortamlarda da bilgi, haber ve düşünceyi saptıracak etkenler işlerlik kazandığında, hiç değilse uygulamada halkın gerçeği öğrenme hakkı sınırlandırılmış olur. Bu nedenle haber ve bilginin saptırılmasının da önlenmesi bir zorunluluktur.

Nitekim, Gazeteciler Cemiyeti başkanlarından Nezih Demirkent yaptığı bir konuşmada, bu konuya özetle şöyle değinmektedir¹¹⁰:

"Şunu kabul etmek gerekir ki; en önemli yanlışlık noksan bilgilendirilmekten kaynaklanmaktadır. Hukuk düzeninin tartışıldığı bir toplumda kurumsallaşmak gayri mümkündür... Bilebildiğimiz kadarıyla haber almak, vermek, bildirilerin yayınlanmasına olanak tanımak veya karşı görüş bildirmek bugün suç sayılmaktadır. Haberleşmeyi kontrol altında

¹⁰⁹ Alpay Kabacalı, *Bizim Gazete*, Sayı: 1, Temmuz 1990, s.30.

¹¹⁰ Nezih Demirkent, *Sayfa Sayfa Gazetecilik*, İstanbul, Altın Kitaplar, 1982, s. 268.

tutan, düşüncüyü tekelleştirmek isteyen iletişim kanallarını belli zümrelere açan keyfî idarenin, basın varlığından rahatsız olduğu inkar edilemez bir gerçektir."

Sabah gazetesi başyazarı Güngör Mengi de benzer bir saptamada bulunmaktadır¹¹¹: "...uygar toplumlara damgasını vuran 'halkın gerçekleri öğrenme hakkı' Türkiye'ye daha girmemiştir. Türkiye'de halk bütün gerçekleri öğrenme hakkına hâlâ sahip değildir. Sadece devletin uygun gördüğü kadarını bilecek, fazlasını merak etmeyecektir."

Türkiye'de iktidarlar, düşünce açıklama özgürlüğünün önündeki engelleri kaldırmadığı gibi, bilgi edinme hakkını da önlemektedir. ANAP iktidarı döneminde, Başbakan Mesut Yılmaz'ın kamu kuruluşlarına gönderdiği, basına bilgi verilmesini engelleyen genelge bunun en çarpıcı örneğidir¹¹².

Bu bilgi verme yasağı yüzünden, gazetelerin süratli ve doğru haber almaları, bilgi edinmeleri olanak dışı kalmakta, bu da doğrudan halkı etkilemektedir. Yasak, zaman zaman haberlerde yanlışlıklara yol açmakta, gazeteci-yazar Nail Güreli'nin deyimiyle bunun faturası da gazetecilere çıkarılmakta, basın "yalan-yanlış haber vermekle" suçlanmaktadır¹¹³.

Eski TUSİAD Başkanı Cem Boyner de, Türkiye'nin bugüne kadar çektiği sıkıntıların büyük çoğunluğunun gerçekleri gizlemekten kaynaklandığını belirtirken, "Basının doğru haber vermemesinden endişe ediliyorsa, çözüm basını doğru bilgilendirmektir" yorumunu yapmaktadır¹¹⁴.

Gazetecilikte Meslek Ahlakının Uluslararası İlkelerinin birincisi de, insanların doğru enformasyon alma hakkından bahsetmektedir¹¹⁵:

¹¹¹ "Türkiye'de gazetecilik yapmak, mayın tarlasında yürümeye benziyor", *Bizim Gazete*, Sayı: 14, Ağustos 1991, s. 3.

¹¹² "Mesut Yılmaz basına bilgiyi yasakladı", *a.g.e.*, s. 8.

¹¹³ Nail Güreli, "Artık değişsin", Ediröden, *Bizim Gazete*, Sayı: 18, Aralık 1991, s. 3.

¹¹⁴ "Boyner: Basına kısıtlamayı kıyıyoruz", *Bizim Gazete*, Sayı: 1, Temmuz 1990, s. 9.

¹¹⁵ Hüseyin Hatemi, *Basın Ahlakı*, İstanbul, Çığır Yayınları, 1976, s. 79.

"İnsanlar ve bireyler, doğru ve kapsamlı enformasyon ile gerçeklerin nesnel bir görünümünü edinmek hakkına sahip oldukları gibi, kendilerini çeşitli kültür ve iletişim medyaları ile özgürce ifade etme hakkına da sahiptirler."

İktidar ya da muhalefet liderleri, bütün kısıtlamalara rağmen bazen bilgi sızmasını engelleyemez. Çünkü medya mensupları, sürekli bu tür kaçakların peşindedir. Kaçaklar bazen, medya mensubu için kamuoyundan gizlenen bir haberi almanın tek yolu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durumda sızan bilgi ile, basın toplantıları, grup röportajları, basın açıklamaları gibi çeşitli yollar kullanılarak başedilmesi zorunluluğuyla karşı karşıya kalınmaktadır.

Hasan Cemal'in yazısı bu konuda iyi bir örnek teşkil etmektedir¹¹⁶: "(Özal'ın) Bakanlar Kurulu'nda değişiklik haberlerinin zamanından önce basına sızması üzerine, kararını ertelediği, hatta uygulamadan vazgeçebildiği durumlar olmuştur."

İktidar, kendisine zarar verebileceğine inandığı ya da saklanması güç olduğu hissedilen bilgileri, devlet sırrı kapsamına alma yoluna da başvurmuştur. Bu tür bilgileri yayınlamak da, dava ve cezaya konu olmaktadır.

ANAP iktidarı daha da ileri giderek, bakanlara istedikleri belgeye devlet sırrı demesini yeterli görececek bir yasa hazırlığına da girişti. Erbil Tuşalp bu konuda şunları söylemektedir¹¹⁷:

"Özal'ı 'demokrasiden yana özgürlükçü bir sivil lider' olarak görmek ve göstermek isteyenlerin çok çabuk unuttukları bir yasa tasarısı var, basın tarihimizde. Türk Ceza Kanunu'nu değiştirmek için Adalet Bakanı Oltan Sungurlu tarafından oluşturulan komisyonun hazırladığı ön tasarı... Bir belgenin gizli kalması gerektiğine ilgili bakanın 'devlet sırrı' demesini yeterli görüyordu. Ya da 'devletin ekonomik ve ticari itibarını zarara uğratan ve anlaşmaların bozulmasına yol açan' haberleri suç sayıyordu."

¹¹⁶ Hasan Cemal, a.g.e., s. 83.

¹¹⁷ Erbil Tuşalp, a.g.e., s. 267.

Bilgi kontrolünün ortak tekniği ise yalan söylemek, bilgiyi yalana yakın bir hale getirmek ya da yalanlamak olarak karşımıza çıkmaktadır.

Başbakan Turgut Özal'ın, 1986 Eylül'ündeki ara seçimler öncesinde kızına ve damadına Jaguar marka otomobil hediye edilmesi ile ilgili haberin Güneş gazetesinde Haziran 1986'da yer alması üzerine, eşi Semra Özal'ın da etkisiyle basını suçlamaya hazırlandığı belirtilmektedir¹¹⁸.

Çernobil faciasından sonra, Sanayi ve Ticaret Bakanı Cahit Aral, çayların radyasyonlu olmadığını ileri sürdüğü basın toplantısında bardak bardak çay içti.¹¹⁹ Ama daha sonra çayların radyasyonlu olduğu özel alanlarda toplanmasıyla ortaya çıktı.

3) Medya danışmanları

Günümüz politikacıları, medya danışmanlarına -basın danışmanı ve basın müşaviri de denilmektedir- ve piar kuruluşlarına önem vermektedir. Medya danışmanları ile piar kuruluşlarının etkisi daha çok, kazananla kaybedeni ortaya koyacak genel seçim tanıtım kampanyalarında hissedilmektedir.

Türkiye'de 80'lerle birlikte politikada yeni jenerasyon ortaya çıkarken, bu kişilerin uzmanlığa verdiği önemle, iletişim profesyonelleri de politika sürecine katıldı. İletişim profesyonellerinin, siyasal alana girişinin bir başka nedeni de, 80 öncesi seçmenin katı siyasal tutumundaki yumuşama, esnekleşme, önemli bir seçmen kitlesinin siyasal skala üzerinde mobilize olmasıdır.¹²⁰

¹¹⁸Hasan Cemal, a.g.e., s.137.

¹¹⁹Ercan Deva, *Özal'ın yan bakışları*, Ankara, Engin Yayınlar, 2. B., 1991, s. 114.

¹²⁰M. Naci Bostancı, "Siyasal kampanyalar ve profesyoneller", *Türkiye Gündüğü*, 26 Ocak -Şubat 1994, s. 35.

Seçmene ulaşabilmek için, politikacıların ellerinden geleninden daha fazlasını yapmaları gerekiyordu. Ve bu nedenle medya danışmanlarına kapılar açıldı.

Doçent Doktor M. Naci Bostancı, medya danışmanlarının işlevlerinin olumlu ve olumsuz yönlerini şöyle sıralamaktadır¹²¹:

"Bunlardan olumlu kabul edilebilecekler şunlar: Birincisi, kamuoyu eğilim ve beklentileri bilimsel yöntemlerle siyasetçilere ulaştırılarak, onların kendi siyasetlerini daha gerçekçi ve somut bir zeminde kotarmaları sağlanıyor. İkincisi, demokrasinin en önemli ilkelerinden biri olan katılım, profesyonellerin çalışma yöntemleriyle daha üst düzeyde gerçekleşiyor. Üçüncüsü, çeşitli siyasal sorunlar ve çözümleri konusunda ancak genel bir bakış açısı olan politikacı, uzman kişilerin yardımıyla daha teknik ve ayrıntılı bilgi sahibi oluyor.

Olumsuz etkiler ise şöyle sıralanabilir: Biricisi, profesyoneller nötr unsur olarak, sadece kamuoyunun eğilim ve tepkilerini belirlemiyorlar, bunları birer veri olarak alıp hizmetinde oldukları senyörün yüksek politikaları için uygun manipülasyon tekniklerinde kullanıyorlar. İkincisi, insanların bilinçaltına seslenen, ses, görüntü, efekt imajlarla yalın gerçekliğin yerine hissiz ve inşa bir rasyoneliteyi ikame ediyorlar. Üçüncüsü ise, profesyonellerin manipülasyonu, hizmet verdikleri kişilerden başlatarak ne kitleler ne de politikacılar için anlamlı hiç bir semeresi olmayan illüzyonları başvurmalarıdır."

Çoğunluğu eski gazeteci olan medya danışmanları, doğal olarak adayın ihtiyacı olan imajı yaratmaktadır. Medya mensupları da, bu özel uzmanlara son araştırmaları, tahminleri ve açıklamaları yapmalarından dolayı, dolaylı birer bilgi kaynağı olarak yaklaşmaktadır.

Medya danışmanları, eskisi gibi artık perde arkasında kalmamaktadır. Medya karşısına çıkmaktadırlar. Bu durumlarıyla da kendileri de medyatik önem kazanırlar, bir statü sembolü olurlar. Bu yüzden politikacılar, genellikle ismi ve dolayısıyla çevresi olan bir danışmanla çalışmayı tercih etmektedirler. Böylelikle

¹²¹ a.g.e., s. 33.

kampanyanın meşruiyeti ve medyanın ilgi göstermesinin sağlanması amaçlanmaktadır¹²²:

"O halde Çiller ve Karayalçın... medyayı tekrar yanına almanın ve böylece tutucular koalisyonunu sindirmenin, sağlam ve açık tavırlarını koymalıdır... Medyanın bugün etkin olan nesli, en deneyimli olarak bilinen Süleyman Demirel'den bile önce gazetecilik yapıyordu. Kimler gelmiş, kimler geçmiştir. O nedenle Karayalçın onlara açık olmalıdır. Çiller de eğer bir devlet politikası sorunu emanet edecekse, bunun ortamını, içeriğini üslubunu tam olarak ortaya koymalıdır. Boş bir şık çerçeve medyaya etki yapmaz. Londra ve Paris'te hükümetler, Madrid'te Başbakan Gonzales, medya zirveleri ile özel toplantılar yaparlar, devlet politikalarını anlatırlar, bunların bir kısmının sır olarak kalmasını isterler. Kendilerini temsil eden itibarlı sözcüleri, danışmanları, medyaya bazen günde 2 kez bilgi verirler. Ve böylece kriz dönemlerinde yönetimler medya desteğini yanlarına almış olurlar... Bu hükümetin de içeride hükümet dışı koalisyonları olmalıdır. İşverenlerde, işçide, üniversitede, medyada."

Medya danışmanları, partiye gönülden bağlı olsa da, bu işi para kazanmak için yapmaktadırlar. Kazanmak için de, başarılı olmaları gerekir. Başarılı olanların da kazancı artar. Bu durum da, kime danışmanlık yapacakları konusundaki kararlarını etkiler.

Danışman yönünden bakıldığında, en iyi politikacı başta televizyon olmak üzere medyayı iknada başarılı olan politikacıdır.

Melih Aşık, yazısında başarısız bir örneği göstermektedir¹²³:

"Uğur Dündar birkaç hafta önce Arena programında Başbakan Tansu Çiller'in gaflarını işlemiştir. ertesi gün Başbakan Tansu Çiller'in bir danışmanı Uğur Dündar'ı aradı. Dediği özetle: -Sayın Başbakan bu tür yayınlara çok üzülüyor. -Üzülecek birşey yok. Her siyasetçi için ister eleştiri deyin, ister hiciv deyin böyle şeyler yapılır. Bizim işimiz bu. Ve Danışman derhal rüşvet önerisine geçiyor: -Başbakanla özel bir görüşme yapmak istemez miydiniz? Bunu hemen sağlayabilirim. -Olur tabii, diyor Uğur Dündar, özgürce soru sorup yanıtlarını yayınlamak koşuluyla

¹²² Güneş Cıvaoğlu, "Ateşleki kestane", *Sabah*, 7 Kasım 1993, s. 33.

¹²³ Melih Aşık, "Tehdit", *Açık Pencere*, *Milliyet*, 18 Kasım 1993, s. 17. (Siyah yazılar yazara aittir)

neden olmasın. Uğur Dündar bir süre sonra da Antalya Beldibi'nde Tansu Çiller'in Başbakan olmasından sonra tahsisi alınan şirketi ekrana getirdi. Programın yayınından önce konu duyulunca aynı danışmandan bir telefon daha. Ve yapmasanız, etmeseniz yollu dileklerden sonra bir tehdit: -Bu durumda Sayın Başbakan'la yapacağınız özel röportaj suya düşebilir."

Kamera karşısında rahat hareket etmek, ekici ya da etkileyici olmak politikacıya büyük avantajlar sağlamaktadır.

Hasan Cemal, 1983 Genel Seçimleri öncesi, danışmanlarının da ustaca yönlendirmesiyle, Özal'ın, aydın kamuoyu karşısında liberal bir görüntü çizmeyi başardığını yazmaktadır¹²⁴. Cemal'e göre, Özal'ın kamuoyundaki Tonton Amca imajının oluşturulmasında danışmanı Selim Egeli etkili oldu, Özal'ın giyiminden, saç tuvaletine, hatta gözlük çerçevesine kadar değişmesini sağladı. Egeli, etkili olabildiği yıllar içinde Özal'ın iç ve dış basında ilişkilerinin düzgün gitmesini gerçekleştirdi¹²⁵.

Kampanya temaları ve stratejileri geliştirip, çeşitli pazarlama teknikleri uygulayan medya danışmanları, politikacıyı kamuoyuna satmaya çalışır. Danışman öncelikle bu faaliyetlerini, para ödemeyecekleri medyaya karşı uygular. Haberlerde ve gazetelerde görünmek isteyen politikacı için danışmanlar, konuşmalar, tartışmalar ve basın toplantıları düzenler. Televizyonlar için güzel, çarpıcı görüntüler önemlidir. Bu amaçla baba ocağına gidilir, anne-baba eli öpülür, aile fotoğrafları için pozlar verilir. Human-interest bir etki yaratılmaya çalışılır.

Günümüzde medya danışmanları, partilileri harekete geçirmekten çok, politikacıları yüzer gezer seçmenleri etkilemeye yönlendirmektedir. Politikacılar, mutlaka zafer getirici teknikleri kullanmalıdır.

Yine de açıklamalar ve bildirilerle adayını ön plana çıkarmaya çalışan medya danışmanları, partiden bağımsız hareket edemez. Geleneksel politikayı ve bunu oluşturanları görmezden gelemeyiz.

¹²⁴Hasan Cemal, s. 49.

¹²⁵g.c., s. 101.

Danışmanlar, kendisi ve politikacı gerekli görürse, bir grupla beraber çalışabilir. Bu danışmanlar ordusu, demeçleri ve konuşmaları hazırlar, reklamları ayarlar, stratejileri belirler, basın bildirilerini ve açıklamaları yazar, broşürleri düzenler. Böyle geniş bir kampanya sırasında danışman, reklam ajansları ve halkla ilişkiler şirketleri ile işbirliği yapabilir ya da söz konusu iki kuruluş ayrı ayrı doğrudan kampanya sorumluluğunu üstlenebilir.

Medya danışmanlarının çoğu, seçim sonrası resmi danışman hüviyetini kazanmaktadır. Elbette, resmi hüviyeti danışman olanlar bu görevlerini sürdürebilmektedir. Medya danışmanları, iktidar mensuplarınca -başbakan ve bakanlar- 657 sayılı devlet memurları yasasına göre, sözleşmeli olarak ya da kadrolu sözleşmeli olarak istihdam edilmektedir. Partilerde de basın merkezlerinde çalışmaktadırlar. Medya danışmanları bir ofis oluşturabileceği gibi, yalnız da bu işi götürebilmektedirler.

İlhan Selçuk, gazetecilerin sonradan danışman olmasını eleştirmektedir¹²⁶:

"Bizde gazeteci Cumhurbaşkanı danışmanı olup gazetecilik yapıyor, yakını olup, onun tezgahında gazetecilik yapıyor, hatta resmi kurumlarda görev alıp gazetecilik yapıyor. Bir çeşit kurye olarak hizmet görüp gazetecilik yapıyor. Bunlar çirkin şeyler. Gazeteci dediğiniz bağımsız olur... Bunlar Özal döneminde oldu."

İlhan Selçuk'un ismini vermeden bahsettiği bu tür danışman gazetecilerden biri de Cengiz Çandar'dır. Çandar, Cumhurbaşkanı Özal'ın danışmanlığına gelişini şöyle anlatmaktadır¹²⁷:

"(Özal), 'Benimle çalışmanı istiyorum' dedi... Danışmanım olarak... Onur verici ve hep düşlerimde duran bir öneriydi. Benim için önemli olan Cumhurbaşkanlığı Danışmanlığı değildi. Önemli olan, önsezimle büyük bir duygu ve düşünce kesişmesi içinde bulunduğuma inandığım ve çok ama çok önemsedığım Turgut Bey'le yakın ilişkide çalışabilmektir... Cumhurbaşkanlığı kontenjanından, bir kuruluşun yönetim kurulunda

¹²⁶ Dilek Önder, "Ben artık yükselen değilim", *Hürriyet*, 2 Ocak 1994, s. 37.

¹²⁷ Cengiz Çandar, "İçimden biri, bir dev", *Turgut Beyli Anılar. Sabah*, 21 Nisan 1994, s. 22.

sağladığı üyelik, hem Köşk kadrosunda istihdam zorunluluğunu ortadan kaldırılabilecek, dolayısıyla, ilişkimizde bana büyük bir hareket serbestliği sağlayacaktı, -ki bunun böyle olmasını istiyordum- hem de benim mali sorunum, devlet bordrosundan karşılanmadan hallolacaktı..."

Yavuz Donat, Özal döneminde ANAP Genel Merkezi'nde, basınla ilişkileri düzenlemekle yetkili olanların sayısını 17 olarak açıklamaktadır. Donat'a göre, bu bir kargaşaya yol açabilecek durumdur ve Özal'ın basınla ilişkilerini bizzat kendisinin yürütmesi daha yararlı olacaktır¹²⁸. Nitekim bu konuda Donat şöyle demektedir: "Başbakan sık sık gazetecileri azarlamak veya onlara küsmek yerine yanına, iş bilen-iş bitiren bir, iki basın danışmanı almalıdır."¹²⁹

Bir başka yazısında Donat, danışmanların durumunu şöyle göstermektedir¹³⁰: "Gerginlik giderek tırmandı ve Kayseri'de Özal halka hitap ederken, danışmanları arasında kavga çıktı. 'Dövmeli, sövmeli' sözler edildi... Bir danışman gazetecilerin yanına geliyor, öteki danışmanı eleştiriyor ve 'Yazın bunları' diyordu. 1987'nin Eylül ayına girildiğinde, Özal'ın basınla ilişkileri işte bu durumdaydı." Donat, basından sorumlu Devlet Bakanı Mesut Yılmaz'ın basınla ilişkileri düzenlemek istediğini ama engellerle karşılaştığını belirterek, "Zira bu konuda 8-10 kişi görevli, yetkili. Her kafadan ayrı ses çıkıyor" demektedir¹³¹.

Devlet kademesinde en belirgin medya danışmanlığını üstlenen resmi iki kuruluş Cumhurbaşkanlığı ve Başbakanlık Basın Müşavirleri'dir. Cumhurbaşkanı Turgut Özal'a basınla ilgili bilgiler Can Pulak, Metin Yalman ve daha sonraları bu ekibe katılan sözcü Kaya Toperi tarafından veriliyordu. Can Pulak, Özal'a haberleri iletmenin "yüzyüze, telefonla ya da karta not yazma" biçiminde yapıldığını anlatmaktadır¹³².

¹²⁸Yavuz Donat, a.g.e., s. 418.

¹²⁹a.g.e., s. 120.

¹³⁰a.g.e., s. 410.

¹³¹a.g.e., s. 269.

¹³²Gülten Arslan, *Panorama*, 6-12 Nisan 1994, Yıl: 1, Sayı: 52, s. 29.

Ancak politikacıların, medya danışmanları konusunda dikkatli davranması gerektiği de ortaya çıkmaktadır. Çünkü medya danışmanları, politikacılar gibi gizli bilgilere ulaşabilmekte, birçok özel olaya tanık olabilmektedir. Bu bilgiler, medya danışmanları tarafından daha sonra çeşitli nedenlerle söz konusu politikacı aleyhine kullanılabilir. Başbakan Tansu Çiller'in 4.5 ay danışmanlığını yapan Nursun Erel ve Ali Bilge, tanıklıklarını önce Cumhuriyet gazetesindeki dizide sonra da "Tansu Çiller'in Siyaset Romanı" adlı kitapta yazmaları konusunda kendilerini şöyle savunmaktadırlar¹³³:

"Baştan beri yanıtım aradıkları, 'Yanımda çalıştığınız insanı, yaşananları kaleme almak adil mi?' sorusu ise Türkiye ekonomisinin sürüklendiği kriz sırasında kendiliğinden yanıtlandı. Görevinden istifa eden üst bürokrat 'Krala, elbisesi olmadığını bir ben söyleyebildim' diyordu. İki gazeteci, 'Gerçekleri hem kral hem de halk görmeli' diyerek bilgisayarın başına oturdular."

Politikacılar, yabancı danışmanlarla da çalışmaya başladı. Güneri Cıvaoğlu, Amerika Başkanı Bill Clinton'un seçim danışmanı Robert Squier'in, Tansu Çiller'in de danışmanı olduğunu yazmaktadır. Squier, Çiller'i şöyle tanımlamaktadır: "Siyaseti büyük bir resim olarak görüyor. Bu resim içinde kendisini ve erişmek istediği hedefi yerleştiriyor. Hedefe varmak için nelerin gerekli olduğunu tespit ediyor. Ve ne pahasına olursa olsun varmakta kararlı. Bu özellikler çok önemlidir. Resmi büyük görmek lazım. Resimde diğer figürler, rakipler, rakiplerin hedefleri ve silahları. Sadece kendisine rakipler değil, hatta sadece ülke de değil dünyanın görüntüleri yer almalı. Başbakan Çiller, işte böyle bakıyor."¹³⁴

Tansu Çiller'le çalışan daha önce Süleyman Demirel'in Basın Müşaviri de olan Turgut Yılmaz Güven, özel genel, gizli haberleri bağlı olduğu liderleri iletmede önemli rol oynayan isimlerden biri. Güven de, notları iletirken yazılı ya da kulaktan iletme yöntemlerini kullandı. Çiller'e haberler, "konut özel kalem, makam

¹³³ Nursun Erel ve Ali Bilge, a.g.e., s. 11.

¹³⁴ Güneri Cıvaoğlu, "Hediye danışman", *Sabah*, 5 Ocak 1994, s.1-27.

özel kalem ve basın merkezi" olmak üzere üçlü sacayağı biçiminde koordinasyon kurularak iletilmektedir. Beklenmedik gelişmeler ve olaylarla ilgili haberler, Basın Müşaviri Mehmet Bican tarafından anında Çiller'e ulaştırılmaktadır. Bican şunları söylemektedir¹³⁵: "Önemli olan haberin eskimeden ulaştırılması. Çünkü her an bir gazeteci Başbakanın karşısına çıkıp, o konuyla ilgili soru sorabilir. Bu nedenle resmi bilgilerin gelmesini beklemeden, anında herşeyden başbakan haberdar edilir."

Erdal İnönü'ye de haberler önemine ve saatine göre özel kalem müdürü ve basın müşavirliği koordinatörlüğünde ulaştırılmaktadır. Her haberi öğrenme merakında olmadığı belirtilen İnönü, bir çok haberi de doğrudan gazeteciden öğrenmektedir. İnönü'nün en önemli özelliği, bir bilgi ya da haberi resmi organlardan kesinlikle kontrol etmesidir. İnönü'nün ajans haberlerinde Anadolu Ajansı'na, televizyon haberlerinde de TRT'ye itibar ettiği belirtilmektedir.

Yıldırım Akbulut'un ANAP Genel Başkanlığı ve Başbakanlığı döneminde de diğer liderlerde olduğu gibi haberler özel kalem, basın müşavirliği koordinasyonu ile iletilmektedir.

ANAP lideri Mesut Yılmaz'a haberlerin iletilmesinde ağırlık, basın müşavirindedir. Yılmaz'a yurt içi ve yurtdışı gezilerinde haber iletilmesi, araç telefonunun yanısıra önceden numarası belirlenmiş telefon ve fakslarla sağlanmaktadır.

4) Basın toplantıları, açıklamalar

Liderlerin ve politikacıların medya ile karşı karşıya gelmesi kaçınılmazdır. Karşılaşmalar, basın toplantıları, dar grup toplantıları, açıklamalar gibi yöntemlerle olmaktadır.

¹³⁵ Gülsen Arslan, a.g.e., s. 29.

İktidar liderlerinin, düzenli basın toplantısı yapmak gibi bir yükümlülükleri bulunmamaktadır. Bu serbestlik, başbakanların basın toplantılarını, kendileri için avantajlı durumlarda ya da zararlı olabileceğini tahmin ettiği durumlardan kaçınmak için kullanma olanağı vermektedir. Yani basın toplantıları stratejik bir silah konumundadır.

Başbakan Turgut Özal, görevi aldıktan sonra ilk basın toplantısını, 7 Ocak 1984 tarihinde düzenledi. Her ay, Ağustos 1984'e kadar (altı kez) bu basın toplantıları devam etti. Başbakan Turgut Özal, 1985 yılında sadece üç basın toplantısı yaptı. 1986 yılındaki basın toplantılarının sayısı ise dördüttür. Bunlardan biri Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ziyareti sırasında gerçekleşti. Özal, 1987 yılında ise çeşitli tarihlerde 10 basın toplantısı düzenledi.

Bu basın toplantılarının 13 ya da 14 Aralık günlerine denk düşenlerinin düzenleniş nedeni, ANAP iktidarının yıldönümlerine isabet etmesidir. Basın toplantıları, önemli kararların ve ekonomik-politik olayların arifesinde veya sonrasında gerçekleştirildi. 19 Aralık 1986'daki sermaye piyasasının kuruluşu, 9 Mayıs 1987'deki Anayasa değişikliği, 6 Eylül 1987'deki siyasi yasaklarla ilgili referandum sonuçları, 17 Eylül 1987'deki "yap-işlet-devret" modelinin tanıtımı ile ilgilidir.

Basın toplantısı, yarar sağlamak ya da hataların giderilmesi için iyi bir araçtır. Halbuki birçok başbakan, göreve başlarken basınla ilişkilerini iyi yürüteceği ve sürekli bilgilendireceği sözünü vermektedir. "Hükümetimiz (ANAP) elinden geldiği kadar gazetelerle iyi bir ilişki kurmak arzusu içindedir. Sizin daha iyi vazife yapabilmeniz için, biz her türlü kolaylığı, tabii imkanlar içinde olan kolaylığı göstermeye de gayret edeceğiz."¹³⁶

Başbakanlar için, basının soracağı soruları önceden tahmin edebilmek en önemli konudur. Bu nedenle iktidara yakın gazetecilerden, başbakana bu olanağı

¹³⁶ Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 83-84, Ankara, Başbakanlık Basınevi, 1984, s.173

verecek sorular sorulması ricasında bulunulabilir ya da bu gazeteciler gönüllü olarak bu işi yerine getirir. "Sayın Başbakan 1986 yılının sonlarında birkaç kez, yıllık kazancı 3 milyon liraya kadar olan ücretli ve maaşlıların vergilerinde indirim yapacağınızı söylemişsiniz. Seçimlere kadar bu konuda bir girişiminiz olacak mı?" ya da "Acaba tarımsal planda kırsal yörelerde yaşayan vatandaşlarımıza oradan verebileceğiniz müjdeler var mı?"¹³⁷

Basın müşavirleri ve danışmanlarına burada önemli görevler düşmektedir. Medya mensuplarının neler düşündüğünü keşfetmek durumundadırlar. Medya mensupları ile aralarındaki yakın ilişki, buna olanak sağlamaktadır.

Sorulacak sorular tahmin edilince, gerisi kolayca gelir. Basın toplantısından sonra sorulabilecek bütün soruları da kapsayacak bir basın toplantısı metni hazırlanır ve bu metin medya mensuplarına dağıtılır. Yine de bu tam bir önlem değildir. Medya mensupları beklenmedik sorular sorabilirler. Başbakan kızabilir: "Bu soruyu soran arkadaşlara daha önce kızdınız. Ben şimdi sizi kızdırmak için değil, ama vatandaşların hükümetiniz döneminde ne zaman karakollarda dayak yemek korkusundan kurtulacağını öğrenmek için soruyorum."¹³⁸

Ya da soruya doğrudan cevap vermek konumunda kendini hissetmeyebilir ve daha önceden hazırlanmış bir cevaba uydurabilir: "Soru: Ortadireğin hayatı bakımından da anahtar rolünde olan bu döviz meselesini önümüzdeki yılda nasıl halledeceksiniz, nasıl kaynak temin edeceksiniz? Cevap: Türkiye kredi itibarı geliştirmekte olan ülkeler içinde en yüksek ülkedir... 1.5 milyar dolara yakın aldığımız kredilere ilaveten 3 tane termik santrali için asgari herhalde 3 milyar doların üzerinde kredi alabileceğiz... Kredi yalnız krediyi ödeyebilen ülkelere verilir... Bugün Türkiye'de turizm bir patlama halindedir... Ödemeler dengesinde şunu da

¹³⁷ Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 36-37, s.195 ve 185.

¹³⁸ Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 35-36, s. 55.

garanti ederim, 1987 senesi 1986'dan daha iyi olacak."¹³⁹ Bu tür soruların amacı, başbakanı kurduğu senaryodan uzaklaştırmak ve spontane cevap alabilmektir.

Dikkatli ve akılcıca hazırlanabilmek, başbakana sadece basın toplantısından alınının akıyla çıkması olanağı vermekle kalmaz, kamuoyu önünde prestij de sağlar. Medya mensuplarının en küçük ayrıntının peşinde olduğu bir ortamda, başbakanlar en ufak bir hata riskini almak istemez.

Bu riski yok etmenin bir yolu, resmi basın toplantılarının sayısını azaltmaktır. Bu yolun tercih edilmesi halinde, bir açıklama gereği duyulduğunda "yakın kaynaklar" adı altında bilgi sızdırılabilir.

Basın toplantılarının sayısı azaltılırken, başbakanlar genellikle bir grup elit medya mensubunu yok farzetmez. Grossman ve Kumar'ın söylediği gibi, kendi seyircilerini komuta eden gazeteciler genellikle istedikleri kişilerle konuşurlar ve arayışları genellikle hemen cevaplandırılır. Bu kişiler arasında müttefik sahibi olmak, başbakanların en önemli amaçlarından biridir.

Başbakan Turgut Özal, 13 Aralık 1983 - 12 Aralık 1984 tarihleri arasında TRT, çeşitli gazete ve ajansların muhabir ve yazarlarına, açıklama yaptı, beyanat verdi, sorularını cevaplandırdı, bayram gazetelerinde mesaj yayınladı. Yine bu şekildeki kabul, 13 Aralık 1985 - 12 Aralık 1986 tarihlerinde 44, 13 Aralık 1986 - 12 Aralık 1987 tarihlerinde 34 olarak gerçekleşti.

Söz konusu tarihlerde Başbakan Turgut Özal'ın bu özel mülakatlarında tek tek ya da grup halinde kabul ettiği, elit diye tanımlayabileceğimiz gazeteciler şöyle sıralanabilir: Güngör Mengi (Yeni Asır), Yavuz Donat (Tercüman), Güneri Cıvaoglu (Güneş-Sabah), Yavuz Gökmen (Hürriyet), Altan Öymen (Milliyet), Mehmet Ali Kışlalı (Hürriyet), Yalçın Doğan (Cumhuriyet), Yener Süsoy (Milliyet), Kurtul Altuğ (Güneş), Mehmet Barlas (Milliyet-Güneş), Oktay Ekşi (Hürriyet), Yurdakul Fincancı (Milliyet), Aycan Giritlioğlu (Nokta), Muammer

¹³⁹ *Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 86-87, s. 191-192.*

Yaşar (Yeni Asır), Esen Ünür (Hürriyet), Taha Akyol (Tercüman), Orhan Tokath (Milliyet), Ertuğrul Özkök (Hürriyet), Derya Sazak (Milliyet), Uğur Dündar (Hürriyet), Mehmet Ali Birand (Milliyet), Necati Doğru (Milliyet), Hasan Cemal (Cumhuriyet), Mithat Sirmen (Hürriyet), Nurcan Akad (Söz), Mert Ali Başarır (Cumhuriyet).

Başbakanlar ayrıca kolay ulaşılmaz kişilik sergilemek zorundadır. Televizyonun etkin olduğu bu dönemde, her konuda bir açıklama yapılması kamuoyunda bıkkınlık yaratabilir, ilgiyi azaltır.

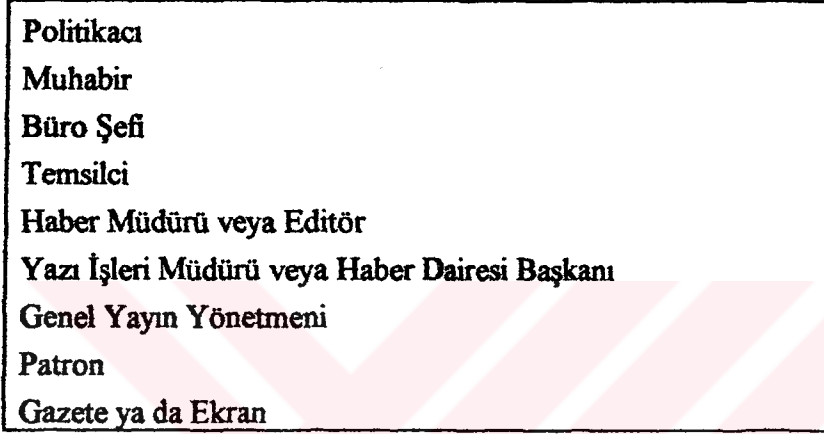
Dar grup toplantıları ve özel röportajlarla açıklamalar, başbakanların daha kolay denetleyebilecekleri yollardır. Bu nedenle, yine müttefik elit grup seçilerek yararlı mesajların kamuoyuna ulaştırılması amaçlanmaktadır.

5) Şematik ilişkiler

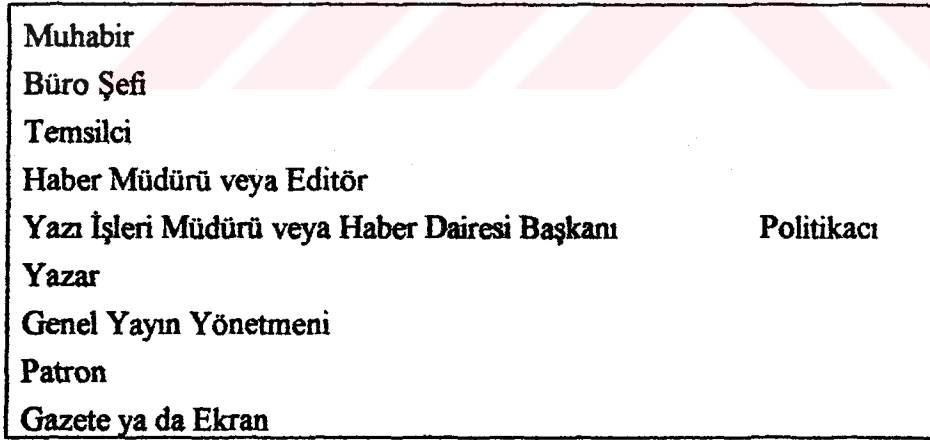
Medya kuruluşlarında, haberleri toplamak ve yazmakla görevli kişiler temelde muhabirlerdir. Muhabir, başkentte (Politikanın merkezi olarak ele alınmaktadır. Yoksa politik gelişmeler diğer illerde de söz konusu olabilir) hazırladığı politik haberi, büro şefine, büro şefi de gerekirse temsilciye ya da doğrudan haber merkezine (Türkiye'deki medya kuruluşlarının önemli bölümünün merkezi İstanbul'dur) iletirler. Haber merkezinde, Haber Müdürü tarafından alınan haber gerekirse editörlere redakte edilir. Haber, bu birimden sonra yazı işleri ya da haber dairesi başkanına ulaşır. Gerekirse de, genel yayın yönetmenlerine ya da patronlara. Burada haberin son kararı verilir. Yayın ya da iptal. (Şekil 1)

Bu işleyiş ters de olabilir. İstenilen haber, muhabire genellikle aynı aşamalar kullanılarak ulaştırılır. Haber ısmarlamada her birim sorumlusu ayrı ayrı da davranabilir.

Politik haberlerde kaynak kişi politikacı, doğrudan muhabirle temas kurabileceği gibi ara devreleri de kullanabilir, patronla doğrudan görüşebilir. Bu, politikacının medya kuruluşundaki yetkililere yakınlık derecesine göre değişmektedir. Böylece şematik ilişkiler aleyhine bir durum doğmaktadır. Politikacı ayrıca köşe yazar ve yorumcularıyla kurabileceği ilişkilerle farklı bir konum da yaratır. (Şekil 2)



Şekil 1



Şekil 2

Genellikle politikacılar, haklarındaki olumsuz haberler nedeniyle medya kuruluşu üst düzey yöneticileri ile görüşmeyi tercih etmektedir. Haklarındaki iyi haberlere zaten müdahale etmeye gerek yoktur. Olumsuz haberlerde, devreye

haberlin hazırlık aşamasında, kendisiyle ilk temas kurulduğı sırada girilmeye çalışılmaktadır. Böylece haber ya da program, daha başlangıç aşamasında kadük edilmekte, hazırlanıp yazı işlerinin önüne bile gelse, müdahale sonucu sümen altı edilmekte ya da önlenmeye çalışılmaktadır¹⁴⁰:

"Spot adlı program, ATV televizyonunda geçen Çarşamba günü saat 21.30'daydı. Programın tanıtımı için dağıtılan metinde program içinde yer alan konular belirtiliyor, en sonunda şöyle deniliyordu: 'Başbakan Çiller'in eşi Özer Çiller'in İstanbul Bankası'nda mağdur ettiğı emeklilerin durumunu da ilgiyle izleyeceğiz.' İzleyiciler Başbakan Çiller'in eşi Özer Çiller'in emeklileri nasıl mağdur ettiğini izlemek için belirtilen saatte ATV'nin düğmesine bastılar... Sıra tam İstanbul Bankası emeklilerinin mağduriyetine gelmişti ki, program bitti. Duruma ya Tansu Hanım vaziyet etmiş ya da onun müdahalesine gerek kalmadan yöneticiler işe el koymuştu."

Kanal 6'nın sahibi Ahmet Özal, neye, nereye kadar müdahale edebileceğini şöyle açıklamaktadır¹⁴¹:

"Televizyonu bir yöne itmem. Ancak şu olur: Türkiye'de yapılması gereken işlerin anlatılması ya da insanlarla tartışmak, konuşmak gerekecektir. Açık oturumlar düzenlenebilir... Tansu Çiller, bu hükümetin başkanı olarak karşımıza, bizim inandığımız Turgut Özal'ı takip ettiğı ve yapılması gerektiğine inandığı bir programla çıkmıştır. Bugün Çiller iktidardadır ve kaybedecek vakti olmadığı için ilk günden itibaren söylediğı herşeyi destekleriz... O haberlerin (Çiller'in malvarlığı ile ilgili olarak) yapıldığı dönemde, ben aşağı yukarı 10 günlük bir yurtdışı seyahatindeydim. Türkiye ile temasım olamadı... Ben genelde televizyonun habercilerine sık sık müdahale edip, ben böyle haber istiyorum demiyorum... Eğer haberi öğrenseydim, belki doğruluğı konusuna daha hassasiyetle eğildim. Haberin zamanlamasıyla ilgili değişik düşüncem olurdu. Kongresinin iki gün öncesi o şekilde etkilenme olayına insanları sokmak istemezdim."

Başbakan Turgut Özal, yazarlardan yazıları kullanmamasını "rica" edebilmektedir¹⁴²: "Birkaç dakika sonra Güneş Taner aradı ve şöyle dedi:

¹⁴⁰ Melih Aşık, "Çanak", Açık Pencere, Milliyet, 16 Kasım 1993, s. 17. (Siyah yazılar yazara aittir)

¹⁴¹ Dilek Önder, "Babam erken seçime giderdi", Hürriyet, 30 Haziran 1993, s. 30.

¹⁴² Yavuz Donat, a.g.e., s. 471.

'İstanbul'a gelirken Sayın Başbakana senin yazından söz ettim. Çok üzüldü. Senden ricası bu yazıyı kullanmamam... Biliyorsun seni sever. Bana, 'Dostluğumuz söz konusu, söyle Yavuz'a dedi.'

Şematik ilişkiler, politikacı-medya mensubu (patrondan muhabire) yakınlığı, haberlerin ve kamuoyunun oluşturulmasında politikacı tarafından kendi yararına kullanılmak istenilmektedir. Bunun karşılığı da, medya kuruluşuna tanınan kolaylıkla, medya mensubuna seçici davranmak şeklinde kendini göstermektedir. Bu yakınlık medya mensubunun politikacı tarafından özel bilgi ve haberlerle, iç ve dış gezilerle ödüllendirilmesini sağlamaktadır.

Daily News editörü İlnur Çevik, "Çiller ilginç bir biçimde basınla sürekli dirsek temasında. Basında Çiller'i öven insanlar var. Siz etrafınıza bakın onları görürsünüz" demektedir¹⁴³.

Şematik ilişkilerin ortaya çıkardığı bir avantajı gazeteci-yazar Meral Tamer kaleme almaktadır¹⁴⁴:

"Osman Bey der ki (TRT'cilere) 'Bakın bu filmi (Türk ihraç ürünlerini dış pazarlarda tanıtacak bir film) zaten size yaptırarak değiliz. Yapacak firma hazır. Ayırmayı düşündüğümüz para da 1.8 milyar lira...' 2 milyara yakın parayı duyan TRT'ciler için artık 'detay' öğrenmeye pek gerek kalmamıştır. 'Aman efendim, bu film 200, bilemediniz 300 milyona çıkar,' derherse de dinleyen olmaz. Ve sonuçta söz konusu filmin Osman Ünsal'ın yakın arkadaşı ve TRT'de hafta içi her sabah 8.30'da yayınlanan 'Artı-Eksi'nin yapım ve sunucusu Prof. Dr. Kenan Mortan'a yaptırılmasına karar verilir. Parası da Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'na bağlı İstanbul İhracatçıları Birlikleri İTKİB tarafından ödenecektir. Sonradan işin içyüzü iyice 'aydınlanır.' Prof. Mortan, ihracata yeniden hız verileceğinin anlaşılması üzerine, Türkiye'nin ihracat potansiyelinin dışarıda tanıtılmasıyla ilgili bir film yapmak üzere proje hazırlar. İhracatın bağı olduğu Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'na vekalet eden Osman Ünsal ise çok yakın arkadaşındır... Osman Ünsal, Hazine'nin

¹⁴³Nedret Ersanel, "Genelkurmay'da gazetecilere diskur çekildi", *Nokta*, Yıl: 12 Sayı:22, 22-28 Mayıs 94, s.24

¹⁴⁴Meral Tamer, "İhracat filmi hazırlayan hükümeti de övmek zorunda", *Ekonomi Kulis*, *Milliyet*, 14 Mayıs 1994, s. 8.

sürü-sepet bürokrat ve gazeteci götürdüğü meşhur Güney Afrika gezisinin organizasyonunu da yaptırdığı İTKİB'i arayarak bu projeye sahip çıkmasını ister. Ama rivayet o ki İTKİB yan çizer. Fakat sonunda Ünsal'a karşı yelken açmak mümkün olamayacağı için Mortan, filmin yapımını üstlenir. Bunları duyunca mayıs ayı enflasyonu yüzde 30'u geçtiğinde Prof. Kenan Mortan'ın TRT ekranlarından hükümete 'ohh ne kadar iyi, bu rakamlar önemli değil, gelecek ay bakın nasıl düşecek' gibisinden övgüler düzmesine daha kolay anlam verebildim."

Bir diğer avantaj, Erol Simavi'nin kırmızı pasaportunda görülebilmektedir¹⁴⁵: "İnterstar bir süredir gazetemizin sahibi Erol Simavi'ye verilen kırmızı pasaportu yayın konusu yapıyor. Bu pasaport, rahmetli Turgut Özal'ın başbakanlığı sırasında kendisine verildi. Kendisine kırmızı pasaport verilmesi konusu ilk defa 1988'de Davos zirvesi sırasında gündeme geldi.. bu pasaportun süresi, daha sonraki hükümetler döneminde de aynı gerekçelerle her 6 ayda bir uzatılmıştır."

Şematik ilişkiler karşılıklı pazarlıkları da gündeme getirmektedir¹⁴⁶:

"Biz (Zülfü Livaneli) Cem (Kozlu) ile ailece görüşürüz. Cem bir süre önce Ertuğrul Özkök'ü, beni ve Ataman Onar adlı ortak dostumuzu yemeğe davet etti. Yemekte "İstanbul Belediye Başkan adayı olmak istiyorum. Beni destekler misiniz?" dedi. Her zaman olduğu gibi 'destekleriz' dedik, çünkü kendisi için de sürekli iyi yazılar yazmıştım. Ama Cem'in belediye başkanı olmak istediğini hiçbir zaman yazmadım... (Cem Kozlu'ya) İlhan (Kesici) da sertleşmeye başlıyor, ben de cevap vermek zorunda kalacağım' dedim. Bir özel TV kanalıyla hakkımda yayın yapmayı düşündüklerini anlattım. Bizim elimizde de ANAP hakkında dosyalar bulunduğunu söyledim."

Medya patronları, politikacıların transferlerinde etkili olabilmektedir¹⁴⁷:

"Özfatura'nın (Burhan) DYP'ye geçişinde Türkiye gazetesi sahibi Enver Ören'in en etkili rolü oynadığını ve bazı başka ilişkileri ortaya atıyorlar. Kanıtı olmayan bu iddiaları burada yansıtmaya gerek görmüyorum. Ancak Özfatura, bizim Sabah grubundan Yeni Asır'da, Enver Ören'in Türkiye

¹⁴⁵"Erol Simavi'nin kırmızı pasaportu", *Hürriyet*, 14 Ekim 1993, s. 1.

¹⁴⁶Tuncsa Bengin, "Livaneli: Cem Kozlu başkanlığa adaydı", *Milliyet*, 19 Mart 1994, s. 13.

¹⁴⁷Güneri Cıvaoğlu, "Hadememin oğlu", *Sabah*, 30 Aralık 1993, s. 37. (Siyah yazılar yazara aittir)

gazetesinde ve Dünya'da yazar. Çiller'in yalısında Ören ile ayrı ayrı salonlardaymışlar. Ören, TV yasası ile ilgili olarak oradaymış. Ancak Enver Ören'in, Çiller'i Mesut Yılmaz'a göre daha fazla desteklediğini söyleyebilirim."

Politikacılar da, medyaya patron transfer etmektedir¹⁴⁸:

"...Başbakan Turgut Özal basının iki büyük grubunun 'ağır toplarını' Harbiye Orduevi'nde akşam yemeğine çağırmişti... Gece saat 22 sıralarına kadar Başbakan Özal'la ülkenin en büyük iki yayın grubunun üst düzey yöneticileri arasında, ülke meseleleri, ekonomideki son durum, basının ANAP'a karşı tutumunu yumuşatması gibi sorunlar görüşülmüştü... Aslında Başbakan'ın yapmak istediği, basın sektörüne üçüncü olarak girmeye çalışan Asil Nadir'le iki büyük basın grubunun arasını bulmak gibi 'barıştırmacı' bir misyondu. Başbakan, Asil Nadir'in de 'basın patronlarının kulübünde' yerini almasını istiyordu."

Turgut Özal'ın, oğlu Ahmet Özal vasıtasıyla Asil Nadir'i Babıali'ye sokup, medyayı denetim altına alma isteğinde olduğu gibi¹⁴⁹, bu tür bir girişim, sonuca ulaşmasa da, MDP lideri Turgut Sunalp'de de görülmektedir¹⁵⁰: "Çavuşoğlu-Kozanoğlu grubu sıkıntıya girince, Güneş'in el değiştirmesi işi gündeme gelmişti. Sunalp'ın arzusu bu gazetenin MDP'yi destekleyen iki işadamından birinin eline geçmesiydi. Bunlardan biri Erdoğan Demirören, diğeri Mehmet Okumuş'tu."

Yine de politik liderleri kızdırdığı zaman, Donat'ın dediği gibi "gün geçmez ki bir iki gazete sahibi, parti otobüsünde 'dilim dilim doğranmasın'.¹⁵¹"

İlişkiler, gazeteci-politikacı arasında sıkı dostluklar doğmasına yol açabilmektedir¹⁵²: "Güneş Taner, TBMM Genel Kurulu'ndaki bütçe görüşmeleri başlamadan önce, bir nefes almak için İstanbul'a gelmiş. Haydi. Yine bir İstanbul gezisi yapalım, dedim. Arabaya atlayıp, K. Bakkalköy'deki 'Metro' ve 'Carrefour' hiper mağazalarına gittik."

¹⁴⁸ "Babı Ali patronları Özal'ın yanında neler konuştu?", *Barometre*, 29 Mart 1989, s. 3.

¹⁴⁹ Hasan Cemal, a.g.e., s. 148.

¹⁵⁰ a.g.e., s. 38.

¹⁵¹ Yavuz Donat, a.g.e., s. 93.

¹⁵² Mehmet Barlas, "Metro'ya karşı Carrefour", *Gözcüm, Sebek*, 8 Aralık 1993, s. 23. (Siyah yazılar yazara aittir)

Politikacı-medya patronu ilişkileri yakın boyutlardadır: "İlginç buldum: Kanal 6'nın sahibi Ahmet Özal da stüdyoya gelmişti. Spot ışıklarının arkasında, gölgede kalan ahmet Özal'ı farkedince, Tansu Hanım çok sevindi: -Aaa. Ahmet , sen de mi buradasın? Hoş geldin. Nasılsın canım? Ahmet Özal da çok sıcak, sevinçli bir tavırla Başbakan'a karşılık verdi ama uzakta olduğu için ne dediğini duyamadım.¹⁵³"

Politikacı-medya yöneticisi ilişkilerinin iyi olması, iki tarafa da yarar sağlamaktadır:

"-Neden size (Ertuğrul Özkök) Özalcı diyorlardı? Özal'dan çok haber alırdım. Özal Cumhurbaşkanı olduktan sonra da, bana isim taktılar... - Önce Özal'ı, şimdi de Tansu Hanım'ı desteklediğiniz söyleniyor? Türkiye için iyi gördüğüm herşeyi destekliyorum... Gazetecinin 'eleştiren adam' olması gerektiği düşünülürdü. Benim anlayışım bu değil. Gazeteci eleştiren adamdır evet, ama aynı zamanda öven adamdır... -Medya yönlendirme gücüne sahip mi? Ya da olmalı böyle bir gücü? Asla. Olmamalı... Son yıllarda birkaç olay üzerinde duruldu. Önce Özal'la başladı. Özal'ı medya güçlendirdi sonra medya devirdi diye. Sonra Mesut Yılmaz'ı medya getirdi dendi; daha sonra Tansu Çiller'i. Aynı şey Murat Karayalçın için geçerli. Medyanın bu insanların yanında yer aldığı vurgulandı. Ama işin aslı böyle değil. Mesela Tansu Çiller olayı. Hürriyet'te çıkan manşetle başladı herşey: Leydi'nin topuk sesi. Bu manşet niye atıldı diye bir sürü senaryolar üretildi. Çok basit. Bir bayram günüydü., haber yoktu doğru dürüst. Elimizde bir araştırma vardı. O kadar açık farkla Tansu Çiller'i gösteriyordu ki!.. Kısacası, Tansu Çiller'i basın yaratmadı, biz yaratmadık.¹⁵⁴"

Elit gazeteciler, liderlerin sofralarında ağırlandı. "Özal, 'akşam yemeği masasından' arıyordu. 'Ne var, ne yok bakalım. Bugün iyi misin?' dedi. Yarım saat sonra Özal'ın evinde, aynı masadaydım.¹⁵⁵"

Ancak, bu ilişkiler sert biçimde eleştiri konusu olmaktadır:

¹⁵³Taha Akyol, "Çiller'i dinlerken", Objektif, *Milliyet*, 14 Kasım 1993, s. 17.

¹⁵⁴Ayşe Arman, "O, aslında genel yayın muhabiri", *Tempo*, Sayı:44, 3 Kasım 1993, s. 60.

¹⁵⁵Yavuz Donat, a.g.e., s. 35.

"Bunlar, para ve çıkar karşılığında yazı yazar. Bazısının kendi firmaları vardır... Geçmişte gazete patronlarının büyük ihale işlerini takip ettikleri bile kanıtlanmıştır... Bunlar, devletin zirvesindeki kişilerle her dönem içli dışlıdır. Onlara gidip dolduruş ve dedikodu yapar... Her türlü pisliği ve yolsuzluğu bunlar bilir. Ama gelin görün ki, yazmaya elleri varmaz... Bunlar şu veya bu nedenle işsiz kalınca, hanedanlar bile devreye girip iş bulur... Ziyafet sofraları onların kahkaha ve fıkralarıyla şenlenir. Devlet büyükleri, para babaları ve egemen kesim, onların görkemli sofralarında ve evlerinde sık sık ağırlanır.¹⁵⁶"

Yöneticilerin ilişkisine bir başka örneği köşe yazarı Güngör Mengi vermektedir¹⁵⁷:

"En sadık yandaşı, hayramı ve en ateşli savunucusu, Cumhurbaşkanı Özal'ı terketti... Şaşırmadım... Böyleleri iktidarın da kendilerini sevmesini ister. Türkiye'de iktidarları tatmin etmenin en makbul yolu muhalefete karşı muhalefet yapmaktır. Mehmet Barlas, ANAP iktidarı döneminde Demirel'i aşağılayıp alaya alarak kendinden bekleneni fevkalade yapmış, Turgut Özal tarafından evi ziyaret edilerek ödüllendirilmiştir... Turgut beye geçmiş olsun... Mehmet Barlas'ın kaybı, onu yanılsa tahrik edenlerin azalacağını göstermesi bakımından hayırlı bir gelişmedir."

Liderler, istemedikleri gazetecileri de yanlarına almamakta ve böyle bir gelişmeyi engellemektedirler. Özal, bir konuşmasında "Bakın onu açıkca söylüyorum. Emin Çölaşan benden randevu isterse vermem" demektedir¹⁵⁸. Turgut Özal, danışmanı Erkal Zenger'e şu aklı da vermektedir: "Bak o adam (Emin Çölaşan) kiminle pazar sohbeti yapırsa hepsini mahvetmiş, ıcığını cıcığını çıkarmıştır, çok tehlikeli bir adamdır. Ben sana hiç tavsiye etmem; yapma.¹⁵⁹"

Bir başka örnek de Cüneyt Arcayürek'le ilgilidir. "Özal döneminde hiçbir dış geziye katılamazdım. İç gezilerde de Özal'ın uçağı artık özelleştikten sonra arkadan kalkan uçakta belki yer alabilirdim. Başbakanla aynı uçakta bulunmamı, başbakanlık yetkilileri öneriyordu. Bizzat Özal (Türkiye gazetesi başyazarı Yalçın

¹⁵⁶ Emin Çölaşan, *Hürriyet*, 3 Mayıs 1992, s. 3.

¹⁵⁷ Güngör Mengi, "Mehmet döndü", *Sabah* Diyor ki, *Sabah*, 17 Haziran 1992, s. 3.

¹⁵⁸ Sadım Tanju, a.g.e., s. 66.

¹⁵⁹ Erkal Zenger, *Siyaset Camiinde Camiinin Cezası*, Ankara, Çmüt Yayıncılık, 1993, s. 230.

Özer'in tanıklığı) adımı duyunca yüzünü buruşturup kimi zaman 'geç onu' diye başlayan duygu sergilemeleriyle listeye girmeme karşı çıkıyordu... Hele özel uçak dönemin başlayınca, kimileri için Özal'ın sürekli çağrılısı olmak, bir yarışa dönüşmüştü. Olaylar gelip geçiyor, o sırada özel uçağa sürekli müşteri olamayan bazı dost gazetecilerin sevinçlerine, üzüntülerine hâlâ gülüyorum.¹⁶⁰

Özel uçak konukları arasında elit gazeteciler bulunmaktadır: "Temmuz ayında Turgut Özal'ın GAP gezisine katılmışım. Bazı gazete yöneticileri ve yazarlar 'Başbakanın özel misafiriydik.' Çetin Altan, Güneri Cıvaoğlu, Hasan Cemal, Muammer Yaşar Bostancı, Altan Öymen, Bekir Coşkun, Uğur Dündar, Yalçın Özer ve ben (Yavuz Donat).¹⁶¹"

Bazen akrabalık ilişkilerine dayanan yakınlık, medya mensuplarına önemli olaylara taanıklık yapma olanağı vermektedir:

"İşte bu sırada Hüsamettin Cindoruk ve Hikmet Çetin, gazeteci Emin Çölaşan'ın evinde biraraya geldiler. Herhalde Türk siyasi hayatında ilk kez bir koalisyon hükümetinin ilk adımları bir gazetecinin evinde böyle atılıyordu. Yanında Uğur Mumcu da vardı. Bu tabii olağan bir görüntüydü. Çünkü, Hüsamettin Cindoruk, Çölaşan'ın akrabasıydı ve bir aile yemeği yeniyordu. Bu sohbet sırasında Hikmet Çetin ve Hüsamettin Cindoruk birbirlerine karşılıklı koalisyon mesajları atıyorlardı.¹⁶²"

Şematik ilişkiler zaman zaman inişli çıkışlı seyir de izleyebilmektedir. Cavit Çağlar'a çok fazla yüklenen bir gazete, Sabah¹⁶³, bir süre sonra promosyon kampanyası sırasında Çağlar'ın fabrikalarının ürettiği nevresim takımlarını kupon karşılığı okuyucusuna verebilmektedir.

Bu konuda Hürriyet yazarı Sedat Ergin şu iddiayı ortaya atmaktadır: "Bundan iki ay önce Sabah gazetesinin tirajı 400 binin altına düşüp, Hürriyet tarafından geçildiği gün Sabah gazetesinin sahibi Dinç Bilgin ile Genel Yayın

¹⁶⁰ Cüneyt Arcayürek, *Namı 864 Rakamlı Tepe Çankaya*, 2. B., Ankara, Bilgi Yayınevi, 1989, s. 53.

¹⁶¹ Yavuz Donat, a.g.e., s. 407.

¹⁶² Fatih Çekirge, a.g.e., s. 30.

¹⁶³ "Kim kimin bileğini bükcek?", *Nokta*, Yıl: 10, Sayı: 30, 26 Temmuz 1992, s.12.

Yönetmeni Zafer Mutlu, eski bakan Cavit Çağlar'ın gönderdiği helikopterle Bursa'ya gitti. Bu seyahatin, perde arkasında kalan ilginç bir boyutu var. O gün Nergis tesislerinde yapılan konuşmada, Sabah'ın sahibi ile Genel Yayın Yönetmeni Cavit Çağlar'ı 'Tirajımız 400 binin altına indi. Bu çarşafı bize ucuz verip, bizi bu durumdan kurtarırsan biz de Başbakan Çiller'le görüşüp, seni bakan yaptırırız' diyorlar.¹⁶⁴

Çağlar, bu iddia üzerine Hürriyet'e toplam 315 milyar liralık 7 ayrı maddi ve manevi tazminat davası açtı¹⁶⁵. Hürriyet'in de Çağlar'dan promosyon için pike ve çarşaf istediği ve Çağlar'ın bu isteği reddetmesi üzerine Hürriyet'in aleyhte kampanya yaptığı da öne sürülmektedir¹⁶⁶.

6) Parti programlarında medya

Politikacılar ve siyasi partilerin medyaya bakış açıları genellikle parti programlarında da ipuçları vermektedir. Bu açıdan incelenmesi gerekmektedir. Bakış açısı elbette, siyasi partinin görüşü ile örtüşmektedir. Ancak iktidara gelen partiler, programlarındaki sözleri yerine getirmemektedir.

Doğru Yol Partisi'nin programının birinci bölümünde yer alan "Temel hak ve hürriyetlerin teminatı" başlıklı bölümde basınla ilişkiler şöyle tarif edilmektedir¹⁶⁷:

"Basın hürriyetini, radyo ve televizyonun temel devlet yapısının savunucusu olmasını ve tarafsız idaresini, fikri ve akademik hürriyetleri... temel hak ve hürriyetlerin garantisi sayarız."

Demokratik Sol Parti'nin programının "tanım" bölümünde, DSP'nin "Eğitimi, kültürü, bilgiyi, sanat çalışmalarını ve iletişimi herkese açık tutarak

¹⁶⁴ Sedat Ergin, "Seni bakan yaparız Cavit", *Ankaradan, Hürriyet*, 26 Eylül 1995, s. 7.

¹⁶⁵ "Cavit Çağlar'dan Hürriyet'e 315 milyarlık dava", *Akşam*, 30 Mayıs 1995, s. 10.

¹⁶⁶ Can Ataklı, "Çağlar Hürriyet'e niçin manet oluyor?", *Ankara, Sabah*, 25 Mayıs 1995, s. 6.

¹⁶⁷ *DYP Tüzüğü ve Programı*, 15 Mayıs 1988, s.98.

yaygınlaştıracak¹⁶⁸ belirtilerek Demokrasi adlı ikinci bölümün "Özgür insan, özgür toplum" alt başlığında şöyle denilmektedir:

"Düşüncelerin özgürce açıklanabilmesi, demokrasi için gereklidir ama yeterli değildir. Gerek açıklanan düşüncelerin, gerek bilginin, toplumda serbestçe ve yaygın biçimde dolaşabilmesi de sağlanmalıdır. Bunun için, iletişim hakkı ve olanakları genişletilmeli, toplumda herkesin ve her kesimin eşitlikle yararlanabileceği düzeye erişmelidir. Güçsüzler, özgürce örgütlenip birleşerek, seslerini, en az güçlüler kadar gürleştirebilmeli, değişik düşünceler ve seçenekler, kitle iletişim araçlarıyla, topluma, özgürce ve dengeli biçimde yayılmalıdır... Demokratik Sol Parti... hukuk düzenini 'düşünce suçu' kavramından arındıracaktır... Basın ve yayın özgürlüğü üzerindeki demokrasiye aykırı sınırlamaları kaldıracaktır. Yayınlara ve sanat yapıtlara yargı organlarının kararları dışında yasaklar konabilmesini önleyecektir. Basımevlerini, sansür uygulayıcısı durumuna getirecek olan, el konulma tehdidinden kurtaracaktır. Gazete ve dergi yayıncılığında ve dağıtımında, devletin, fırsat eşitliğine yansız ve hakça katkısını sağlayıp kurumlaştıracaktır. Yerel basına, yöresel iletişim işlevini daha etkin biçimde yerine getirebilme olanağını sağlayacaktır. Devlet radyosuna ve televizyonuna, ilgili kamu kuruluşlarının ve başlıca siyasal partilerle toplumsal örgütlerin dengeli gözetiminde ve yansızlığı güvence altına alıcı kurallarla özerklik tanıyacaktır."¹⁶⁹

Cumhuriyet Halk Partisi'nin Programı'nın Demokrasi başlıklı bölümünün

"ilkeli bir iletişim ortamı" alt başlığında şöyle denilmektedir¹⁷⁰:

"İletişim alanında özgürlüğü esas almak, ana güvenceyi yasaklar yerine okuyucunun ve izleyicinin vereceği kararlarda aramak gerekir. Doğru haber alma, doğruları ve gerçekleri bilme hakkı demokrasinin gereğidir. CHP, ilkeli bir iletişim ortamının bu hakkın gereğince kullanılmadan sağlanamayacağı inancındadır. Yayınlarda sansür veya ön denetime ilke olarak karşı olan CHP, bu konuda sadece yargı denetimine bağlı kalınması gerektiğine inanmaktadır. Şiddet ögesini sürekli işleyerek, insanın barış ve sevgi duygusunu körleştiren, insanlık onuru ve temel değerlerini yozlaştıran yayınların, iletişim kurumları arası özdenetim mekanizması ile denetim

¹⁶⁸ DSP Programı, 1993, s. 13.

¹⁶⁹ a.g.e., s. 41.42.43.

¹⁷⁰ CHP Programı, Ocak 1994, s. 41.

altına alınması hedef alınacaktır. CHP, yerel demokrasinin gelişmesinde önemli bir işlevi olan yerel basın ve iletişim kurumlarını destekleyecek, gelişmelerini teşvik edecektir... Tekelleşmeyi önleyecek yasal düzenlemeler dünyadaki örnekleri de dikkate alınarak uygulamaya geçirilecektir... Tüm iletişim kuruluşlarının belirli ölçülerde kültürel ve bilimsel yayında da bulunmaları amaçlanacak, bu doğrultuda özendirici önlemler alınacaktır."

Sosyalist Birlik Partisi programında çeşitli bölümlerde düşünce ve iletişim özgürlüğüne değinilmektedir¹⁷¹:

"Katılımcı demokrasi: Özgür düşünceye ket vuran, yaratıcılığı frenleyen tabuların yıkılabilmesi... için Ceza Yasası'ndaki 141-142-163. maddelerin kaldırılmasını.. zorunlu görmektedir... devletin iletişimde ve eğitimde çoğulcu bir anlayışı güvence altına alması... basın ve iletişim alanında çalışan düşünce üreticilerinin karar alma süreçlerine katılması gerçekleştirilecektir. Hukuk: Yürürlükte bulunan, 12 Eylül döneminde daha da ağırlaştırılan Basın Yasası... insancıl hukuk anlayışına göre yeniden düzenlenmelidir... Sürgün ve sansür kararnameleeri adı ile anılan ve temel insan haklarına aykırı olan kararnameleer... kaldırılmalıdır. Kültür: TV başta olmak üzere kitle iletişim araçlarının politikada olduğu gibi kültür alanında da yeri ve etkisi gözönünde tutularak, her türlü sözlü ve yazılı basında gerçek çok sesliliği sağlayacak yapısal düzenlemelere gidilecektir. Sinemada, TV'de, yazılı basında şiddet, vahşet ve erkek egemenliği anlayışının, pornografinin yayılmasını, savaş kışkırtıcılığı ve ırkçılık güdülmesini önleyici demokratik denetim mekanizmaları oluşturulacak, kültürel süreçler desteklenecektir. TV'de ve radyoda devlet tekeli kalkmalı, fakat devlet televizyonu ve radyosu kalmalıdır."

Anavatan Partisi'nin Programı'nın, "Basın ve Yayın" başlıklı 7. maddesi şöyledir¹⁷²:

"Söz, düşünce ve kanaat hak ve hürriyetlerinin kullanılmasında, kamuoyunun sağlıklı bir şekilde teşekkülünde, basın ve yayını hür demokratik düzenin temel vasıtaları arasında telakki ederiz.

Radyo, televizyon, gazete, dergi, kitap gibi haberleşme vasıtaları ilim, kültür ve sanatın gelişmesi ve yayılmasında da önemli görev ifa ederler.

¹⁷¹SBP Programı, 15.1.1991, s. 13-14-16-17-18-26.

¹⁷²ANAP Programı, 1983, s. 11.

Devletin murakebesinde bulunan radyo, televizyon ve diğer basın yayın vasıtalarının tarafsızlığı esastır."

SHP Programı'nda "Basın ve Kitle İletişimi" başlıklı bölümde şu noktalara değinilmektedir¹⁷³:

"SHP, demokrasinin sağlıklı işleyebilmesi için düşünce ve haberlerin serbestçe yayılması ve alınıp verilmesinin gerekliliğine inanır. Parti basın özgürlüğünü demokratik yapının vazgeçilmez ögesi sayar.

SHP'ye göre, basın, radyo, televizyon gibi iletişim kurumları bir kamu görevi görürler. Bu kurumlar, tam bir özgürlük içinde, hiç bir bağılık ve engelle karşılaşmadan her yerde haber toplama yayınlama ve kendi sorumlulukları altında yorumlama hakkına sahip olmalıdır.

TRT'nin özerk bir kuruluş olarak yansız yayın yapması sağlanacaktır."

Refah Partisi'nin Seçim Beyannamesi'de ise, genel anlamda düşünce suçuna değinilmektedir¹⁷⁴:

"İnsan haklarının en önemlilerinden birisi olan düşünce ve ifade hürriyetinin önündeki engeller ortadan kaldırılacaktır. İnsanımız düşünce suçundan mahkum olmayacaktır. İnsan hakları herkes için geçerli olacaktır."

¹⁷³ SHP Programı'nda Uygulama Politikaları, Ankara, Mart 1991, s. 36-37.

¹⁷⁴ Refah Partisi'nin Seçim Beyannamesi, 24 Aralık 1995, s. 22.

*"Düşünceler,
sürgün edilemez."
Publius Ovidius NASO*



BÖLÜM III

BASIN ÖZGÜRLÜĞÜ

Türkiye'de medyanın, özgürlükler açısından ele alındığında olumsuz etkiler, sınırlamalar, baskılar ve yasaklarla karşı karşıya olduğu görülmektedir. Bu durum, özellikle incelediğimiz 1983-1993 yılları arasındaki dönemde de kendini hissettirdi. Gazetelerin neredeyse alkışlarla karşıladığı¹ 12 Eylül 1980 darbesi aslında tahmin edilebileceği gibi bir yasaklar zincirinin habercisiydi. Askerler, ilk etapta bir sansür uygulanmayacağını belirtirken, bunun "her istenilenin yazılacağı

¹Cemalettin Özdoğan, *Özeleştirî*, İzmir, Kendi yayını, 1993, s. 71.

anlamına gelmediğini"² belirttiler. Nitekim, hemen ardından sıkıyönetim komutanlıklarından gazete merkezlerine uyarılar gelmeye başladı. Zaten, radikal soldaki Demokrat ve Aydınlık ile MHP yanlısı Hergün ilk etapta süresiz olarak kapatıldı³.

1983 yılında yapılan 6 Kasım Genel Seçimleri'ne kadar süren dönemde, çeşitli haber ve yorumlar nedeniyle ulusal çapta yayın yapan, İstanbul merkezli sekiz gazete, 17 kez olmak üzere toplam 195 gün kapatıldı⁴. 927 yayın yasağı getirildi⁵. Basın organlarının muhabir, yazı işleri müdürü, köşe yazarı ile kitap yazarları, çevirmenler, yayın organları sahipleri, film ve tiyatro sanatçıları 12 Mart 1980-12 Mart 1984 tarihleri arasında, yazılarından, kitaplarından, oyun ve filmlerinden dolayı toplam 181 kez soruşturma ve kovuşturmayla uğradı, ifadeleri alındı, haklarında dava açıldı ya da tutuklandı⁶.

6 Kasım seçimleri, her ne kadar demokrasiye doğru atılan bir adım olarak sayılsa da, basına uygulanan yasaklar sıkıyönetim komutanlıkları marifetiyle sürdü. Sıkıyönetim komutanlıklarının koyduğu yasaklar, ilk kez Başbakan Turgut Özal'ın, Aydınlar Dilekçesi konusunda yaptığı açıklamayla delinmiş oldu ve konu kamuoyuna yansıyabildi⁷. Bu tarihten sonra söz konusu yasaklar tedricen azalma eğilimi gösterdi. Ancak, sıkıyönetim yasakları yerini, siyasal iktidarın getirdiği yasaklara, kısıtlamalara ve baskılara bıraktı.

Bu arada sıkıyönetimin kalkmasına karşın, Askeri Ceza Yasası'nın 58. maddesi ve TCK'nın 155. maddesi uyarınca halkı askerlikten soğuttukları gerekçesiyle 2 TV gazetecisi, Erhan Akyıldız ve Ali Tefik Berber, Genelkurmay

²Hasan Cemal, *Türk Sesiyle Uyanmak*, 5. B., Ankara, Bilgi Yayınevi, 1986, s. 25.

³ÇGD, *Basın '80-84*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1984, s. 150.

⁴a.g.e., s. 198.

⁵a.g.e., s. 200.

⁶a.g.e., s. 198.

⁷*Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları* 13.12.1985-12.12.1986, Ankara, Başbakanlık Basınevi, 1987, s. 542.

Başkanı Orgeneral Doğan Güreş'in emriyle⁸ Genelkurmay Askeri Mahkemesi'nde yargılanabildi⁹.

Başbakanlığa atanan Turgut Özal kendi deyimiyle, "basından memnundu, memnun olmaya da mecburdu"¹⁰. ANAP Hükümeti'nin programı da "basın ve yayını hür demokratik nizamın temel vasıtaları arasında telakki ediyordu"¹¹. Yine de eli, bir türlü bu yasakları değiştirmeye gitmedi. Zira seçimlerden sonra basın, Başbakana göre, "ANAP'ın aleyhine dönmüştü" ve "basına sert çıkılmıştı"¹².

Medya ile ANAP iktidarı arasındaki ilişkiler özellikle, 2.5 gazete kalacağını söyleyebilen¹³ Özal döneminde gerginleşti. Özal, medyayı yıkılması gereken tabular arasında görmekte, oligarşik bir kuvvet olarak değerlendirmektedir.¹⁴ Cumhuriyet gazetesi ona göre, Babıali'nin Pravda'sıdır.¹⁵ Onun için yurtdışı gezileri, "Türk gazetelerini okumadığı için neşeli geçmektedir."¹⁶

Çetin Emeç, iktidarın hedefinin "bir kukla basın yaratmak" olduğunu belirtirken¹⁷, "Bazıları konuşuyorlar, sonra ertesi sabah dillerinden dökülen incileri ak kağıt üzerinde simsiyah harflerle görünce dehşete düşüyorlar. Arkasından dava üzerine dava açıyorlar. Çalakalem yalanlama sağanakları yağıyorlar. Yargıçlarımız soluk kesen cezalar kessin istiyorlar" demektedir.¹⁸

Medya ile Özal arasındaki bu gerginlik, gazete manşetlerine de yansdı. Hürriyet, 19 Nisan 1988'de sürmanşette Erol Simavi'nin "Sayın Başbakan" başlığını taşıyan mektubunu yayınladı. Mektupta özetle şöyle denildi¹⁹:

"Zatailinizi ve politikanızı gazetemde gün oldu eleştirdik, gün oldu alkışladık. Ama şahsınıza olan yakınlığımızı hep koruduk. Bu duygumuzu, karşı karşıya geldiğimiz zamanlarda samırım siz de hissetmişsinizdir... İtiraf

⁸-2 TV'ye soruşuma emirini Güreş verdi", Hürriyet, 18 Aralık 1993, s.30.

⁹"Halkı askertikten soğutmak suç", Milliyet, 17 Aralık 1993, s.28.

¹⁰a.g.e., s. 5.

¹¹a.g.e., s. 29.

¹²Mehmet Barlas, "Turgut Özal'ın Anıları", Sabah, 11 Temmuz 1994, s. 13.

¹³Güvenç Gökçü, a.g.e., s. 53.

¹⁴Hasan Cemal, *Özal Hikayesi*, 4. B., Ankara, Bilgi Yayınevi, 1989, s. 257.

¹⁵a.g.e., s. 258.

¹⁶a.g.e., s. 257.

¹⁷Sadun Tanju, *Çetin Emeç*, 2. B., İstanbul, İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, 1993, s. 84.

¹⁸a.g.e., s.72.

¹⁹Ender Arol, *Abdülhamid'in Asil Nader'e Selamı* var, 2. B., İstanbul, Boyut Yayınevi, 1990, s.179.

edeyim, sizi artık tanımıyorum. Hele şu sıra... Başımı ellerimin arasına alıp sebebini düşündüğüm çok oldu... Sonra... beynimde bir kıvılcım çıktı... By-pass ameliyatında bir ara kalp durdurulur ya.. O sıra beyne 15-20 saniyelik bir oksijen akımı kesintisi olur ya... İşte ondandır... Sağlık seferinizden dönüş gününden beri bizleri köşeye sıkıştırma çırpınışı içindesiniz... El hak başarıyorsunuz da... Üzerine basa basa söylüyorum: Bizler hancıyız, sizler, öye de böyle de yolcu. Bazı akşamlar televizyonun penceresinden sizinle yüz yüze geliyorum. 'Basınlı konuşma' yapacağınız gün bakıyorum da... Avaz avaz haykırıyorsunuz. Kelimeleri dudaklarınızdan hem püskürtüyor hem de adeta çevreye saçyorsunuz: Basın yalan yazıyor. Sonra daha: Asparagaslar, Uydurmuşlar. İşletmişler... Basın yalan yazmıyor... Evet Sayın Başbakanım. Gelelim netice-i kelama... Yasama, yürütme, yargı. Zatı devletliniz bu ilkeyi tekiye dönüştürdünüz. Şimdi varsa da yoksa da 'ÖZAL.'

Bu gerginlik sonradan kırıldı. Mektubun üzerinden daha bir ay geçmeden Simavi, Konut'ta Özal'la başbaşa yemek yedi ve ertesi gün Özal, Hürriyet'in 40. yıl kutlamalarına Ankara'da katıldı. Hürriyet, manşetin yanında Özal'la Simavi'nin kucaklaşıp öpürüşürken fotoğrafını yayınladı.²⁰

Hasan Cemal'e, Konut'a yakın kaynaklar durumu "Ne yapalım, politika yapıyoruz" biçiminde izah etmektedir.²¹ Ama Cemal'e göre, Özal, Simavi'nin bu hareketini unutmadı, bir kenara yazdı.²² Nitekim, Asil Nadir operasyonu ile hem fiyat kırma politikası (Diğer Baskı Yolları başlıklı bölümde değinilecektir) hem de Hürriyet'ten önemli ölçüde gazeteci transferi ile bu intikam alınmak istendi.

Turgut Özal, medya ile arasının bozulması konusunda, Mehmet Barlas'ın sorduğu soruları şöyle cevaplamaktadır:

"-Sizin basınla aranız, tam olarak ne zaman açıldı?

Başlangıçta 1983 seçimleri sonuçlanıncaya kadar basın yanımdaydı. Çünkü basın, MDP'yi sevmiyordu. Ama seçimleri aldıktan sonra, hadise basında aleyhimize döndü. Genel kaidedir bu. Kuvvetliye hücum etmek yani. Zayıfa hücum ederseniz, ne puan alırsınız ki? Biraz da bundan geliyor bu. Tabii biz basında bunun farkına varmayıp, biraz sert çıktık. Bazı konularda yani.

²⁰ Hasan Cemal, a.g.e., s. 269.

²¹ a.g.e., s. 269.

²² a.g.e., s. 270.

İkinci bir mesele, iktidarlara basın münasebeti, geçmişte, kağıda sübvansiyon vermek esası üzerinde kurulmuş. Yunanistan'da falan, hâlâ böyle sistemler var. Ondan sonra da, basın patronlarının ve önemli köşe yazarlarının, hükümet ve bakanlar üzerinde, özel etki sahibi olmaları geliyor. Bunlar ya milletvekili oluyorlar ya da onların isteklerine göre, kararlar alınıyor. Biz bu noktada, normal münasebetlere girmek istedik. Özellikle basına; Biz kendi işimizi yapalım, siz kendi işinizi yapın, fikrinizi yazın ama, siyasete bulaşmayın. Onun bunun işini takip etmeyin, dedik. 1980 öncesinin çarpık alışkanlıklarıydı bunlar. Hatırlarsanız sonra, Erol Simavi'nin 'Basın birinci kuvvettir' diye bir makalesi çıktı. Manşet oldu bu makale. Yani basınla münasebetlerde bozulma oldu. 'Muzır Neşriyat Yasası' ile de iyice bozuldu.²³

-Bu Muzır yasası ile, kendi savunduğunuz özgürlükçü tutumun dışına çıkmadınız mı? Uzaydan gelen ve çıplak filmlerin oynadığı televizyonları, teknoloji hukukla önlenmez diye kabul ediyorsunuz. Ama kendi ülkenizdeki basına, bir nevi sansür getiriyorsunuz.

Orada, bizim muhafazakarlık yanımız ağır bastı galiba. Toplumda rey olarak hitap ettiğimiz muhafazakar kitleler etkili oldu. Amerika'da da, bu tür çelişkiler yok mu? Aslında, bunlar zaman içinde düzelebilirdi. Ama bizim insanlarımız evolüsyona inanmıyor genellikle. Tolerans, bizi toplumda az görülen bir vasıf. Bunu unutursanız, seçim kaybedersiniz. Bakın TRT'ye. Bugün de, Cem Duna zamanından farklı değil. Bayağı liberal. Ama Cem Duna TRT'ye müdür olunca, eski solcuları, Nuri Çolakoglu'nu aldı. Arkasından Cengiz Çandar'ı almaya kalktı. Bizim adamlarımız, 'Bunlar TRT'yi sola çeker' diye anti propagandaya başladılar. Yani şöyle. Gelişme, bazen istediğimiz süratte olamıyor. Politikacı olunca, bazen o günün şartlarına uymak zorunda kalırsınız. Bütün bunları, hemen kaldıramıyorsunuz. Ama gelişmeyi hızlandırmak ve bazen hamle yapmak da mümkün. 141-142-163'üncü maddelerin kaldırılması mücadelesine bakın. Akbulut hükümetinin Adalet Bakanı da, o taraflı olmadığı için 'Bunlar kalkmaz' diyordu. 'Eh onlar öyle desin' dedim kendi kendime. Karşı güçleri hesap ettik. 'Bunu aşarız' dedik ve aştık. Ama hep mümkün değil. Hatta Atatürk'ün bazen yaptığı gibi zorla da yapmak mümkün değil. Bazı şeylerin hızla yapılması için, kültür darboğazını da aşmak şart.²⁴

²³ Mehmet Barlas, *Turgut Özal'ın Anıları*, İstanbul, Gençlik Yayınları (Sabah Kitapları), 1994, s. 93.

²⁴ Mehmet Barlas, a.g.e., s. 94.

Medyaya getirilen sınırlama, uygulanan baskı ve yasaklar; Anayasa, yasalar, diğer baskı yolları, gazetecilere saldırılar, basın konseyi ve aleyhte araştırmalar başlıklarıyla incelenecektir.

A) ANAYASA

ANAP iktidarının, müteşekkik olduğu 1982 Anayasası²⁵, basın özgürlüğünün temelini oluşturan düşünce ve ifade özgürlüğünün, tüm kitle iletişim araçları ile olan bağlantısını ve hangi hallerde sınırlandırılabilirliğini, 25 ve 32. maddeler arasındaki hükümleriyle 1961 Anayasası'ndan daha ayrıntılı bir şekilde düzenlemektedir²⁶.

Anayasa'nın 25. maddesi düşünce özgürlüğünün aynı zamanda düşünce ve kanaatleri açıklama hakkını da içerdiğini vurgulamaktadır:

"Madde 25- Herkes, düşünce ve kanaat hürriyetine sahiptir. Her ne sebep ve amaçla olursa olsun kimse, düşünce ve kanaatlerini açıklamaya zorlanamaz; düşünce ve kanaatleri sebebiyle kınanamaz ve suçlanamaz."²⁷

Düşünceyi açıklama ve yayma hürriyetini düzenleyen 26. maddede ise, basın dışı kitle haberleşme araçlarında düşünce ve kanaatlerin önceden denetlenmesi demek olan sansüre olanak vermemektedir. Ama aynı maddenin 2. fıkrası da, düşünceyi açıklama ve yayma özgürlüğünün nasıl sınırlandırılabilirliğini düzenlemektedir. 3. fıkra ise, kanunların yasakladığı dilin kullanılamayacağı ve basın organlarının yetkili mercilerce de toplatılabileceği hükmünü içermektedir:

"Madde 26- Herkes, düşünce ve kanaatlerini söz, yazı, resim veya başka yollarla tek başına veya toplu olarak açıklama veya yayma hakkına sahiptir. Bu hürriyet resmi makamların müdahalesi olmaksızın haber ve fikir yaymak ya da vermek serbestliğini de kapsar. Bu fıkra hükmü, radyo,

²⁵ Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 13.12.1985-12.12.1986, Ankara, Başbakanlık Basımevi, 1987, s. 111.

²⁶ Scania Atılgen, *Gazetecilerin Korunması*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991, s. 36.

²⁷ *Yeni Anayasa 1982*, İstanbul, Serhat Yayınları, 1994, s. 27.

televizyon, sinema veya benzeri yollarla yapılan yayımların izin siskemine bağlanmasına engel değildir.

Bu hürriyetlerin kullanılması, suçların önlenmesi, suçluların cezalandırılması, devlet sırrı olarak usulünce belirtilmiş bilgilerin açıklanmaması, başkalarının şöhret veya haaklarının, özel ve aile hayatlarının yahut kanunun öngördüğü meslek sırlarının korunması veya yargılama görevinin gereğine uygun olarak yerine getirilmesi amaçlarıyla sınırlanabilir.

Düşüncelerin açıklanması ve yayılmasında kanunla yasaklanmış olan herhangi bir dil kullanılamaz. Bu yasağa aykırı yazılı veya basılı kağıtlar, plaklar, ses ve görüntü bandları ile diğer anlatım araç ve gereçleri usulüne göre verilmiş hakim kararı üzerine veya gecikmesinde sakınca bulunan hallerde kanunla yetkili kılınan merciin emriyle toplatılır. Toplatma kararını veren merci bu kararı, yirmidört saat içinde yetkili hakime bildirir. Hakim bu uygulamayı üç gün içinde karara bağlar.

Haber ve düşünceleri yayma araçlarının kullanılmasına ilişkin düzenleyici hükümler, bunların yayımını engellemek kaaydıyla, düşüncüyü açıklama ve yayma hürriyetinin sınırlanması sayılmaz.²⁸

Basın hürriyeti ile ilgili 28. maddede, bazı yayınların dağıtımının tedbir yolu ile önlenebilmesine yol açılmaktadır. Milli güvenlik, kamu düzeni ve genel ahlak gibi tarifi yapılmamış, koşullara göre değişebilen kavramlarla, yetkili mercilere toplatma hakkı tanımaktadır. Benzer bir ifadeyle, bu tür yayın yapan organların yayımının yasak olduğu belirtilmektedir²⁹:

"Madde 28- Basın hürdür, sansür edilemez. Basımevi kurmak izin alma ve mali teminat yatırma şartına bağlanamaz.

Kanunla yasaklanmış olan herhangi bir dilde yayım yapılamaz...

Basın hürriyetinin sınırlanmasında, Anayasanın 26. ve 27. maddeleri hükümleri uygulanır. Devletin iç ve dış güvenliğini, ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü tehdit eden veya suç işlemeye ya da ayaklanma veya isyana teşvik eder nitelikte olan veya devlete ait gizli bilgilere ilişkin bulunan her türlü haber veya yazıyı, yazarlar veya bastıranlar veya aynı

²⁸ a.g.o., s. 28.

²⁹ a.g.o., s. 29-31.

amaçla, basanlar, başkasına verenler, bu suçlara ait kanun hükümleri uyarınca sorumlu olurlar.

Türkiye'de yayımlanan süreli yayınlar, devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne, cumhuriyetin temel ilkelerine, milli güvenliğe ve genel ahlaka aykırı yayımlardan mahkum olma halinde, mahkeme kararıyla geçici olarak kapatılabilir. Kapatılan süreli yayının açıkca devamı niteliği taşıyan her türlü yayın yasaktır, bunlar hakim kararıyla toplatılır."

Araştırmacı-gazeteci Alpay Kabacalı, anayasanın düşünce açıklama ve basın özgürlüğünü sınırlamayı ön planda tutan yasakçı, antidemokratik bir anlayışın ürünü olduğunu belirtmektedir³⁰.

B) BASINLA İLGİLİ YASALAR

Medyayı yasalar açısından, temel iki özgürlük yakından ilgilendirmektedir. Bunlardan biri, düşünce açıklama veya ifade özgürlüğü, diğeri de bilgi edinme hakkı ya da haber alma özgürlüğü olarak tanımlanmaktadır. Medya hiç şüphesiz, düşünce açıklama özgürlüğünün en temel aracıdır. Bu nedenle, düşünce yasağı getiren her kural, basın özgürlüğünü etkilemektedir. Ancak her düşünce ceza tehdidinden kurtulmuşsa basına özgür denilebilir³¹.

Kurumsal açıdan, düşünce açıklama özgürlüğünün sınırsız bir şekilde kabul edildiği ülkelerde bile, sadece basın yoluyla düşünce açıklama özgürlüğünün tanınması, bu özgürlüğün varlığı açısından yeterli sayılmamaktadır. Profesör Çetin Özek, bu konuda şu noktalara işaret etmektedir³²:

"...Gerçekten, düşünce açıklamak özgürlüğünün sınırsız bir biçimde kabul edildiği siyasal yapılarda dahi, genelinde kitle iletişim araçlarının, özelinde basının çoğulculuğu yeterli güvence altında sayılamaz. Basın yoluyla düşünce açıklama özgürlüğünün çoğulcu niteliği 'tek yönlü haber dolaşımı'nın engellenmesine bağlıdır Bu nedenledir ki, anayasal düzen

³⁰ Alpay Kabacalı, *Türkiye'de Basın Sanatları*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayını, 1990, s. 224.

³¹ Turgut Kazan, "Her düşünce, ceza tehdidinden kurtulmuşsa, basın özgür olabilir", *Bekim Gazete*, Sayı: 9, Mart 1991, s. 9.

³² Çetin Özek, "Evrensel açıdan basın özgürlüğünde çağdaş boyutlar", *Bekim Gazete*, Sayı: 1, Temmuz 1990, s. 9.

açısından 'izin verilen düşünce alanı-izin verilmeyen düşünce alanı' ayrımı olmasa dahi, halkın tek yönlü haber akışı nedeniyle saptırılmış bilgi edinme durumları yaratabilmektedir. Böyle bir ortamda, 'özgür haber dolaşımı' süreci, görünüşde işlerlik kazansa dahi, 'halkın gerçekleri öğrenme üretimi' gerçekleşmemektedir."

Bu nedenle çağdaş demokrasilerde, düşünce açıklama özgürlüğüne sınır getirilmemesi yeterli görülmemektedir. Gazetecinin basın faaliyetine girişmek hakkını kullanmasından, yayının okuyucuya ulaşmasına kadar geçen sürenin her türlü yasaktan arındırılması gerekmektedir.

Burada haber kaynağına ulaşabilme ve bilgi edinme hakkının önemi de ön plana çıkmaktadır. Bilgi edinme hakkı, uluslararası bir kavram ve hak olarak, kitle iletişim araçlarının sağladığı haber akışının ürünüdür. Haberleşme özgürlüğü ise, bilgi edinmek üretimini sağlayan bir süreçtir. Bu doğrudan doğruya halkı da yakından ilgilendirmektedir.

Bu konuya, daha önce II. bölümde "Medya, İktidar, Partiler, Meclis" başlığı altında, "Politikacılar açısından bilgi kontrolü" bölümünde ayrıntılı olarak incelendiği için yeniden değinilmeyecektir.

Burada sadece, Olağanüstü Hal Valiliği'nin yasağı nedeniyle 94 Nevruz'unda Cizre'ye medya mensuplarının sokulmamasını ve polis kontrol noktasında gazetecilerin röportaj yapmasının da engellendiğini belirtmekle yetinelim³³.

Basın Konseyi'nin 1989 tarihli araştırması, Türkiye'deki yasalardan 152'si içinde yer alan 1000 civarındaki hükmün basın özgürlüğü ile ilgili olduğunu saptamaktadır. Bunların pek azının düzenleyici, pek çoğunun sınırlayıcı nitelikte olduğu ortaya çıkmaktadır³⁴.

Bu yasalar içinde hiç şüphe yok ki, Basın Yasası dışında, 1983-1993 döneminde üzerinde en çok tartışılan ve tepki toplayanları, Muzır Yasası, basında

³³ Nazım Alpman, "Cizre basına kapalı", *Milliyet*, 19 Mart 1994, s.16.

³⁴ Mehmet Somla Gemalmaz ve Osman Doğru, *Türkiye'de Basın Özgürlüğü Mecmuası*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1990, s. 23.

"SS Kararnameleri" olarak adlandırılan kararnameler ve Terörle Mücadele Yasası'dır.

1) Basın Yasası

12 Eylül rejimi tarafından 1982 yılında çıkarılan 5680 sayılı Basın Kanunu'na, Başbakan Turgut Özal'ın bütün vaatlerine rağmen el sürülmedi³⁵. Basın özgürlüğünü kısıtlayan yasal çerçevede hiçbir iyileştirme yapılmadı.

Medyanın halkı bilgilendirme işlevinin gereğini ve önemi kavrayamayan veya kavramak istemeyen siyasi iktidarlar, esasen yeterli olmayan Basın Yasası'na yeni sınırlamak getirmekle yetinmedi, 1982 Anayasası ile getirilen düzenlemeler ve diğer yasalarda yapılan değişikliklerle, Anayasa'nın 29. maddesine aykırı olarak, haber, düşünce ve kanaatlerin serbestçe yayılmasını engelleyici veya zorlaştıracı siyasal, ekonomik çok ciddi sınırlamalara tabi tuttu.

Çağdaş Gazeteciler Derneği'nin düzenlediği Basın Kurultayı 92'de, Hukuk Komisyonu tarafından hazırlanan rapora göre³⁶, Basın Yasası'ndan çıkarılması gereken maddelerin başında 31. madde gelmektedir. Yasanın 31. maddesi, idareye adeta sebep göstermeksizin, yurt dışında basılan yayınların yurda sokulmasını yasaklamak yetkisi vermektedir. Bu yasakta, yargı kararı aranmamaktadır.

Kaldırılması gereken bir başka madde de, belirli suçların işlendiği iddiası ile basılmış eserlerin dağıtımının önlenmesi, toplatılması ve basılmış eserlerin basımında kullanılan makineler ile diğer basın aletlerinin müsaderesine olanak sağlayan Ek 1. maddedir. Bu hüküm, dayanağını Anayasa'nın 30. maddesinden almaktadır.

³⁵ Okay Gönenç'in, "Seçilenler seçilemeyenler", Cumhuriyetten Okurlara, *Cumhuriyet*, 21 Ekim 1991, s. 2.

³⁶ ÇGD Hukuk Komisyonu Raporu, *Basın Kurultayı 92*, Ankara ÇGD Yayınları, 1992, s133

Yürürlükten kaldırılması gereken bir başka madde, Ek 2. maddedir. Bu madde, 3. fıkrasında yazılı suçlarla, milli güvenliğe ve genel ahlaka aykırı davranışlardan mahkumiyet halinde, suç teşkil eden yazının yayınlandığı mevkutenin üç günden bir aya kadar mahkeme kararı ile kapatılabileceği amirdir. Bu süreli yayının kapatılması, süreli yayının sahibinden çok, okuyucusunun cezalandırılması sonucunu doğuracaktır. Öte yandan kapatma, yazarın fiilinden dolayı sürekli yayının sahibinin cezalandırılması anlamını taşımaktadır. Bu durum, suçların şahsiliği ilkesiyle de çelişmektedir.

Basın Yasası'nın Ek 4. maddesi, Ek 1. maddeye göre basılmış eserin dağıtımının önlenmesi halinde, yayınlanmamış eserin ihtiva ettiği suçtan dolayı yargılama yapılacağını ve hafifletici de olsa ceza verileceğini hükme bağlamaktadır. Bu hüküm, herşeyden önce, bizzat Basın Yasası'nın da benimsemiş olduğu, basın suçu anlayışı ile çelişmektedir. Yasanın 3. maddesinin 3. fıkrasında, "Basın suçu, neşir yolu ile vücut bulur" denilmektedir.

Yasanın 16. maddesinde öngörülen objektif sorumluluk esasına son verilerek, bu maddenin manevi sorumluluk esasına göre yeniden düzenlenmesi gerekmektedir.

Cumhuriyet gazetesinin saptamalarına göre, 1983-1989 yılları arasındaki ANAP iktidarı döneminde 2792 yazar ve çevirmen ve gazeteci yargılandı. 458 yayın için toplatma kararı verildi. 368 yayın hakkında mahkemelerce müsadere ve imha kararı alındı. 39 ton yayın imha edildi. Yazar, çevirmen ve gazetecilere 2000 yıla yakın hapis ve milyarlarca liralık para cezası verildi. 13 gazete hakkında 303 dava açıldı.³⁷

Basın Yasası'nda değişiklik yaparak, Anayasa'daki "Basın özgürdür, sansür edilemez" hükmünü metne koyan yasa tasarısı, 13 Mayıs 1993 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığı'na sunuldu. Tasarıya göre, gazeteciler, haber

³⁷ Hasan Cemal, a.g.e., s. 313.

kaynağını açıklamaya zorlanamayacaklar. Günlük yayınlar hakkında 3 ay, diğer basılmış eserler hakkında 6 ay içinde dava açılması gerekecek. Basılmış eserlerin toplatılmasına soruşturma aşamasında Sulh Ceza Hakimi'nce, kovuşturma aşamasında görevli mahkemece karar verilebilecek.³⁸

2) Muzır Yasası

"Toplumda rey olarak hitap edilen muhafazakar kitlelerin etkisiyle"³⁹1927 tarihini taşıyan "Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu", 1986 yılı Mart ayında değiştirilip, bir sansür yasasına dönüştürülerek basından bir anlamda intikam alma duygusu tatmin edildi. "Müstehtecen yayın" kavramıyla "küçüklerin maneviyatı üzerinde muzır" kavramı eşanlamlı kullanılarak, kavram kargaşası yaratan yasa, ağır para cezaları getirdi. Dönemin Başbakanı Turgut Özal, ağır para cezalarının gerekçesini şöyle açıklamaktadır⁴⁰:

"Hükümler değiştirilmiştir. Çok yüksek para cezaları konulmuştur. Yani açıkca söyleyeyim, onu yapmaya kimse cesaret edemeyecektir. 250 milyon lira gibi para cezası olunca, herhalde günlük gazetelerde o gördüğünüz, birçok halkımızın çok ıstırap duyduğu resimler bir daha neşredilemez."

Yasanın aslında, çıkarıldığı dönemde çıplak kadın fotoğraflarına ve cinselliği öne çıkaran haberlere yer veren Sabah, Günaydın ve Tan gibi çok satan ve bunun yanısıra hükümete yoğun eleştiriler yöneltip muhalefet yapan, Özal'ın da hedef gösterdiği "günlük gazeteleri" cezalandırmayı amaçladığı açıktır.

Yasanın, zaten oluşturulmasını öngördüğü Muzır Kurulu'nun, 11 üyesinin büyük çoğunluğu da hükümetçe atanmaktadır. Başbakanlık bünyesindeki Kurul'da, Milli Güvenlik Kurulu temsilcisi bile bulunmaktadır. Kurul'a (Türkiye) Gazeteciler Cemiyeti ve İzmir Gazeteciler Cemiyeti aday göstermeyi reddetti. Kurul, yasayla

³⁸"Basın yasasında değişiklik", *Anadolu Ajansı*, A3437, 13 Mayıs 1993.

³⁹Mehmet Barlas, a.g.e., s. 13.

⁴⁰Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 13.12.1985-12.12.1986, Ankara, Başbakanlık Basımevi, 1987, s. 349.

müstehcen yayınların resmi ve zorunlu bilirkişisi durumuna gelerek yargı bağımsızlığını zedeler bir durumu da ortaya çıkardı⁴¹.

ANAP iktidarının "basınla ilişkilerinin iyice bozulmasına"⁴² yol açan yasa nedeniyle çok sayıda yayın organı hakkında dava açıldı. Milyarlarca liralık para cezası verildi, dergi ve kitaplar poşete girdi. Hatta Güneş gazetesi İzmir temsilcisi, İzmir baskılarını kurula göndermediği gerekçesiyle, daha sonra para cezasına çevrilen 3 ay 15 gün hapis cezasına çarptırıldı⁴³.

Yasa nedeniyle çok sayıda davanın açıldığı İstanbul 2. Asliye Ceza Mahkemesi, Mart 1986 ile Şubat 1988 arasında 7 yayın organını 31 ayrı davada toplam 7 milyar 6 milyon 629 bin 645 lira para cezasına çarptırdı⁴⁴. Söz konusu yayınları umuma açık yerlerde veya umumi mahallerde irad edenlere, 2-10 milyon lira arasında, mevkuteler için de tirajının toplam satış bedelinin 5-15 katı oranında ağır para cezası getirildi.

Kurul'un ilk başkanı Dil Tarih ve Coğrafya Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Rüçhan Arım'ın da işaret ettiği gibi, bu ağır para cezaları tahsil edilemez hale geldi. Bunun üzerine yasada değişikliğe gidildi ve 11 Mayıs 1988'de getirilen geçici bir madde ile, o güne kadar tahsil edilemeyen para cezalarının 10'da 9'u affedildi. Verilecek para cezası miktarının, 30 milyon lirayı geçemeyeceği hükmü getirildi⁴⁵.

Kurul, 1986-1992 yılları arasındaki 6 yıllık dönemde 100 bini aşkın yayını denetledi. Bu yayınlardan, muzır ya da müstehcen bulunanların dışındakiler Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü'ne devredildi. Kurul, kendisine doğrudan ulaşan yayınların dışında, savcılıklardan gönderilen yayınları da inceleyerek, devlet adına bilirkişilik görevini yerine getirdi. 1991 yılı sonuna kadar, Kurul'a bu şekilde 5 bin 625 yayın ulaştı. Bu yayınlardan yarıya yakını muzır ya da müstehcen bulundu⁴⁶.

⁴¹ Alpay Kabacalı, a.g.e., s. 230.

⁴² Mehmet Barlas, a.g.e., s. 13.

⁴³ "Muzır Poşeti", *Bizim Gazete*, Sayı:2, Ağustos 1990, s. 9.

⁴⁴ Alpay Kabacalı, a.g.e., s. 231.

⁴⁵ Turan Yılmaz, "Muzır Kurulu özel TV'lerin çapkınlığına abıştı", *Cumhuriyet*, 1 Mayıs 1992, s. 1.

⁴⁶ Turan Yılmaz, "Muzır Kurulu iktidarsızlığa koşuyor", *Cumhuriyet*, 22 Nisan 1992, s. 1.

Anayasa Mahkemesi'nin de, açılan iptal davasında Anayasa'ya uygun bulduğu Kurul'un incelemeleri sonucu muzır ya da müstehcen olarak nitelenen yayınlardan bazılarının adları şöyle⁴⁷:

"Oğlak Dönencesi (Arthur Miller), Sudaki İz (Ahmet Altan), Kadının Adı Yok (Duygu Asena), Şengül Hamamı (Engin Ardıç), Cinsel Kültür (Dr. Haydar Dümen), Bitmeyen Aşk, Kanlı Kâbus, Cellatların Ölümü, Lacivertin Ötesi (Beyaz Dizi serisi), Playboy, Elele, Erkekçe, Kadınca, Rapsodi, Marie Claire ve Formen dergilerinin bazı sayıları, En Güzeli Seks Fıkraları, Kadınların Cinsel Sorunları, Cinsel Başarısızlığın Nedenleri ve Çareleri, Cinsel Sorunların Bilimsel Cevapları."

Söz konusu yayınlardan bazıları, Oğlak Dönencesi gibi, sansür edilen bölümleri içeren mahkeme kararını da eserin baş tarafına basarak yeniden yayınlandı.

"Basın özgürlüğüne saldırının cinsel organı"⁴⁸ diye nitelenen Kurul hakkında, DYP-SHP koalisyonu protokolünde "Muzır Yasası'ndan kaynaklanan kısıtlayıcı düzenlemelerin" kaldırılacağı sözünü verildi⁴⁹. Bu yönde Kültür Bakanlığı, bazı çalışmalar yaptıysa da bir sonuç alınamadı. Arım'ın "kararların hep objektif ölçülere göre alındığı" görüşünü savunduğu⁵⁰ Kurul "çalışmalarını" sürdürüyor.

3) SS Kararnameleri

Basına yönelik düzenlemeleri de içeren ve büyük tepki toplayan diğer bir düzenleme de, kamuoyunda "SS Kararnameleri" (Sansür-Sürgün Kararnameleri) olarak bilinen kararnamelerdir. Basına sansür getiren, 9 Nisan 1990 tarihli 413

⁴⁷ a.g.e., s. 1.

⁴⁸ Turan Yılmaz, "Muzır Kurulu özel TV'lerin çapırlığına alıştı", a.g.e., s. 1.

⁴⁹ Basın Konseyi Faaliyet Raporu (1991), İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1992, s. 30.

⁵⁰ Turan Yılmaz, "Muzır Kurulu özel TV'lerin çapırlığına alıştı", a.g.e., s. 1.

sayılı ve 13 Nisan 1990 tarihli 421 sayılı Kanun Hükmündeki Kararnameler tepkiler üzerine kısa sürede yürürlükten kaldırıldı.

Ancak bunların yerine, hemen aynı içerikteki 9 Mayıs 1990 tarihli 424 sayılı "Şiddet Olaylarının Yaygınlaşması ve Kamu Düzeninin Ciddi Şekilde Bozulması Sebebine Dayalı Olağanüstü Halin Devamı Süresince Alınacak İlave Tedbirlere İlişkin Kanun Hükmünde Kararname" ile 425 sayılı kararname çıkarıldı. Muhalefetin de sakıncalı bularak iptali için Anayasa Mahkemesi'ne başvurduğu bu kararname de yürürlükten kaldırılarak, aynı yılın Aralık ayında 430 sayılı kararname yayınlandı.

Öncelikle, bir yetki kanununa dayanılarak çıkarılmadıkları için anayasal nitelikten yoksun bulunduğu belirtilen⁵¹ KHK'ler, İçişleri Bakanlığı, Olağanüstü Hal Bölge Valisi ile il valilerine geniş yetkiler vermektedir. Tedbire maruz yayın hareketlerinin böyle olduklarına da söz konusu kişilerin karar verecek olması, onları hem hakim hem de davacı konumuna getirmektedir.

Üstelik bu kişiler hakkında karar ve tasarruflarından dolayı cezai, mali veya hukuki sorumluluk iddiası da ileri sürülemeyecektir. Bölgedeki kamu görevlilerinin kişilik haklarına, yayın yoluyla saldırıda bulunulması halinde, yayın organının tirajına göre hesaplanacak tazminatlara da hükmedilebilecektir.

KHK, kamu düzeninin ciddi şekilde bozulması, bölge halkının heyecanlanması gibi muğlak ve her türlü yoruma elverişli bir ortam yaratmaktadır. Matbaa kapatmak müeyyidesi ise, hem ticari işletmeleri cezalandırmakta hem de yayın organlarına önemli bir engel oluşturmaktadır.

İçişleri Bakanı'na, tüm Türkiye'de yayınların basılıp dağıtılmalarını süreli veya süresiz yasaklama yetkisi verilmesi de, basın özgürlüğünü siyasal iktidarın denetimine sokmak anlamını taşımaktadır.

⁵¹ *Başın Kurulu Faaliyet Raporu (1990)*, s. 15.

Basın Konseyi Başkanı Oktay Ekşi, 413 Sayılı Kararname yayınlandığında endişelerini yaptığı şu açıklama ile dile getirdi⁵²:

"...asıl amaçla bağdaştıramadığımız uygulamalar da başlamıştır. Örneğin, Kararname'nin getirdiği 'basımevi kapatma' yetkisi, 'Şu, şu yayınları basarsanız matbaanız kapatılır, ona göre dikkatli olun' türünden tehditler için vasıta olarak kullanılmaktadır. Özellikle birçok derginin kendilerine ait olmayan matbaalarda basıldıkları dikkate alındığı zaman, bu tehdidin söz konusu dergilerin kapanmasına yol açacağı açıktır. Nitekim, sadece İstanbul'da halen 18 yayının 'basımevi bulamamak' yüzünden büyük bir sorunla karşı karşıya bulundukları, bunların bazılarının yayınlanma zamanı geldiği halde çıkamadığı bir gerçektir."

Kararnamelerin ilk uygulaması, Haziran 1990'da yaşandı. 424 Sayılı Kararname gereği, Olağanüstü Hal Bölge Valiliği'nin önerisi ve İçişleri Bakanlığı'nın kararı ile haftalık 2000'e Doğru dergisi ile Halk Gerçeği dergisinin yayını süresiz olarak, bu dergileri basan Ilıcak Matbaası'nın da 10 gün süreyle çalışması durduruldu. Dergilerin kapatma kararında şöyle denildi⁵³:

"Bölgedeki faaliyetleri yanlış aksettirerek gerçek dışı haber ve yorum yaparak bölgedeki kamu düzeninin ciddi bozulmasına, bölge halkının heyecanlanmasına, güvenlik kuvvetlerinin görevlerini gereği gibi yapmasına engel teşkil edecek şekilde yayın yaptığı saptanmıştır."

Görüldüğü gibi, kararnamelerdeki bu muğlak gerekçeler, istendiği gibi kullanılmaktadır. O dönemki tüm Türkiye toplam satışı 15 bin 41 olan 2000'e Doğru dergisinin⁵⁴ bu kararda ileri sürülen gerekçeleri ne kadar gerçekleştirebileceği tartışma götürür.

Ayrıca, kapatma kararından sonra Yeni Halk Gerçeği adı altında yayını sürdürmek isteyen Halk Gerçeği dergisi de Ilıcak matbaasının "hayır" cevabı⁵⁵ ile karşılaştı.

⁵²"413'le basma vurulan darbe", *Özgür Basın*, Yıl: 2 Sayı: 12-13, Nisan-Mayıs 1990, s. 1.

⁵³"Kararname uygulandı", *Bizim Gazete*, Sayı: 1, Temmuz 1990, s. 13.

⁵⁴"Tiraj raporu", *Bizim Gazete*, s.g.a., s. 23.

⁵⁵"Yasaklama toplama", *Bizim Gazete*, Sayı: 2, Ağustos 1990, s. 8.

Kanun Hükmünde Kararnameler'i savunan Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın görüşleri de şöyledir⁵⁶: "Kanun hükmündeki kararnameler kim ne derse desin, fevkalade müspet tesir etmiş, ülkenin bölünmez bütünlüğünün sağlam bir teminatı haline gelmiştir. Bunun değiştirilmesine, yanlış yorumlanmasına hiçbir şekilde imkan vermeyeceğiz. Bu konuda kararlı olduğumuzu burada cümle âleme ilan ediyorum."

Cumhuriyet gazetesi Genel Yayın Müdürü Hasan Cemal, hükümetin Anayasa Mahkemesi'nin iptal ihtimali üzerine zaman kazanmak için 424 sayılı KHK'yi kaldırarak yerine 430 Sayılı KHK'yi yürürlüğe koymasının ardından görüşlerini şöyle açıklamaktadır⁵⁷: "İçişleri Bakanlığı herhangi bir mahkeme kararı olmaksızın ve yargı yolu kapalı olarak yine yayın ve matbaa kapatabilecek... Değişen nedir? Kuşkusuz, işin özü değil değişen, yalnızca kararnamelerin sayısı."

Milliyet gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Doğan Heper de "Biz, idarenin yargı yerine geçercesine, kararlar almasına, müeyyideler uygulamasına karşıyız. Buna 'geniş anlamda sansür' diyorum. Basının haber alma ve verme özgürlüğünün şöyle veya böyle, şu kadar veya bu kadar kısıtlanması vatandaşın bilgilendirilmesinin engellenmesidir. Bundan yana olmak savunmak mümkün mü?⁵⁸" demektedir.

Uluslararası Basın Enstitüsü IPI da, Türkiye ile ilgili raporunda "Çıkarılan Kanun Hükmünde Kararnameler ile iki ayrı sistem oluşturulmaktadır. Bunlardan biriyle Olağanüstü Hal Bölgesi'nde ifade özgürlüğünü, bireysel güvenlik haklarını yadsıyan bir yasal düzen oluşturulmakta, ikinci olarak da her türlü suçun yasalarla belirlenmesi, mahkemelerin bağımsızlığı kuralı ortadan kaldırılmaktadır. Sonra da bu iki anayasaya aykırılık tüm ülkeye yaygın uygulama haline getirilmektedir" görüşü savunulmaktadır⁵⁹.

⁵⁶ "Kararnameler Anayasa Mahkemesi gündeminde", *Bizim Gazete*, Sayı: 2, Ağustos 1990, s. 8.

⁵⁷ "Kararname yineleni", *Bizim Gazete*, Sayı: 7, Ocak 1991, s. 9.

⁵⁸ a.g.e., s. 9.

⁵⁹ Seyfettin Turan, "Kararnameler açıkça anayasa ihlalidir", *Bizim Gazete*, Sayı: 8, Şubat 1991, s. 10.

4) Terörle Mücadele Yasası

Türk Ceza Kanunu'nun yıllardır tartışmalı olan 141, 142 ve 163. maddelerini kaldıran, 3713 nolu ve 12 Nisan 1991 tarihli Terörle Mücadele Yasası da söz konusu maddelerden daha ağırlarını yürürlüğe koydu. Yasanın 6, 7 ve 8. maddeleri, basınla ilgili hükümleri içermektedir. Her üç maddede de, kasıt unsuru yerine propaganda yapma amacı aranmaktadır. Haber almak, vermek, bildirilerin yayınlanması, bu fikre karşı olduğu belirtilse dahi suç sayılmaktadır.

Nitekim, Çetin Özek, yasa ile ilgili olarak "Bu yasanın hükümleriyle haber almak, vermek, bildirilerin yayınlanması, bu fikre karşı olduğu belirtilse dahi suç sayılıyor" demektedir⁶⁰. Profesör Uğur Alacakaptan da, yasa için görüşünü "Bu kanunla 141, 142 ve 163. maddeler kalkmamıştır. Bu büyük bir yalandır. Daha kötü maddeler, insan özgürlüklerini ve temel haklarını daha fazla kısıtlayan, daha tehlikeli hükümler Türk Ceza Hukuk Mevzuatı'na sokulmuştur" diye açıklamaktadır⁶¹.

Yasanın 6. maddesinde, "a) kime yönelik olduğunun anlaşılmasını sağlayacak surette kişilere karşı terör örgütleri tarafından suç işleneceğini veya terörle mücadelede görev almış kamu görevlilerinin hüviyetlerini açıklamak ve yayınlamak veya bu yolla kişileri hedef göstermek fiilleri, terör örgütlerinin bildiri ve açıklamalarını basma ve yayınlama fiilleri, 7. maddesinde terör örgütleri ile ilgili propaganda yapmak fiili, 8. maddesinde de devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü bozmayı hedef alan propaganda yapmak" cezalandırılmaktadır.

Özellikle TCK'nın 142/3 bendinde yer alan ve ırk ayrılığı gerekçesiyle propagandayı cezalandıran hüküm, TMY'nın 8/1 bendinde ağırlaştırılarak korundu.

⁶⁰ Vefiye Özkoçak, "Bu yasa aldattı", *Bizim Gazete*, Sayı: 12, Haziran 1991, s. 8.

⁶¹ a.g.e., s. 8.

Birçok gazeteci, yazar ve araştırmacı kaldırılan 142. maddenin hükümlerinden çok daha ağır cezalara çaptrıldı⁶². Üç yıl içinde "düşünce suçu" kapsamında 1650 dava açıldı, 5 bini aşkın sanık mahkeme önüne çıkarılarak yargılandı⁶³.

1994 Aralık ayı itibarıyla, 127 gazeteci, yazar, yayıncı çeşitli cezalara çaptrıldı. Verilen hapis cezası miktarı 500 yılı, para cezası miktarı da 1 trilyon lirayı geçti⁶⁴.

TMY'ye göre mahkum olanlar, düşünceleri nedeniyle hüküm giyseler bile, terörist sayıldı ve cezalarını çekerken diğer hükümlülerden farklı olarak açık görüş yaptırılmadı. Cezaların İnfazı Hakkındaki Kanun'dan da yararlanamadı. Cezasının en az dörtte üçünü çekmesi gerekti. Hüküm giyen yayıncı ve yazarlara ağır para cezaları da getirdi. Para cezasının ödenmemesi halinde, günlüğü 10 bin liradan hapis yatılması hükmü konuldu⁶⁵.

Basın Kurultayı 92'de sunulan Hukuk Komisyonu Raporu'nda yasa şöyle yorumlanmaktadır⁶⁶:

"Sözü edilen hedef gösterme ve propaganda suçları son derece belirsiz kavramlara dayandırılmış, böylece bu düzenlemelerle sadece Anayasa'nın 38. maddesinde ve TCK'nın 1. maddesinde yer alan kanunilik ilkesi ihlali edilmekle kalmamış, ayrıca basın yolu ile düşünce açıklama ve haber verme hakları, dolayısıyla basın özgürlüğü de ağır tehditlere maruz kılınmıştır. Ayrıca kanunun 6, 7 ve 8. maddelerinin son fıkralarında mevku te sahiplerinin de cezalandırılacağı hükme bağlanmaktadır. (Bu) modern ceza hukukunun temel ilkeleri arasında yer alan herkes kendi fiilinden sorumlu tutulur ilkesine olduğu kadar, Anayasa'nın 38. maddesinde yer alan ceza sorumluluğu şahsidir ilkesine de aykırıdır."

Bu yasanın çıkmasından çok kısa bir süre sonra, Ağustos 1991'de, Cumhurbaşkanı Turgut Özal'ın Yatağan'ın Kavaklı ilçesinde vatandaşlara yaptığı bir konuşma, yasanın ardındaki felsefeyi ortaya koyması açısından ilginçtir⁶⁷:

⁶²Oral Çalışlar, "Terörle Mücadele Yasa Tasarısı", *Cumhuriyet*, 19 Aralık 1994, s. 12.

⁶³a.g.e., s. 12.

⁶⁴Sinan Yılmaz, "Bütçe açığını gazeteci kapatacak", *Yeni Yüzyıl*, 20 Aralık 1994, s. 5.

⁶⁵a.g.e., s. 12.

⁶⁶Haz. Metin Aksoy, *Basın Kurultayı 92*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1993, s.135.

⁶⁷"Basın terör örgütlerinin propagandasını yapıyor", *Bizim Gazete*, Sayı: 15, Eylül 1991, s. 8.

"Bunda (terör olaylarında) basınımızın vebali var. Onların (terör örgütlerinin) istekleri, bir hadise yapıp bunu manşetlere çıkarıp, kendilerini olduklarından çok büyük gösterme arzusudur. Buna da maalesef bazı basınımız, manşetlerde yer vererek fiilen bu terör örgütünün propagandasını yapmaktadır. Buna halkımızın fevkalade dikkat etmesi lazım. Açıkça söylüyorum, bu gibi basın araçlarımızın da fevkalade dikkatli olması lazım. Daha fazla tiraj yapacağız diye memleketi daha sıkıntılı meselelere götürmemeleri lazım. Haberi versinler ama, sayfa içlerinde versinler. Bu bütün dünyada uygulanan bir husustur."

Önemli ölçüde tepki gören yasanın değişmesi için, uzun tartışmalar sonunda yeni bir taslak hazırlandı. 30 Ekim 1994'te TBMM Adalet Komisyonu'na sunulan taslak özellikle Anavatan ve Refah Partililerin "163. madde geri getirilmek isteniyor" biçimindeki saldırısına uğradı. Bu saldırıya, daha sonra bazı Doğru Yol Partisi milletvekilleri de katıldı⁶⁸.

Konu ile ilgili bir araştırma yapan Oral Çalışlar, yürürlükteki yasa ile taslak arasında ciddi farklılıklar bulunmadığını belirtmektedir. Çalışlar, "Yasa taslağı, var olan kanunun anti-demokratik anlayışını koruyor ve düşüncüyü suç saymaya devam ediyor"⁶⁹ demektedir.

5) Medeni Kanun

Medyaya yönelik olarak önemli bir düzenleme de Medeni Kanun'da gerçekleştirildi. Medeni Kanun'un 24. maddesine bir fıkra eklendi. 24/A maddesine göre, "Şahsiyet hakkı hukuka aykırı olarak tecavüze uğrayan veya bir tecavüz tehlikesi karşısında bulunan kişi, tecavüze son verilmesini veya tecavüz tehlikesinin önlenmesini talep edebileceği gibi, sona ermesine rağmen etkisi devam eden

⁶⁸Oral Çalışlar, a.g.e., s. 12.

⁶⁹a.g.e., s. 12.

tecavüzün hukuka aykırılığının tespitini ve gerekiyorsa kararın yayınlanmasını ya da üçüncü kişilere bildirilmesini talep" edebilecekti.⁷⁰

Bu maddenin çıkarılmasındaki amaç, bazı haber ve yazıların yayını durdurmak amacını güdüyordu. Nitekim bu tür uygulamalar yasanın değiştirilmesinin hemen ardından peşpeşe geldi.

1989 Mayıs ayında Sabah gazetesinde Bekir Coşkun'un, Özal ailesini konu alan "Hasbahçe'de Sonbahar" adlı yazı dizi, Başbakan Turgut Özal'ın eşi Semra Özal'ın eşinin mahkemeye başvurması sonucu durduruldu. Sabah gazetesi 23 Mayıs 1989 tarihinde toplattırıldı.

Aynı dizinin Saltanat Kayığı adıyla sürdürülmesine de mahkeme kararıyla izin verilmedi. Emin Çölaşan'ın, "Turgut Nereden Koşuyor" kitabından bölümler yayınlayan Bugün gazetesi de 5 Nisan 1989'da toplattırıldı. 12 Haziran 1989'da Bugün'ün yayını "Semra Nereye Koşuyor" adlı yazı dizisi nedeniyle durduruldu.⁷¹

Milli Savunma Bakanı Ercan Vuralhan'ın adının yolsuzluğa karışmasıyla ilgili haberlerde de Vuralhan, aynı madde marifetiyle Cumhuriyet gazetesindeki yayını durdurmak istedi.⁷²

6) Radyo Televizyon Üst Kurulu Yasası

Politikacıların, medyaya yönelik olarak yasalaştırdığı bir başka yasa da Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkındaki 3984 Sayılı Kanun ya da kamuoyundaki adıyla Radyo Televizyon Üst Kurulu Yasası oldu. 13 Nisan 1994 tarihinde kabul edildi.

Bu çalışmanın sınırladığı 1983-1993 döneminde girmese de, RTÜK, sonuçları itibarıyla medyaya yönelik ve medyayı denetim altında tutma amacı

⁷⁰ Alpay Kabacalı, a.g.e., s. 232.

⁷¹ Erbil Tuşalp, *Evrenseli mi Özal'ın mı?*, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1992, s. 298.

⁷² Hasan Cemal, a.g.e., s. 270.

taşıması özelliğinden dolayı üzerinde durulmasını gerektirmektedir. Söz konusu yasa ile, siyasi parti adaylarından oluşan 9 kişilik Üst Kurul, bütün radyo televizyon yayınlarını denetlemekle ve daha önemlisi frekans tahsisi ile görevlendirildi.

Taksim'de düzenlenen bir mitingin bazı televizyon kanallarınca canlı olarak yayınlanmasından ve olaylar çıkmasının ardından, Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulu, dokuz saat süren bir oturumla RTÜK yasasını kabul etti. Meclis'e 38 madde olarak gelen teklif, eklemelerle 42 maddeye çıktı.

Siyasi partiler, baştan beri özel radyo ve televizyonların zapt-ı rapt altına alınmasını istemektedir:

"Karayalçın'ın gündemindeki ilk maddelerden birisi, özel radyo ve televizyonlar. Bu seçim kampanyası sırasında, bir özel televizyon kanalının programları artık SHP kanadı için bardağı taşıran son damla olmuş. Karayalçın, kendisine danışmanlık yapan gazeteci Yazgütlü Aldoğan'a talimatı vermiş bile. Aldoğan, özel radyo ve televizyon kanunu üzerinde çalışmalara başlıyor. Bu kanunun çerçevesinin çizilmesinde, herhalde bu seçim kampanyasında yaşanan bazı tatsız olayların izleri de görülecek. Nitekim DYP'nin ankara Belediye Başkan adayı dün akşam TRT'deki konuşmasında bunun ilk işaretini de veriyor.⁷³"

Başbakan Tansu Çiller de aynı fikirdedir:

"Başbakan Tansu Çiller, Refah Partisi'nin özellikle büyük kentlerde kazanmasına özel televizyon şirketlerinin katkısının büyük olduğunu öne sürdü. Çiller, 'Bazı yayınlara ben liberal bir anne olarak kızıp utanıyordum. Tabii RP de bunu kullandı. Özel televizyonlarla ilgili yasa tasarısını bir an önce TBMM'den çıkarıp bir tedbir getirmeye kararlıyım' dedi.⁷⁴"

Yasaya karşı özel televizyon yöneticileri, Show TV'den Nuri Çolakoğlu, ATV'den Önay Bilgin, İnterstar'dan Özcan Ertuna ve Kanal 6'dan Ahmet Özal, Demirel, Çiller, Yılmaz ile görüştü, ama bir sonuç elde edemedi.⁷⁵

Zafer Mutlu, yasanın bir intikam yasası olduğunu şöyle açıklamaktadır⁷⁶:

⁷³Ertuğral Özkök, "Özel TV'ler gündeme geliyor", *Politika, Hürriyet*, 28 Mart 1994, s. 15. (Siyah yazılar yazara aittir)

⁷⁴"Çiller: RP'yi özel TV'ler kazandı", *Hürriyet*, 31 Nisan 1994, s. 25.

⁷⁵*Hürriyet*, 16 Kasım 1993, s. 33.

⁷⁶Zafer Mutlu, "Partilerin intikamı", *Basın Düşüncesi, Sabah*, 15 Kasım 1993, s. 1. (Siyah yazılar yazara aittir)

"İktidarı oluşturan iki parti DYP ile SHP ve Ana Muhalefet Partisi ANAP büyük bir ahenk içinde özel TV istasyonlarını tümüyle kontrol altına alacak tasarımı büyük bir hızla görüşüp kanunlaştırma çabası içindeler... Çıkarmaya çalıştıkları yasanın bütün anti-demokratik unsurları taşıdığını bile bile niye hiçbir konuda anlaşılamayan bu üç parti bu yasa üzerinde birlikte hareket ediyor. Neden böyle yapıyorlar? Bizce bunun tek bir nedeni var: İntikam... Neyin intikamı mı? Otoyolların, Yüce Divan'da yargılanan bakanların, İLK SAN'ın, İSKİ'nin ve daha buna benzer pek çok dosyanın intikamını alıyor partilerimiz."

Başkanlığına, eski DYP milletvekili adayı Ali Baransel'in seçildiği, RTÜK'ün yasasında Başbakan'a milli güvenliğin tehlikeye düşme olasılığı karşısında yayın durdurabilme hakkı tanındı. Ayrıca yasada, yayının cumhuriyetin varlık ve bağımsızlığına, milli manevi değerlere, genel ahlaka aykırı olmaması gibi muğlak tanımlamalar konuldu.

RTÜK üyelerinin beşi iktidar partisi veya partilerinin, dördü muhalefet partilerinin göstereceği adaylar arasından Türkiye Büyük Millet Meclisi'nce seçilmektedir. Bu da RTÜK üyelerini siyasal partilerin baskılarına doğrudan maruz bırakacak tehlikeli bir oluşumdur⁷⁷.

RTÜK, kurulduğu 1994'ün Haziran ayından bu yana, 141 radyo ve TV kuruluşuna uyarı cezası verdi. 141 uyarı cezasından 14 tanesi kapamaya dönüşürken, 5 radyo ve 6 TV istasyonu toplam 14 gün yayını durdurmak zorunda kaldı. 3 günlük kapatma cezasıyla başı İnterstar çektii.

141 uyarıdan 29'u radyolara, 112 tanesi televizyon kuruluşlarına verildi. TV'lere verilen uyarılardan 31'i yerel kuruluşlara, 81'i de ulusal ölçekte yayın yapan kuruluşlara verildi.⁷⁸

RTÜK'le ilgili en önemli eleştiri, Kurul'un mahkemeler üstü bir yetkiye sahip olmasında yatmaktadır.

⁷⁷Resmî Gazete, Sayı: 21911, 20 Nisan 1994, s.3.

⁷⁸"RTÜK'ten ceza rekoru", Hürriyet, 21 Şubat 1996, s.16.

C) BASINA YASALAR DIŞINDAKİ BASKI YOLLARI

Yasalar dışında da medyaya çeşitli yollarla baskı uygulanmaktadır. Bu baskıların başında kağıt gibi, hammadde fiyatlarının artırılması ve kamu ilanlarının kesilmesi gelmektedir.

Kamu ilanlarının kesilmesi ve bir baskı unsuru olarak kullanılması konusu, "Medya'nın Mali Yapısı" başlıklı bölümde ayrıntılarıyla ele alınacağı için, burada üzerinde durulmayacaktır. Ancak politikacıların, çeşitli yol ve nedenlerle ilişkide bulunduğu özel sektör firmalarını da zorlayarak, medya kuruluşlarına reklam verilmesini engellediğı ya da en azından buna çalıştığı yolunda çeşitli iddialar ortaya atıldığını da ifade etmek gerekmektedir.

1) Hammadde fiyatları

Yazılı medyanın girdisinin, yüzde 32'sini kağıt ve yüzde 3'ünü mürekkep oluşturmaktadır. Kağıt ve mürekkep fiyatlarının sürekli artırılması bir baskı unsuru olarak kullanılabildiğı gibi, piyasaya yeteri kadar kağıt verilmemesi de zorlayıcı bir etkiye sahiptir.

İthalat olmasına rağmen, kağıt Türkiye'de büyük ölçüde devlet tarafından üretilmektedir. 1980-89 arasında genel fiyat seviyesindeki artış 21.6 kat olurken, gazete kağıdındaki fiyat artışı 106.7 kat oldu. Bir başka deyişle, gazete kağıdı fiyatı enflasyonun 5 katı daha fazla artırıldı⁷⁹.

İktidarlar, işte bu hammadde silahını, kendisine karşı olduğuna inandığı medyaya karşı rahatlıkla kullanabilmektedir. Hasan Cemal, Başbakan Turgut Özal'ın gazetecilere verdiği bir yemekteki konuşmasını şöyle aktarmaktadır: "Basının bana karşı davranışından memnun değilim. Bazı şeyleri kasıtlı olarak

⁷⁹ Güvençtürk Gergin, s. 61.

yaptırıyorsunuz. Ben de buna karşı pek birşey yapmadan durmam. Elimdeki gücü kullanırım.⁸⁰

Nitekim Özal, bu gücü sıkca kullandı. Bir zam açıklamasını da denizdeyken yaptı. Hasan Cemal naklediyor⁸¹: "Başbakan, bayram'da Bodrum'daydı. Gazetecilere 'size bir sürprizim var' diye takılıyordu. Denizde şakalar yapıyordu. Ve ardından, yüzde 49'luk kağıt zammı geldi. Bugüne kadar böylesine ağır bir zam, deniz ortasında şakalarla ilan edilmemişti."

Özal, ANAP'ın Ankara Kongresi'nde de "Ben gazete kağıdına ne zaman zam yapacağımı bilirim" demektedir.⁸²

Özal, 27 Mart 1989'daki Bakanlar Kurulu toplantısı ertesi şu açıklamayı yapmaktadır⁸³:

"Gazete sahipleriyle konuştum. Bizim karşımızda çok düşmanca davranıyorsunuz dedik. Ben sizden beni methetmenizi istemiyorum, ama kasıtlı yazılar yazmayınız. Biraz tarafsız, adil olunuz yazılarınızda. Bakın siz onu yaparsanız ben de her türlü kolaylığı gösteririm. Sıfır gümrükle gazete kağıdı getirilmesine devam ederim, fon koymam dedim. 100 liraya gazete çıkarttılar, her gün bize küfür ettiler. 100 liraya gazete çıkarıldığına göre, demek ki gazete kağıdının fiyatı azmış. Bunu da milletin duymasını istedim. Kime savaş açtığımızı, kiminle kavga ettiğimizi onlar bilirler, ama yapacaklarını geriye koymasınlar. Hiç onlardan yılacak bir şeyim yok. Ama iyi basın da var, onu da söyleyeyim."

Kağıt fiyatlarına zam yapılırken, hedef gazetelerdi. "Cumhurbaşkanı Kenan Evren, gazete sahiplerinin kağıt fiyatlarındaki anormal artışlardan yakındıkları bir dönemde, birinci hamur kağıda 16 sayfa büyüklüğünde bir gazete çıkarmaya çalışan Semra Özal'a soruyordu: Kağıt zammı sizi de etkiliyor mu? Hayır efendim biz birinci hamur kağıda basıyoruz. Acaba birisi Bayan Özal'a 'Birinci hammur kağıda zam yapılmaz' mı demişti? Burası aydınlığa kavuşmadı ama...⁸⁴

⁸⁰ Hasan Cemal, a.g.e. s.95.

⁸¹ a.g.e., s. 230.

⁸² a.g.e., s. 267.

⁸³ Erbil Tuşalp, a.g.e., s. 265.

⁸⁴ Önder Doğan, "Hamfendi gazete kapattı", *Ekonomik Pazar*, Yıl: 2, Sayı: 19, 14 Mayıs 1989, s. 54.

Gazete kağıdı fiyatları, 1986 Aralık ayı ile 1988 Nisan'ı arasında tam beş kere zam gördü. Tonu 266 bin liradan, 859 bin liraya çıktı. Zam oranı yüzde 233'ü buldu. Özal, Başbakan olduğunda gazete kağıdının tonu sadece 120 bin liraydı⁸⁵. 1 Aralık 1992 tarihi itibarıyla gazetenin ton fiyatı 4 milyon 200 bin liradır. Kağıt fiyatları 10 yılda şöyle bir seyir izledi⁸⁶:

TARİH	TON/TL	TARİH	TON/TL
24 Ocak 1983	119.000	17 Nisan 1988	859.000
11 Mayıs 1984	167.500	16 Ocak 1989	1.390.000
16 Ocak 1984	131.300	28 Nisan 1989	1.460.000
4 Haziran 1984	175.000	17 Nisan 1990	1.500.000
19 Haziran 1985	261.000	20 Haziran 1990	1.610.000
5 Aralık 1985	292.600	3 Eylül 1990	1.755.000
26 Mayıs 1986	322.000	27 Ekim 1990	1.840.000
29 Kasım 1986	374.400	2 Şubat 1991	2.130.000
8 Kasım 1987	515.000	9 Nisan 1991	2.330.000
6 Ocak 1988	636.000	1 Aralık 1992	4.200.000

Kağıtla ilgili baskıda, Türkiye'deki tek üretici konumundaki SEKA da kullanıldı. SEKA'da greve göz yumuldu. Grev, 131 gün sürdü.

Hasan Cemal bu konuda şu saptamayı yapmaktadır:

"Özal iktidarı bu grevi bilinçli biçimde uzatarak, basına karşı uyguladı. Çünkü bu süre içinde dışarda gazete kağıdı fiyatları yükselmiş ve gazeteler yüzde 30-40 oranında daha pahalı kağıt ithal etmek zorunda kalmışlardı. Ancak grev sona ererken, gazete kağıdı konusunda Özal, Özallığını yaptı yine: Tam yüzde 62 oranında zam."⁸⁷

⁸⁵Hasan Cemal, a.g.e., s. 267.

⁸⁶Celalettin Özdoğan, a.g.e., s. 86.

⁸⁷Hasan Cemal, s. 276.

1991 ortalarında "hükümetin basına özellikle kağıt fiyatlarıyla baskı yaptığı kanaatinde olmadığını"⁸⁸ açıklayan Sabah Gazetesi Genel Yayın Müdürü Zafer Mutlu, aynı yılın sonunda farklı bir görüşü savunmaktadır⁸⁹:

"Avrupa'dan getirtip gazeteye bastığımız kağıda yüzde 27 vergi ödüyoruz. Niye?.. Ayrıca önemli hammaddelerimizden ve gider kalemlerimizden birisi olan mürekkep için de tam yüzde 27'lik bir fon ödüyoruz. Niye bu yüzde 27'lik fon?.. Niye böylesine ekonomik güçlükler konuyor basının önüne. Nedeni belli. Özal'ın belli iki buçuk gazete planı."

Özal iktidarı döneminde, medyanın yakından izlendiğine bir başka örnekse Yavuz Donat'ın bir yazısında kendisini göstermektedir.

Donat, Başbakan Özal'ın kurmaylarıyla yaptığı toplantıda Özal'ın masasında ihracat rakamları, enflasyon rakamları, turizm gelirleri, piyasa ile ilgili haberlerle birlikte gazete tirajlarının da bulunduğunu yazmaktadır. Özal, üstelik, bir önceki haftanın tirajlarını sıralayacak kadar konuya hakim gözükmektedir.⁹⁰

2) Fiyat kırma

Özal'ın, medyaya karşı gazete fiyatlarının kınılması silahını da, Asil Nadir yoluyla kullandığı öne sürülmektedir.

Hasan Cemal şöyle demektedir: "Basındaki Asil Nadir Operasyonu ile bu grubun 1988'den başlayarak 1989 boyunca sürdürdüğü fiyat kırma savaşı (Hürriyet, Milliyet, Sabah, Tercüman 500 lira, Cumhuriyet 600 liraya satılırken, Günaydın 300, Güneş 400 liraydı) kulislerde, Özal'ın intikamı diye lanse ediliyordu."⁹¹

⁸⁸ *Baharlı Magazin*, Yıl: 3, Sayı: 25, 15 Haziran-15 Temmuz 1991, s. 14.

⁸⁹ Zafer Mutlu, "Basının yeni hükümetten beklentileri", *Sabah*, 25 Kasım 1991, s. 2.

⁹⁰ Yavuz Donat, *Özallı Yıllar 1983-1993*, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1987, s. 417.

⁹¹ Hasan Cemal, a.g.e., s. 270.

3) Mal beyanı

Medyaya bir başka baskı da mal beyanı konusunda görüldü. Politikacıların mal beyanlarını sürekli talep eden medya üzerinde baskı kurabilmek amacıyla, ANAP iktidarı tarafından gazete sahip ve yöneticilerinin mal beyanı vermeleri konusunda karar alındı.

4) Yargıyı etkileme

Politikacılar, medya için sık sık yargıyı etkileme yolunu da denemektedirler. Bu amaçla yapılan çeşitli açıklamalarda "bağımsız mahkemelerin göreve çağırıldığına" ve "gazetelerin toptattırıldığına" tanık olundu.

Çetin Emeç, bir yazısında şunu yazmaktadır: "Pazar'dı. Siyaset yasaklarının kaderini belirleyecek referandum gününün sabahı. Siz değil miydiniz Sayın başbakanım beni yatağında bulan ve beni güne, "Bilesiniz savcılık gazeteniz toplayacak' müjdesiyle başlatan?"⁹²

5) Yalanlama ve tekzip

Açıklama, yalanlama ve tekzip hakkı da medyanın aleyhine sonuçlar doğurabilmektedir. Özal, Erbil Tuşalp'e göre, 1989 yılında Başbakanlık hukuk müşavirlerinden Mehmet Yılmazcan'ın yönetiminde bir tekzip bürosu oluşturdu.

Yine Tuşalp'e göre, bu demokratik rejimlerde görülmemiş bir kuruluştu. ANAP ve Başbakan Turgut Özal'ın avukatları Bilgin Yazıcıoğlu ve Yaşar Sevik,

⁹²Sadun Tanju, a.g.e., s. 68.

'yalanlama, açıklama ve tekzip' konularında 90'lı yıllarda rekorlar kırdılar. Özal açtığı tazminat davalarından bir milyara yakın para kazandığını söyledi.⁹³

6) Aramalar

Bir başka baskı unsuru da, daha çok kendilerini sosyalist basın olarak niteleyen, çoğunlukla haftalık olarak piyasaya çıkan ideolojik yayınların merkez ve bürolarının polis tarafından aranması şeklinde kendini göstermektedir. örnek???

7) İşten çıkarttırma

Politikacıların zaman zaman, gazete patronlarına baskı yaparak, aleyhlerinde haber yapan gazetecilerin işten çıkarılmasını sağladıkları da iddia edilmektedir. Maliye Bakanı Adnan Kahveci'nin böyle bir yola başvurduğu yazılmaktadır.⁹⁴ Bu da gazeteciler üzerinde doğrudan bir baskı unsuru olarak algılanmalıdır. Bedrettin Dalan ile ilgili bir haber de, Nokta dergisinde yönetim değişikliğine yol açtı.⁹⁵

8) İlişkileri kullanma

İkinci bölümdeki "Şematik ilişkiler" bölümünde de ifade edildiği gibi, politikacılar ilişkilerini kullanarak ya da ikna veya tehdit yöntemleriyle aleyhteki yayınları durdurabilmektedir. Şematik ilişkiler bölümünde verdiğimiz örnekler dışında burada da bir örnek verilmektedir. "Kadir Çelik'in yine aynı programda (Teketek) açıkladığı "programın (Objektif) yayından kaldırılmasında Çiller ailesi

⁹³Ertil Teşep, a.g.e., s. 268.

⁹⁴Bizim Gazete, Sayı: 15, s. 8.

⁹⁵"Dalan haberi Nokta dergisinde krize yol açtı", Cumhuriyet, 17 Haziran 1993, s. 7.

baskısı etkili olmuş' sözleri de medya-siyaset ilişkilerinin acı bir yönünü ortaya koydu.⁹⁶

9) Tabularla gelen kısıtlamalar

Burada, doğrudan olmasa da, politikaacıların da işine gelen bir baskı yolu üzerinde kısaca durmak istiyoruz. Tabular. İşçi Partisi Genel Başkanı ve aynı zamanda gazetecilik yapan Doğu Perinçek, tabuları ceza sorumluluğu olmadığı halde yayıncının elini kolunu bağlayan bir başka baskı unsuru olarak tanımlamaktadır. Bu tabuları şöyle sıralamak mümkündür: Devletin ali menfaatleri, Silahlı Kuvvetler, Kürt sorunu, din. Doğu Perinçek, bu konularla ilgili çeşitli haber örnekleri verirken, "Bunlar haber değil midir?" diye sormaktadır.⁹⁷

9) Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü

"İç ve dış kamuoyunun, milletin yüksek yararlarına uygun şekilde oluşturulması amacıyla", 7 Haziran 1920 tarihinde Matbuat ve İstihbarat Genel Müdürlüğü adıyla kuruldu. Kurulduğu tarihte, Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanı ve Başbakana bağlı olan kuruluşun adı, çeşitli değişikliklerden sonra 18 Haziran 1984 tarihinde, Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü adını aldı. Halen Başbakanlığa bağlı olarak çalışan kuruluşun merkezi Ankara'dadır. "Devlet enformasyon hizmetlerini yürütmekle görevli" kuruluş, yurtiçi ve yurtdışı açık haber kaynaklarından elde ettiği bilgileri ilgili yerlere ulaştırmakta, yerli ve yabancı basın yayın mensuplarının işlerini kolaylaştırıcı önlemler almaktadır."

⁹⁶ Medyademokrasi, "Medya-siyaset sorgulaması", *Yeni Günaydın*, 23 Şubat 1995, s. 11.

⁹⁷ Doğu Perinçek, "Devletin tabuları ve piyasamız haber üzerindeki denetimi" *Türk Basınının Beş Sorunu*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1989, s. 26.

Genel Müdürlük, 212 sayılı Basın Yasası'na tabi olarak çalışan yerli gazetecilere "sarı basın kartı" vermektedir. Gazeteciye haber alma kolaylığı sağlayan bu belge, 1938 yılında tescil edildi. Kart, Genel Müdürlük Basın Kartları Komisyonu tarafından verilmektedir. Komisyonda, Genel Müdürlük, Türkiye Gazeteciler Sendikası, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, Anadolu Basın Birliği, Ankara, İstanbul ve Anadolu Gazete Saahipleri Sendikası ile Türk Basın Birliği temsilcilerinden oluşmaktadır. Sarı basın kartı, yine bu komisyon tarafından Basın Kartları Yönetmeliği'ne dayanılarak geri alınabilmektedir. Kaldırılması da söz konusu olabilir.

D) GAZETECİLERE SALDIRILAR

Medyaya baskının bir başka örneği de, doğrudan medya mensuplarını hedef alan saldırılardır. Bu saldırıların faillerinin bulunmasında gecikme ve yargı mekanizmasının yavaş çalışması, saldırıları yapanları ödüllendirir boyutlara varmaktadır.

1979 yılında Milliyet gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Abdi İpekçi'nin öldürülmesinden sonra, basına yönelik ölümle sonuçlanan saldırılar 1988 yılında yeniden başlamaktadır.

Saldırıları, özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yoğunlaştı. PKK'nın 1993 yılında bölgede gazetelerin dağıtılmasını önleme yönündeki eylemi süresince de 10'a yakın gazete bayi öldürüldü. Gazeteler emniyet müdürlüklerinde satıldı. Bu süre içerisinde öldürülen bazı gazetecilerin isimleri şöyledir⁹⁸:

Mevlüt Işık (1988), Seracettin Müftüoğlu (1989-siyasi), Sami Başaran (1989), Kamil Başaran (1989), Çetin Emeç (1990-siyasi), Turan Dursun (1990-siyasi), Halit Güngen (1992-siyasi), Cengiz Altun (1992-siyasi), İzzet Kezer (1992-

⁹⁸"Kurşunla susturulanlar", *Çağdaş Gazetecilerin Gazetesi*, Yıl: 3, Sayı: 27, Ekim 1993, s. 10.

çatışma), Bülent Ülkü (1992-siyasi), Mecit Akgün (1992-siyasi), Hafız Akdemir (1992-siyasi), Çetin Ababay (1992 siyasi), Yahya Orhan (1992-siyasi), Hüseyin Deniz (1992-siyasi), Musa Anter (1992-siyasi), Mehmet Sait Erten (1992-siyasi), Yaşar Aktay (1992-siyasi), Hatip Kapçak (1992-siyasi), Namık Tarancı (1992-siyasi), Uğur Mumcu (1993-siyasi), Kemal Kılıç (1993-siyasi), Mehmet İhsan Karakuş (1993-siyasi), İhsan Uygur (1993-kayıp), Ferhat Tepe (1993-siyasi), Aysel Malkaç (1993-kayıp), Muzaffer Akkuş (1993-siyasi).

Basın Konseyi'ne göre, 1989 yılında 24 olayda 48, 1990 yılında 27 olayda 54, 1991 yılında 21 olayda 44 gazeteciye saldırıldı.⁹⁹

1992 yılı içerisinde 12 gazeteci öldürüldü. 15 gazeteci silahlı saldırıya uğradı. 34 gazeteci emniyet görevlilerinin, 4 gazeteci parti yöneticilerinin saldırısına maruz kaldı.¹⁰⁰

1993 yılı içerisinde de 8 gazeteci öldürüldü, 5 gazeteci silahlı olmak üzere 51 gazeteci saldırıya uğradı. Bunlardan 16 gazeteci emniyet görevlilerinin, 4 gazeteci parti yöneticilerinin saldırısı ile karşılaştı.¹⁰¹

Siyasi parti mensuplarının düzenlediği saldırılara en ilginç örnek, TRT baskınıdır. 22 Ocak 1991 tarihinde 30'a yakın SHP'li, taraflı yayın yaptığı gerekçesiyle TRT'ye baskın düzenledi. TRT Özel Kalem Müdürü Nevzat Balım, Muğla milletvekili Musa Gökbel tarafından tartaklandı.

Gökbel'in yanısıra TRT baskınına, Cevdet Selvi, Tahir Köse, Eşref Erdem, Mustafa Kul, Öner Miski, Mustafa Sarıgül, İstemihan Talay, Mehmet Moğultay gibi SHP'nin önde gelen isimleri katıldı.¹⁰²

Bizim Gazete'nin tesbitlerine göre, 100'den fazla gazeteci 1990 yılında silah almak için Emniyet Müdürlüğü'ne başvurdu.¹⁰³

⁹⁹"8 ayda 44 gazeteci saldırıya uğradı", *Cumhuriyet*, 21 Ekim 1991, s. 1.

¹⁰⁰*Basın Konseyi Faaliyet Raporu 1992*, s. 16.

¹⁰¹*Basın Konseyi Faaliyet Raporu 1993*, s. 11.

¹⁰²"TRT'yi basınlar cezalandırıldı", *Ortadoğu*, 12 Ekim 1994, s. 8.

¹⁰³"120 gazeteci silah almak için başvurdu", *Bizim Gazete*, Sayı: 1, Temmuz 1990, s.1

E) BASIN KONSEYİ

Siyasal iktidarlar, medyayı hep denetim ve gözetim altında tutmayı arzuladı. Bunu sağlamak için de, gerek yasal gerek ekonomik engel ve kısıtlamalar çıkardı medyanın karşısına. Siyasal iktidarların kullandığı bir başka yöntem de, medyanın saygınlığını yitirdiği yolunda mesajların sürekli tekrarlanmasıdır. İşte medya bir yandan yasal ve ekonomik engellerle boğuşurken, bir yandan da saygınlığının peşinde koştu. Medyanın saygınlığının sağlanması için de yine medyanın bulduğu yöntem oto kontrol mekanizmasını işletmeye çalışmak oldu.

Saygınlığın korunması, kimi zaman 1938'de kurulan Basın Birliği ile ilgili yasada olduğu gibi siyasal iktidarın zorlaması yoluyla gerçekleşti. Birliğin amaçları arasında "mesleğin şeref ve vekarını korumak" da bulunuyordu. Birlik Haysiyet Divanları, "birlik mensupları arasında çıkacak şahsi anlaşmazlıklarla, meslek haysiyet ve şerefine taalluk eden meseleleri" çözme hususunda yetkiliydi. Mıntika Haysiyet Divanı bir, Yüksek Haysiyet Divanı da üç aya kadar meslekten men cezası verebiliyordu¹⁰⁴.

Birliğin 1946'da dağıtılmasından sonra, basında oto kontrol konusu, 1960 sonrası Milli Birlik Komitesi'nin zorlamasıyla yeniden gündeme geldi¹⁰⁵. Gazeteciler Cemiyeti ve İstanbul Gazeteciler Sendikası'nın girişimleriyle 24 Temmuz 1960'da Basın Ahlak Yasası taahhütnamesi toplam 132 gazete, dergi, ajans ve mesleki kurumca imzalandı. Taahhütnameyi, Basın Şeref Divanı yürütmekle görevliydi¹⁰⁶. Ancak bu girişim başarıya ulaşamadı. Takdir hakkı geniş tutulmak istenen¹⁰⁷ Basın Şeref Divanı'nın kararlarından hoşlanmayan bazı gazete

¹⁰⁴ Hilmiye Hatemi, *Basın Ahlakı*, İstanbul, Çağır Yayınları, 1976, s. 79.

¹⁰⁵ Zeynep Akemler, *Oyuncunun Kurak*, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1990, s. 78-79.

¹⁰⁶ a.g.e., s. 81.

¹⁰⁷ a.g.e., s. 83.

ve dergiler birer birer ayrıldı. Böylece Divan'a başvuranların sayısı giderek azaldı. Abdi İpekçi'nin deyişiyle, Divan "ismi var, cismi yok" bir hale dönüştü¹⁰⁸.

1971 yılında, Türkiye Gazeteciler Sendikası Ankara Şubesi'nin düzenlediği "Basında Oto kontrol ve Basın Şeref Divanı'nın Yeniden Etkili Şekilde İşletilmesi" konulu toplantıyı Gazeteciler Cemiyeti'nin 1972'de kabul ettiği gazetecilerin basın ahlak kuralları başlıklı belge izledi.

1975 yılında, İstanbul'da Basın Yayın Genel Müdürlüğü'nün girişimiyle toplanan İkinci Türk Basın Kurultayı'nda "delegeler basında kendi kendini kontrolün önemini tam bir ciddiyetle belirtti"¹⁰⁹.

Basının saygınlığının sağlanması gerekçesiyle, gazetecilerin kendi kendilerini denetleme konusu, 12 Eylül'ü izleyen dönemde üzerinde daha fazla üzerinde durulan bir konu oldu. 1983 yılında, basında oto kontrol konusunda İstanbul'da (Türkiye) Gazeteciler Cemiyeti, Cumhuriyet, Günaydın, Güneş, Milliyet, Tercüman ve Yeni Asır gazetelerince bir toplantı düzenlendi. İki gün süren bu toplantıda, Basın Konseyi kurulması gerekliliği üzerinde duruldu.

Cemiyet Başkanı Nezih Demirkent, Türkiye Gazeteciler Sendikası ve Türkiye Gazete Sahipleri Sendikası ile bir basın konseyinin kurulması için ortak bir protokol imzalandığını da açıkladı. İleride kurulacak Basın Konseyi'nin başkanlığı görevini üstlenecek olan Oktay Ekşi bu toplantıda, Türk basınına düşen görevin kendi kendini denetleme yeteneğine sahip bulunduğunu kanıtlamak olduğunu belirtti.

Konu daha sonra çeşitli toplantı ve köşe yazılarında ele alınırken, Çağdaş Gazeteciler Cemiyeti ve Parlamento Muhabirleri Derneği, girişimin öncülüğünü yapan Oktay Ekşi'ye 4 Haziran 1986'da ortak bir mektup göndererek, tepkileri dile getirdi. 5 Temmuz 1986 tarihinde, Parlamento Muhabirleri Derneği ile Çağdaş

¹⁰⁸Hüseyin Hatemi, a.g.e., s. 140.

¹⁰⁹Haz. Metin Aksoy, *Basın Kurultayı 92*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1993, s. 12.

Gazeteciler Derneği'nin Ankara'da düzenlediği açık oturumda, konu tartışılırken iki temel görüş belirginlik kazandı. Başını Oktay Ekşi'nin çektiği bir grup, basının kendi kendini denetlemesi gerektiğini ileri sürerken, başını Uğur Mumcu'un çektiği diğer grup, böyle bir girişimin basını sınırlayıcı etkiler yapacağını vurguladı.

Aynı yıl, 28 gazeteciden oluşan bir çalışma grubu, gazetecilerle yaptığı çeşitli temaslardan sonra, Basın Konseyi Sözleşmesi'ni ve Basın Meslek İlkeleri'ni gazetecilerin onayına sundu. Hazırlık çalışmalarının tamamlanmasından sonra, 6 Şubat 1988'de Basın Konseyi resmen kuruldu.

Yasal bir yaptırım olmayan, sadece uyarı, kınama, tavsiye gibi kararlar alabilen ve gönüllük ilkesine göre üyelerin biraraya geldiği Konsey'e 28 gazete, 22 dergi, 11 haber ajansı, 6 yayım kuruluşu ve 6 basın kuruluşu katıldı. Konseye, 627 gazeteci üye oldu¹¹⁰. 1993 sonu itibarıyla Basın Konseyi'ne 158 gazete, 54 süreli yayın, 8 yayım kuruluşu, 18 haber ajansı, 27 basın kuruluşu, 4 yayım kuruluşu ile 2193 gazeteci üyedir¹¹¹.

Konsey, gelir ve gider hesaplarının yasaların koyduğu kurallara göre tutulması, konsey bünyesinde çalışacak kimselerin ve yapılacak sözleşmelerin üstlenilmesi amacıyla Basın Konseyi ile Dayanışma Derneği'ni 9 Ağustos 1988 tarihinde kurdu¹¹². Aynı amaçla Basın Konseyi Vakfı da hayata geçirildi.

Konsey, Basın Meslek İlkeleri'ni şöyle sıralamaktadır¹¹³:

"Basın özgürlüğünü ülkemizde insanca yaşamının ve demokratik sistemin temel şartı sayan biz gazeteciler;

Anayasa'nın değiştirilemeyen maddeleri arasına kanun koyucunun, basın özgürlüğünü kısıtlayıcı hiçbir hüküm getiremeyeceği ilkesi yerleştirenceye kadar mücadele etmeye kendi özgür irademizle söz vererek;

Basın özgürlüğünü, kamuoyunun gerçekleri öğrenme hakkının bir aracı sayarak,

¹¹⁰ Zeynep Alımdar, *Oyunun Kurak*, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1990, s. 111.

¹¹¹ *Basın Konseyi Faaliyet Raporu 1993*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1994, s. 186-193.

¹¹² *Basın Konseyi Faaliyet Raporu (1988-89)*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1989, s.8.

¹¹³ a.g.e., s. 33.

Halkın gerçekleri öğrenme hakkını engellemeyi amaçlayan açık, kapalı sınırlamalarla savaşmanın, basın özgürlüğünü koruma ve yüceltmenin doğal gereği olduğuna inanarak;

Gazetecilikte temel işlevin gerçekleri bulup, bozmadan, abartmadan kamuoyuna yansıtmak olduğunu gözönünde tutarak;

Basın Konseyi'nin kendi çalışmaları üzerinde hiçbir dış müdahaleye izin vermeme kararlılığını vurgulayarak;

Yukarıdaki bölümü de içeren Basın Meslek İlkeleri'ne uymayı, sözünü ettiğimiz temel inançlarımızın bir gereği saydığımız kamuoyu önünde açıklarız.

1) Yayınlarda hiç kimse, ırkı, cinsiyeti, sosyal düzeyi ve dini inançları nedeniyle kınanamaz, aşağılanamaz.

2) Düşünce, vicdan ve ifade özgürlüğünü sınırlayıcı, genel ahlak anlayışını, din duygularını, aile kurumunun temel dayanaklarını sarsıcı ya da incitici yayın yapılamaz.

3) Bir kamu müessesesi olan gazetecilik mesleği, ahlaka aykırı özel amaç ve çıkarlara alet edilemez.

4) Kişileri ve kuruluşları, eleştiri sınırlarının ötesinde küçük düşüren, aşağılayan veya iftira niteliği taşıyan ifadelere yer verilemez.

5) Kişilerin özel yaşamı, kamu çıkarlarının gerektirdiği durumlar dışında, yayın konusu olamaz.

6) Soruşturulması gazetecilik olanakları içinde bulunan haberler, soruşturulmaksızın veya doğruluğuna emin olunmaksızın yayınlanamaz.

7) Saklı kalması kaydıyla verilen bilgiler, kamu yararı ciddi bir biçimde gerektirmedikçe yayınlanamaz.

8) Bir basın organının dağıtım süreci tamamlanmadan o basın organının özel çabalarla gerçekleştirdiği ürün, bir başka basın organı tarafından kendi ürünüymüş gibi kamuoyuna sunulamaz. Ajanslardan alınan özel ürünlerin kaynağının belirtilmesine özen gösterilir.

9) Suçlu olduğu yargı kararıyla belirlenmedikçe hiç kimse 'suçlu' ilan edilemez.

10) Yasaların suç saydığı eylemler, gerçek olduğuna inandırıcı makul nedenler bulunmadıkça kimseye atfedilemez.

11) Gazeteci, kaynaklarının gizliliğini korur. Kaynağın kamuoyunu kişisel, siyasal, ekonomik vb. nedenlerle yanıltmayı amaçladığı haller bunun dışındadır.

- 12) Gazeteci, mesleğin saygınlığına gölge düşürebilecek yöntem ve tutumla haber araştırmaktan sakınır.
- 13) Şiddet ve zorbalığı özendirici yayın yapmaktan kaçınılır.
- 14) İlan ve reklam niteliğindeki yayınların bu nitelikleri, tereddüde yer bırakmayacak şekilde belirtilir.
- 15) Yayın tarihi için konan zaman kaydına saygı gösterilir.
- 16) Basın organları, yanlış yayınlardan kaynaklanan cevap ve tekzip hakkına saygı duyarlar."

Söz konusu ilkeler, 1960'taki Basın Ahlak Yasası ile bazı farklılıklar içermektedir. Görüldüğü gibi, ilkelerdeki en önemli farklılık, basın özgürlüğünün ve kamuoyunun aydınlatılması hakkının kısıtlanmasına karşı mücadeleyi bir amaç olarak belirlemesidir.

Basın Konseyi Temsilciler Meclisi'nin seçtiği, üçü okuyucuları temsil eden 9 kişiden oluşan Yüksek Kurulu, çalışma stratejisini de şöyle saptadı¹¹⁴:

"1) Basın Konseyi öncelikle, basın özgürlüğünün gerçekleşmesi yönünde mücadele vermelidir. Böylece Konsey'in basın özgürlüğünü daha da kısıtlamayı amaçlayan bir kuruluş olacağı yolundaki propagandaların gerçeğe uymadığını da ispat etmelidir.

2) Basın Konseyi bu görevi yaparken 'bağımsız' yapısından hiçbir şekilde ödün vermemelidir.

3) Bağımsızlıktan ödün vermemenin temel koşullarından biri, sağlam gelir kaynağı bulmak, bağımsızlığı ilelebet korumanın temel koşulu da, bulunan bu kaynağı hem Basın Konseyi'ne en fazla yararlı olacak yönde, hem de bu kaynağı sağlayanları memnun edecek şekilde -tam bir dürüstlük içinde- harcadığımızı göstermektir. O nedenle gelir ve gider hesapları her an isteyene açık, her an herkes tarafından denetlenebilir şekilde tutulmalıdır. Bu düzenli bir muhasebeleştirmeyi zorunlu kılar. Keza sağlanan gelirlerin herhangi bir kişinin elinde veya hesabında kalmamasını gerektirir."

Basın Konseyi Temsilciler Kurulu, 3 Nisan 1993 tarihinde yaptığı toplantıda da Basın Konseyi Sözleşmesi'nin bazı hükümlerini değiştirdi ve Yüksek Kurul'un yetkisini genişletti. Buna göre, herhangi bir basın organı veya gazeteci

¹¹⁴ a.g.e., s. 8.

tarafından Basın Meslek İlkeleri'nin ihlal edildiğine ilişkin bir başvuru, "Basın Konseyi üyesi 10 gazeteci ya da Basın Konseyi'ne üye cemiyet ve sendika gibi basın kuruluşları tarafından yapılması" halinde, o konuda ilgilinin başvurusun beklenmeden Yüksek Kurul karar alabilecektir. Ayrıca, ilgili basın organının veya gazetecinin Basın Konseyi'ne üye olma koşulu aranmayacaktır¹¹⁵.

Daha önce Basın Konseyi, Basın Meslek İlkeleri ile ilgili konuları, ancak ilgilinin başvurusundan sonra ele alabilmekteydi. Bu konuda tek istisna, Basın Konseyi Yüksek Kurulu'nun "basın mesleğinin ahlaka aykırı özel çıkarlara alet edildiğine ilişkin olanlar" başta gelmek üzere, "basın topluca yöneltilen iddialar" karşısında herhangi bir başvuru beklemeden, o konuyu inceleyip karar verebilmesiydi¹¹⁶. Söz konusu bu hükümler de, Basın Konseyi Temsilciler Kurulu'nun 29 Mayıs 1991 tarihindeki toplantısında, sözleşmeye eklendi¹¹⁷.

Basın Konseyi'nin 3 organı bulunmaktadır. Bu organlar; Basın Konseyi Üyeleri Kurulu, Temsilciler Kurulu, Basın Konseyi Yüksek Kurulu'ndan oluşmaktadır. Konseyin bir anlamda icra organı olan Yüksek Kurulu'nda, Temsilciler Kurulu tarafından 6'sı basın mensubu, 5'i basın dışından olmak üzere seçilen 11 üye bulunmaktadır. Kurulun görevleri sözleşmede şöyle sıralanmaktadır¹¹⁸:

A) Basın özgürlüğünü ve basının saygınlığını korumak ve genişlemesine çalışmak.

B) Basın mesleğinin, ahlaka aykırı özel çıkarlara alet edildiğine ilişkin olarak basına topluca yöneltilen iddiaları resen araştırmak.

C) Halkın gerçekleri öğrenmek hakkına ve basın özgürlüğüne yönelik tehditleri izlemek, değerlendirmek ve gereğinde Temsilciler Kurulu'nu toplantıya çağırarak.

D) Yayına ilişkin meslek uygulamaları hakkındaki şikayetleri karara bağlamak.

¹¹⁵ "Temsilciler Kurulu değerlendirilmesi", *Özgür Basın*, Yıl: 5 Sayı 48, Nisan 1993, s. 3.

¹¹⁶ *g.c.*, s. 3.

¹¹⁷ "Basın Konseyi'ne yeni sözleşme", *Özgür Basın*, Yıl: 3 Sayı: 25, Mayıs 1991, s. 1.

¹¹⁸ *Basın Konseyi Faaliyet Raporu (1993)*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1994, s. 234.

E) Üye basın kuruluşlarına, Basın Konseyi Genel Sekreteri'ne bağlı olarak çalışmak üzere, kurulu oldukları yörede, Basın Konseyi'ni temsil yetkisi vermek.

F) Basınla ilgili araştırmalar yapmak ve yayınlamak.

E) ... sözleşmenin verdiği diğer görevleri yerine getirmek."

Basın Konseyi, Hindistan'ın başkenti Yeni Delhi'de 22-24 Ekim 1992 tarihlerinde yapılan Basın Konseyleri ve Benzeri Kuruluşlar Üçüncü Uluslararası Konferansı'nda alınan kararla kurulan Dünya Basın Konseyleri Birliği'ne kurucu üye sıfatıyla katıldı¹¹⁹.

Basın Konseyi'nin yayın organı "Özgür Basın"dır. Yüksek Kurul kararlarının "sicil kütüğü"¹²⁰ işlevini de yüklenen Özgür Basın, basınla ilgili çeşitli olayları ve gelişmeleri de duyurmaktadır. Her ay yayınlanması öngörülen Özgür Basın, zaman zaman çeşitli sayıları birleştirilerek yayınlanmaktadır.

Konsey, kuruluş çalışmaları sırasında tepkiyle karşılandı. Türkiye Gazeteciler Sendikası, Çağdaş Gazeteciler Derneği ve Parlamento Muhabirleri Derneği böyle bir girişime karşı olduklarını belirterek üyelerine katılmama çağrısı yaptı. Cumhuriyet gazetesi ile Uğur Mumcu, Nail Güreli, Oktay Akbal, Rahmi Turan ve Ali Sirmen gibi tanınmış gazeteciler Basın Konseyi'ne karşı tavır aldı¹²¹.

Basın Konseyi kuruluşunda, Basın Birliği ve Basın Şeref Divanı gibi diğer oto kontrol denemelerinde olduğu gibi siyasal iktidarın bu yönde baskı ya da en azından etkileme yolunu seçtiği görüldü. Dönemin basından sorumlu Devlet Bakanı Mesut Yılmaz'ın 1985 yılından itibaren yaklaşık bir yıl süreyle sektördeki herkese bu konuyu işlediği belirtilmektedir¹²². Yılmaz nitekim., bu konuyu Parlamento Muhabirleri Derneği ziyaretinde de gündeme getirdi¹²³.

ANAP iktidarı, Basın Konseyi'nin kurulmasını yakından izlemekte, baskı yapmakta ve arzulamaktadır. Yavuz Donat, şunları yazmaktadır: "Önceki akşam

¹¹⁹ "Dünya Basın Konseyleri Birliği kuruldu", *Özgür Basın*, Yıl 4 Sayı 41-41, Eylül-Ekim 1992, s. 1.

¹²⁰ Oktay Ekşi, "Sunuş", *Özgür Basın*, Sayı 1, Ocak-Mayıs 1989, s. 1.

¹²¹ Zeynep Alemdar, a.g.e., s. 110.

¹²² *Bir Basın Emekçisi Rafet Genç*, Ankara, ÇGD Yayınları, 1990, s. 79.

¹²³ a.g.e., s.79.

Devlet Bakanı Mesut Yılmaz'la konuştuk. Basının kendi kendini kontrolü üzerinde durduk. Yılmaz, "Biz bu işi kanunla düzenlemek istemiyoruz. Oto kontrol sistemini basın, kendi içinde kurup işletsin' dedi."¹²⁴

Çetin Emeç, Basın Konseyi hakkında şunları yazmaktadır: "...kime rastlasam, 'Konsey çalışmalarınız ne alemde?' diyor. Bakıyorum Sayın Cumhurbaşkanı bile, bir aile reisi babacanlığıyla yaptığı sohbet toplantısında, buram buram merak kokan bir sesle, 'Arkadaşlar, Konsey çalışmaları ne alemde?' diye soruyor. Günün birinde bir telefon. Damdan düşer gibi bir ziyaret. İktidarın ensesi ve gerdanı kalın bir 'vatan kurtaran aslan'ı çiziktirdiği ufuk turunun ardından, ağzındaki baklayı çıkarıyor: 'Sizin şu Konsey çalışmaları ne alemde?' Hepsinin de 'Konsey' dediği Basın Konseyi."¹²⁵

1982'den beri kurulmasına çalışılan basında oto kontrol mekanizmasını gerçekleştiren Basın Konseyi'ne, Mart 1989'da yaptığı ziyarette, 7. Cumhurbaşkanı Kenan Evren, şunları söylemektedir: "Benim inancım o ki, böyle bir kuruluşa büyük ihtiyaç var. Bu da gerçekleştirildi... Basın camiamızın bugüne kadar büyük bir eksikliğini gideren ve basının kendi içerisinde hallederek oluşturduğu 'Basın Konseyi'nin kurulmuş olmasından duyduğum memnuniyeti belirtmek isterim."¹²⁶

Bu yönde siyasal iktidardan baskı geldiği yolundaki izlenim, Oktay Ekşi'nin "Hükümet böyle bir şey getirecek, biz daha önce kendimizi kontrol altına alalım ki, bize söyleyecek bir lafi kalmasın" ve Hasan Pulur'un "Efendim, tütünde olduğu gibi, bir gece yarısı Meclis ve Hükümet böyle bir yasa getirir, aman ondan önce hareket edelim, biz kendimizi kontrol altına alalım" şeklindeki sözlerinden de anlaşılmaktadır¹²⁷.

Basın Konseyi kuruluşuna karşı çıkışta ÇGD-PMD ortak metninde özetle şu noktalar üzerinde duruldu:

¹²⁴Yavuz Donat, *Özelli Yılları 1983-1993*, s.252.

¹²⁵Sadık Tanju, a.g.e., s.61.

¹²⁶"Cumhurbaşkanı Evren Basın Konseyi'nde", *Özgür Basın*, Sayı: 1, Ocak-Mayıs 1989, s. 1.

¹²⁷*Bir Basın Emekçisi Rafet Geroç*, a.g.e., s. 80.

* 6980 Sayılı Basın Kanunu'nda Basın Ahlak Yasası'nın öngördüğü kuralların hemen tümü ayrıntılı ve cezaları içerecek biçimde düzenlenmiştir.

* "Meslekten men cezasına yer veren Basın Kanunu düzenlemeleri yürürlükte iken "oto kontrol" adı altında konseyler oluşturup, yeni kısıtlamalara yönelmek basın mensuplarından beklenmeyecek bir girişimdir.

* Basın Konseyi, basının kontrol altına alınması sonucunu doğuracak sayısız girişimlerden biridir.

* Basın Konseyi Statüsü'nün 2'nci maddesinin ikinci fıkrasında belirtilen (üyesi olmasa bile BKYK'nın gazeteciyi üyesi bulunduğu basın kuruluşuna üyelikten çıkartılması için tavsiyede bulunması) hükmünü savunmak düşündürücüdür.

* Basın Ahlak yasası'nın uygulanabilmesi amacını güden Konsey oluşumu Basın Kanunu yürürlükte iken en azından anlamsız kalmaktadır.

* Hükümet üyeleri ile valiler dışında tüm kamu görevlilerinin açıklama yapma yetkisini yasaklayan uygulama değişmeden, (doğruluğu şüphe uyandırabilecek ve tahkiki gazetecilik imkanları içinde bulunan haberler tahkik edilmeden ve doğruluğuna emin olunmadan yazılamaz) düzenlemesinin pratik bir değeri yoktur. Zaten yayınlanan haber asılsız ise, Basın Kanunu'ndaki düzenlemelere tabi olacaktır.

* Konsey'in anlayışına göre yorumlanacak soyut kavramlar (ahlaka aykırı-amme menfaatine zarar verici-şahsi veya taraf tutan kanaatler) yoluyla suç yaratılıp (kınama-uyarı-basın kuruluşu üyeliğinden çıkarma) cezaları kesilecekse, ileride ağır sorumluluklar yaratılacaktır.

5 Temmuz 1986 Açık Oturumu'nda söz alan Uğur Mumcu, Kemal Balcı, Varlık Özmenek ve Rafet Genç gibi gazeteciler, basındaki tekelleşme eğiliminin basın özgürlüğünü olumsuz etkilediği bir ortamda, böyle bir girişimin basını sınırlayıcı etkiler yaratacağı, konseyin büyük sermaye ve büyük baskı gruplarının

silahı haline dönüşme tehlikesi taşıdığı görüşü üzerinde durdu, öncelikle yasaların getirdiği sınırlamaların kaldırılması için mücadele edilmesi gerektiği vurgulandı.

Kemal Balcı, Rafet Genç'in öncülük ettiği tepkinin, Basın Konseyi'nin kurulmasının ertelenmesine yol açtığı ileri sürmektedir¹²⁸. Balcı'ya göre, Konsey'in ayrıca Basın Ahlak İlkeleri arasında yer verdiği meslekten men cezasını taslaktan çıkardı ve Konsey'in ilk amacının "Basın hürdür, sansür edilemez" görüşünü yaşama geçirmek olduğu ilan edildi.

Basın Konseyi'nin icra organı olan Yüksek Kurulu'nun yapısı üzerinde de durmak gerekir. Basın Konseyi Sözleşmesi'nin 10. maddesinde, 22 kişilik Yüksek Kurul'un oluşumu şöyle tarif edilmektedir:

- "a) Temsilciler Kurulu'nca 6'sı basın mensubu, 5'i basın dışından olmak üzere seçilen 11 üye.
- b) Günlük net satış ortalaması 50 binin üstündeki basın organlarının sahipleri ve belirleyecekleri, en az 10 yıldan beri Basın Kartı taşıyan ve faal gazetecilik yapan birer temsilci.
- c) Günlük net satış ortalaması 50 binin üstünde olan basın organlarından en az 5'inde kendi ürettiği malzeme ile yeterli şartlarla ve devamlı servis yapan haber ajanslarla ve devamlı servis yapan haber ajanslarının sahipleri ve belirleyecekleri en az 10 yıldan beri Basın Kartı taşıyan ve faal gazetecilik yapan birer temsilci.
- d) Sözlü ya da görüntülü basın ve yayın organlarının sahibi, genel müdürü veya temsilcisi.
- e) Basın Meslek İlkeleri ve Basın Konseyi Sözleşmesi'ne katılan basın kuruluşlarından, Basın Kartı taşıyan en çok üyeye sahip 3 Gazeteciler Cemiyeti'nin Başkanı veya Yönetim Kurulu'nca seçilen temsilcisi.
- f) En çok üyeye sahip Gazeteciler Sendikası'nın Başkanı veya Yönetim Kurulu'nca seçilen temsilcisi.
- g) En yüksek toplam tirajı temsil eden basın organlarının üyesi bulunduğu İşveren Sendikası'nın Başkanı veya Yönetim Kurulu'nca seçilen temsilcisi.

¹²⁸ *Bir Basın Erkekçisi Rafet Genç*, s. 74.

İşbu maddenin (b), (c) ve (d) fıkralarına göre BYKY'na üye gönderme hakkı, aynı yayın grubuna dahil basın organlarından yalnız biri tarafından kullanılır."

Görüldüğü gibi, Yüksek Kurul üyeleri, Temsilciler Kurulu'nun seçtikleri dışında sahip, başkan ya da onların belirleyecekleri yöneticilerden oluşmaktadır. Bu oluşumun ardında, bu kuruluşlara yönetimde yer verilerek hem manevi desteklerini hem de Basın Konseyi ile Dayanışma Derneği'ne yapılan maddi katkıların devamını sağlamak kaygısının yattığı görülebilir.

Örneğin sadece 1993 yılında, 817 milyon liralık dernek bütçesinin 601 milyonunu basın organlarının katılım payı oluşturdu¹²⁹. Bu oluşum aynı zamanda, Yüksek Kurul'a bir "seçkinler grubu" görüntüsü de vermektedir. Konsey'in şimdiye kadar yürüttüğü faaliyetler sırasında, bu oluşumun olumsuz bir yanı görülmemekle birlikte "potansiyel bir kaygı" da yaratmaktadır.

Bu arada, Konsey'in aldığı kararların bazı üyeleri arasında anlaşmazlığa yol açtığı ve bu anlaşmazlıkların Konsey'den istifaya kadar izlenmektedir. Buna benzer istifalardan ilki, Gazeteciler Cemiyeti Başkanı Nezih Demirkent'in, Sabah gazetesi Genel Yayın Müdürü Zafer Mutlu hakkındaki başvurusunda yaşandı. Konsey Yüksek Kurulu'nun 15 Şubat 1990 tarihli toplantısında, "Boşanma Haberi ve Kıskaç İri adam" başlıklı yazının sahibi Mutlu'yu uyarma kararı alması üzerine¹³⁰, Mutlu, Sabah grubunu temsil ettiği Konsey'den kuruluşla ilgili endişelerini dile getirerek istifa etti¹³¹.

Kişisel istifalar yanında, yayın grubu olarak istifalara da rastlandı. Basın Konseyi, Güneş, Günaydın, Tan gazeteleriyle, Gelişim Grubu dergilerinin sahibi Asil Nadir'i, bu kuruluşlara gönderdiği 9 Mart 1990 tarihli ve Kıbrıs konusunda savunacakları görüşleri belirten genelgeyi basın özgürlüğüne yönelik bir tehlike

¹²⁹ Basın Konseyi Faaliyet Raporu (1993), s. 248.

¹³⁰ Basın Konseyi Faaliyet Raporu (6 Şubat 1989-6 Şubat 1990), s. 27.

¹³¹ Zeynep Alındar, a.g.e., s. 112.

olarak görerek eleştirdi. Bunun üzerine, Asil Nadir grubundaki yayın organları ile buralarda çalışan bazı gazeteciler, Nisan 1990'da Konsey'den çekildi¹³².

Basın Konseyi Yüksek Kurulu, 6 Şubat 1989 ile 1993 yılı sonuna kadar çeşitli kişi ve kuruluşlarla gazetecilerden gelen başvuruları ele aldı. Bu başvurular sonunda, gazeteler için 3 kınama ve 5 uyarı, muhabirler için 2 kınama ve 3 uyarı, TV programları için 1 kınama ve bir tavsiye, televizyonlar için 2 dikkat çekme, yazarlar için 3 kınama ve 3 uyarı, genel yayın müdürleri için 1 kınama ve 4 uyarı, yazı işleri müdürleri için 1 kınama ve 1 uyarı kararı aldı. Başvuruların önemli bir bölümü yersiz bulunurken, bir o kadarı da zaman aşımı, konunun yargıya yansması, şikayet edilenin Basın Konseyi üyesi olmaması ya da başvuranın olaya taraf olmaması gibi nedenlerle işleme alınmadı. Konsey'e başvurulardan 12'si de uzlaşma ile sonuçlandı.

Basın özgürlüğü konusundaki çalışmasında Zeynep Alemdar, Türk basınının özellikleri, ekonomik yapısı, basın-iktidar ilişkileri düşünüldüğünde böyle bir oto kontrol sisteminin Türkiye'de gerçek anlamda yürüyebileceğini söylemenin fazla gerçekçi olmayacağını vurgulamaktadır. Ancak Alemdar, Konsey'in basın özgürlüğüne yönelik tehditler konusunda duyarlı bir davır içinde olduğunu da teslim etmektedir¹³³.

F) ALEYHTE ARAŞTIRMALAR

Son yıllarda pazar payını arttırmak için başılan promosyon savaşları ve bunun doğurduğu sert tartışma suçlamalar nedeniyle basının saygınlığının önemli ölçüde zedelendiği görülmektedir.

¹³² "Talimat genelgeye tepki", *Özgür Basın*, Yıl: 2 Sayı: 12-13, Nisan-Mayıs 1990, s. 4.

¹³³ Zeynep Alemdar, a.g.e., s. 112.

Nitekim basın mensupları arasında yapılan araştırmalar da, söz konusu kişilerin meslek saygınlığının azaldığı görüşünde birleştiğini ortaya koymaktadır.

TÜSİAD'ın yaptırdığı bir araştırmaya göre, Türk toplumunun yüzde 57'si basına güven duymamaktadır¹³⁴. Türkiye Genç İşadamları Derneği'nin bir araştırmasında ise basına duyulan güven bunalımından söz edilmektedir¹³⁵. Piar-Gallup'un yaptığı araştırmada da medyaya duyulan güvenin yüzde 30.5 olduğu görülmektedir¹³⁶. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi bünyesinde faaliyet gösteren Ege Ajans'ın yaptığı araştırmada, halkın yüzde 39.6'sının kitle iletişim araçları arasındaki savaşın "medyaya güveni azalttığını" düşündüğünü ortaya koymaktadır¹³⁷. 512 sarı basın kartı sahibi arasında Basın Konseyi'nce yapılan bir araştırma da 1992 başında Türk basınının en önemli sorununun gazetecilik mesleğinin saygınlığının kaybolmasını gösterdiğini belirlemektedir¹³⁸.

Basının saygınlığına ve güvenilirliğine ilişkin çeşitli kişi ve kuruluşlarca bazı araştırmalar yaptırılmaktadır. Burada üzerinde durmak istediğimiz konu, söz konusu araştırmaların siyasiler tarafından zaman zaman medyaya karşı kullanılmasıdır.

Nitekim Başbakan Tansu Çiller, bir Güneydoğu gezisinden dönerken, uçaktaki gazetecilere Türk basınının itibar yitirdiğini, güvenilirliğini kaybettiğini söyledi ve "Benimle ilgili yanlış haberleri yalanlama ihtiyacı dahi duymuyorum" dedi.¹³⁹

Özal'ın eşi Semra Özal'a göre de basın inandırıcı değildi. Halk gazetelerin yazdığına güvenmiyordu. Dahası, vatandaş, "Gazete öyle mi yazmış, aslı yoktur" diye düşünüyordu.¹⁴⁰

¹³⁴ TÜSİAD, *Türk Toplumunun Değerleri*, TÜSİAD Yayınları, 1993, s. 27.

¹³⁵ TÜSİAD, *TÜSİAD'ın 1993 Yılı Beklentilerine ve Bu Beklentiler Doğrultusunda Önerileri*, TÜSİAD Yayınları, 1992, s. 44.

¹³⁶ Yavuz Donat, "Karizmatik, medyanatik ve parratik", *Vitrin, Milliyet*, 21 Haziran 1994, s. 2.

¹³⁷ "Medya savaşı güven kaybına neden oluyor", *Basın Konseyi Faaliyet Raporu (1993)*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları,

1994, s. 40.

¹³⁸ *Basın Konseyi Faaliyet Raporu (1991)*, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1992, s. 40.

¹³⁹ Ertuğrul Özkök, "Biz güvenilir değiliz, ya siz?", *Politika, Hürriyet*, 20 Ağustos 1994, s. 23.

¹⁴⁰ Yavuz Donat, *Özelli Yılları*, s. 408.

Sabah gazetesi Genel Yayın Müdürü Zafer Mutlu, "gazeteciliğin saygınlığının zedelenip zedelenmediği" yolunda bir soruya cevap verirken de "Turgut (Özal) Bey, sunu çok ustaca yaptı. Rahmetli Özal, basını kötüledi, kötüledi, kötüledi. Bir hava oluşturdu. Şimdi onun üzerine, başı sıkışan (basını suçluyor). Siyasetçi seçim kaybediyor, kim kaybettiyse 'basın yüzünden' diyor. Basınla ilgili suçlama yapmak en kolay şey" demektedir.¹⁴¹

¹⁴¹Nihal Mete, "Basını suçlamak kolay", *Pazar Postası*, Sayı: 45, 5 Kasım 1994, s. 12.

*"Halk,
her şeyi bilecek."
Joseph PULITZER*



BÖLÜM IV

SEÇİM KAMPANYALARINDA MEDYA



Medyanın elindeki güç, özellikle seçim dönemlerinde ortaya çıkmaktadır. Politikacı, toplumun kendini en fazla izlemesi gerektiği bu dönemde, seçmene en kısa sürede ulaşmak için medyayı kullanmak zorundadır. Türkiye'de önemli oranda yer tutan kararsız seçmenin, oyunu nereye kullanacağı medyadan alacağı bilgiye bağlıdır. Kamuoyunu oluşturabilme gücüne sahip medya, öncelikleri kendisi belirlemek istemektedir.

Medya, politikacılar açısından bakıldığında, ülkenin politik gündemini belirleyebilecek durumdadır. Üstelik bunu yaparken, seçmen karşısına çıkacak adayların imajlarını da çizmektedir. Haberleri izlerken seçici davranmakta, iktidara yakın partilere ağırlık vermektedir.

Medya seçim kampanyalarını izlerken, politikacı da medyayı, dolayısıyla seçmeni etkileyebilmek için kamuoyu araştırmaları, reklamlar ve halkla ilişkiler şirketlerinden yararlanma yolunu seçmektedir.

A) GÜNDEM BELİRLEME

Medya elindeki güçle, kamuoyundaki tartışmaları kanalize eder ve böylece hangi konuya öncelik verilmesi gerektiği yolundaki düşünce ve kararları etkiler. Bu güç, zaman zaman başta iktidar üyeleri olmak üzere politikacıların gündem belirleme teşebbüslerinde kullanılır. Ama bu güç, aynı zamanda bağımsız medyanın elinde önemli bir araçtır.

Donald L. Shaw ve Maxwell E. McCombs adlı araştırmacılara göre¹, medyanın işlevi toplumun ilgilendiği konuların bir kanalı olmaktan çok ötedir. Toplumun ilgilendiği konuların ulaştırılması sırasında, medya konular, olaylar üzerinde yeniden çalışır ve yeniden biçimlendirir. Hergün hangi haberin verilmesi, hangi haberin görmezden gelinmesinin kararı sırasında, medya yöneticileri, toplumun dikkatini ve konuları daha geniş bir politik arenada yönlendirir.

Medyanın, gündem belirlemede üç fonksiyonu vardır. En azından, medya sorunların varlığını ortaya çıkarır. Medyanın gündem belirleme yeteneği hangi konuların daha önemli olduğuna dikkati çeker. Gündem belirleme, ayrıca öncelikleri belirlemeyi kapsar, ki bu en önemli fonksiyon olarak karşımıza çıkar.

¹Donald L. Shaw ve Maxwell E. McCombs, *The Emergence of American Political Issues*, Minnesota, West Publishing, s. 15.

Amerika'da gündem belirleme konusunda yapılan araştırmalar, toplumun önemli konularda basının gündemini paylaştığını göstermektedir. Ancak araştırma, gündem belirlemede medyanın tek başına etkili olmadığını da saptamaktadır. Medyanın gündemi belirleme yeteneği seyirci-okuyucu ve konunun doğasından etkilenmektedir.

Bu konuda, Türkiye'den bir örnek verirse, Yavuz Donat, Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel'in bir gözlemini şöyle aktarmaktadır: "Süleyman Bey'in bir gözlemi var. 'İki Türkiye'den' bahsediyor Cumhurbaşkanı: 1. Medyanın tesiri altındaki Türkiye. 2. Medyanın daha az tesiri altındaki Türkiye. Hiçbir seçimde bu kadar 'medya etkisi' gündeme gelmemişti. Zaten hiçbir seçimde ülkemizde bu kadar çok TV ve radyo yoktu."²

Hürriyet gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök, aynı konuda "Medya yönlendirme gücüne sahip mi? Ya da olmalı mı böyle bir gücü?" diye sorduktan sonra şöyle devam etmektedir: "Asla. Olmamalı. Son yıllarda birkaç olay üzerinde duruldu. Önce Özal'la başladı. Özal'ı medya güçlendirdi sonra medya devirdi diye. Sonra Mesut Yılmaz'ı medya getirdi dendi; daha sonra Tansu Çiller'i. Aynı şey Murat Karayalçın için geçerli. Medyanın bu insanların yanında yer aldığı vurgulandı. Ama işin aslı böyle değil."³

Medyanın gündem belirlemesinden en çok etkilenenler az eğitimliler, politik bağımlılar, politikaya ilgisi az olanlardır. Daha da ötesi, kişisel eğilimleri medyanın gündemine bağlı olanlar, gündemi yakından izlemekte, bazıları da bir konu medya gündeminde ısrarla işleniyorsa benzer tepki göstermektedir. Örneğin, işsizlik sorunuyla ilgilenmeyenler, konu medyanın gündeminde uzun süre işgal ediyorsa, olaya öncelikli olarak eğilmektedir.

²Yavuz Donat, "Seçim ve medya", *Vitrin, Milliyet*, 22 Mart 1994, s. 2.

³Ayşe Arman, "O, eşimde genel yayın muhabiri", *Tempo*, Sayı: 44, 3 Kasım 1993, s. 60.

Konunun içeriği de, medyanın gündem belirlemede etkili olmaktadır. Medya, dış gelişmeler gibi konular hakkında birinci derecede bilgi sahibi olduğunda gündem daha kolaylıkla oluşturulabilmektedir. Kişilerin enflasyon ya da işsizlik gibi başka kaynaklardan da bilgi sağlayabileceği diğer konular medyanın önceliklerini dengeleyebilir ve kişiler tarafından hemen öncelikli olarak kabul edilmez. Konuların miktarı da gündemde etkilidir. Kişi, medyanın öncelik verdiği bütün konuları izleyemez ve daha dar kapsamlı bir gündemle yetinebilir.

Medyanın gündem belirlemesi politik sonuçlar doğurabilir. Gündem belirleme doğal olarak belirli konular üzerinde yoğunlaşmayı gerektirir, bu da belirli bir bilgiye dayandığı için, bilgiler politik tercihleri etkileyebilir.

Özkök, medyanın yönlendirme gücünün olmamasını dilerken, Güneri Cıvaoğlu, net bir şekilde Murat Karayalçın'ın SHP Genel Başkanlığına seçilmesi örneğini vermektedir⁴:

"Murat Karayalçın da 'medya' adayıydı. Medya'nın tuttuğu diğer isimler olan Mesut Yılmaz ve Tansu Çiller gibi medya Karayalçın'ı da başa getirdi. Televizyonlar, gazeteler ve dergiler demokrasinin muhteşem bir gücü. Karayalçın'ın seçilmesi de bu gerçeğin son kanıtı. Son, fakat sonuncu değil. Bundan sonra yelkenlerini medya rüzgarı ile dolduranların başarılarına şahit olacağız. Medya doğru zamanda, doğru yerde olunca ağırlığı sonuç veriyor... Medya halkın Yılmaz'a olan tercihiyi iyi saptamıştı. Kendi tercihi de Yılmaz'dı... Çiller için de durum aynıydı... 1986'da ise siyasi hakların iadesinde medya doğru olanı, doğru olmayan zamanda istiyordu. O nedenle etkimiz azdı."

Okuyucu-seyirci, medyanın gündemi gereğince belirli konulara daha ağırlık verir ve bu ağırlık verme, iktidarı ve icraatlarını etkiler. Medyanın gündem belirlerken çizdiği çerçeve yönlendirici olur.

İlnur Çevik'in bu konudaki tesbiti önemlidir⁵:

⁴Güneri Cıvaoğlu, "Medya ve liderler", *Sabah*, 13 Eylül 1993, s. 1.

⁵Nodret Ersenel, "Genelkurmay'da gazetecilere diskur çekildi", *Nokta*, Yıl: 2, Sayı: 22, 22-28 Mayıs 1994, s. 24.

"Bu işin başından beri yapılan en büyük yanlışlık, basının 'Biz kral yaratıyoruz' fikridir. 'King maker' dedikleri. Bu iş ilk Mesut Yılmaz zamanında oldu. Akbulut'u kongrede alaşağı edip, Mesut Yılmaz'ı getireceğiz kampanyası vardı. Akbulut'u karaladılar. Mesut Yılmaz, genel başkan ve başbakan olunca o zaman 'İşte biz yaptık' havası yayıldı. 1991 seçimlerinde de aynı şeyi yaptılar. Yine ortaya 'Biz istediğimizi yaptırınız' imajı çıktı. Bunun üstüne -köprülerin altından ne sular aktı biliyorsunuz- Tansu Çiller zamanına kadar geldi olay. Rahmetli Özal'ı kaybedip, yerine Süleyman Bey geçince, büyük bir kampanya bu sefer Tansu Çiller için başlatıldı. Bu işin arkasında da zaten Tansu Çiller'in zamanında basını yanına almak için bazı gayretlerinin olduğu söylendi. İşte bu noktada, bir 'al gülüm, ver gülüm' olayı başladı."

B) ADAY İMAJLARI

Politikacı adayların imajı medya tarafından belirlenmektedir. Özellikle seçim kampanyalarının ilk dönemlerinde medya, seçmenlerin adaylar hakkındaki görüşlerini etkilemektedir.

Televizyonların, adayların imajlarını şekillendirmede daha etkin olduğu söylenmektedir. Ancak, Thomas E. Patterson'a göre, gazeteler bu alanda daha önemli bir rol oynamaktadır. Patterson, "İmaj, görüntülerden çok kelimelerle oluşur. Seçmenler, adayların politik geçmişleri konusunda kelimelere itibar etmektedir ve bu da gazetelerde vardır" demektedir.⁶

Güneri Civaoglu, böyle bir imajı yazısında şöyle çizmektedir⁷:

"PIAR-GALLUP araştırmaları Tansu Çiller'in giderek kamuoyuna kararlı ve sözünü tutmak için cesaretle hadiselerin üzerine giden politikacı imajını çizmeye başladığını gösteriyor. PIAR-GALLUP Başkanı Bülent Tanla'ya göre, 'Çiller, PKK ve terörün üzerine kararlılıkla gitti. Vergi yasasını bütün itirazlara rağmen çıkarttı. Daha önce toplu sözleşmeler sırasında Türk-İş'e karşı tavrı da kesin ve açıktı. İstanbul'un zengin kesimlerine karşı tavrı

⁶Thomas E. Patterson, *The Mass Media Election*, New York, Praeger, 1980, s.107.

⁷Güneri Civaoglu, "Çelik yürekli Tansu Çiller", *Sabah*, 31 Aralık 1993, s. 33. (sıyah yazılar yazara aittir)

aldığı görüntüsü de çizdiği profile yansıyor. Amerika'ya, Almanya'ya yaptığı ziyaretlerle ve mekik diplomasisiyle PKK'yı terör örgütü olarak ilan edilmesi Almanya'dan, Fransa'dan PKK'yı kovdurtması, İran ve Suriye ile PKK'ya karşı protokoller imzalaması.' Bunlar, kamuoyuna Tansu Çiller, 'yılmayan, çekinmeyen, cesur lider' mesajını veriyor."

Seçmenlerde öncelikle tanınmayan adayların imajı, onun hakkında televizyon ya da basından bilgi aldıktan sonra oluşmaktadır. Üstelik, adayın ortaya koyduğu ilk intiba, çoğunlukla seçmenin aklına kazınmakta ve daha sonra bu konuda duyulacak yeni bilgilere ilgi düşmektedir. Bu durum da, aday imajının oluşmasında ilk yapılan haberlerin önemini daha da belirginleştirmektedir.

Nail Güreli, şu örneği vermektedir: "Sözen'in hizmetleri her nedense, kitle iletişim araçlarında, bizim biraz da eleştirel bir içerikle 'medya' dediğimiz dünyada gerekli yeri bulmadı. Çünkü, Sözen 'amedyatik' idi."⁸ Yeni adaylar, medyanın imaj yaratmasında daha savunmasızdır. Çünkü, politik geçmişleri bulunmamaktadır.

Seçmenler, adaylar kadar programlar hakkında da bilgi almak istemektedir. Gazeteler, programlar hakkında, az zaman ayıran televizyonlardan daha fazla bilgi verebilmektedir. Araştırmalar, programlar hakkında bilgi edinmenin seçmenlerin ilgisine bağlı olduğunu göstermektedir. Politikaya ilgi duyan seçmenler, daha fazla bilginin olduğu gazetelere başvurmaktadır. Yine de az ve ortalama ilgi de bilgi gerektirmektedir. Fazla ilgili olmayan seçmen bu nedenle reklam kampanyalarına itibar etmektedir.⁹ Ama kampanyalarda, derinlemesine bilgi yerine sloganlar hakimdir.

Herkesin, medya mesajlarına eşit bir şekilde açık olduğu ve onu aynı genel şekilde yorumlayıp, eşit bir şekilde etkilendiği görüşüne karşılık, medyadan öğrenilenlerin kazaen ve bilinç dışı olduğu görüşü de ileri sürülmektedir. Aslında araştırmalar, medya mesajlarına tesadüfi dikkatin, medya tarafından yönlendirilmenin en tercih edilen şekli olduğunu da göstermektedir. Bir siyasi

⁸ Nail Güreli, "Nurettin Sözen hakkı", *Milliyet*, 18 Mart 1994, s. 22.

⁹ Thomas E. Patterson, a.g.e., s. 159-160.

partie ya da adaya bağılı seçmenler, medya mesajlarını seçerek alır, böylece görüşleri güçlendirilmektedir. Yine de bağımsız seçmenler görüşlerinin medya tarafından etkilenmesine izin vermektedir.

Bireyler, medyayı kullanma ve kullandıkları medyanın tipine göre değişiklik göstermektedir. Örneğin iyi eğitilmiş, yüksek gelirli kişiler daha çok gazete okur. Az gelirli veya az eğitilmiş kişiler, daha çok televizyonla ilgilenmekte ve daha az politik mesaj almaktadır. Dolayısıyla bu kişiler, politikaya karşı zayıf veya duyarsız olabilmektedir.

İstanbul Ticaret Odası tarafından yapılan bir araştırmaya göre, aile reisinin okuma yazması olmadığı grupta, gazete ve dergi almayanların oranı yüzde 43.3 iken, aile reisinin üniversite mezunu olduğu ailelerde bu oran binde 4'e düşmektedir. Aile reisi ve eşinin çalıştığı ailelerde, gazete okuma oranı diğer gruplara kıyasla daha yüksektir. Ailenin geliri düştükçe, gazete-dergi almama eğilimi artmaktadır. Geliri 2 milyon liradan aşağı olan aileler, genellikle gazete alımından vazgeçmektedir. Gazete-dergi alımında, ailelerin yüzde 37.2'sinde seçimi aile reisi yapmaktadır.¹⁰

C) KAMPANYALARDA MEDYA ETKİSİ

Seçmenlerin, adaylar ve kampanyalar hakkındaki görüş ve düşünceleri medyanın çizdiği çerçeveden etkilenmektedir. Bu konuda bilgi alınacak kaynak, tek değilse bile büyük ölçüde medyadır.

Medya haberlerinde, politikacılarla siyasi partilere ve politik gelişmelere mutlaka yer vermektedir. Televizyonların günlük haber bültenlerinde ve gazetelerin birinci sayfalarında bu tür haberlere ağırlıkla eğilinmektedir. Seçimlerde, bu haberler yoğunlaşmaktadır.

¹⁰ Murat Çorlu, "Gazete alımında söz sahibi kim?", *Bizim Gazete*, Sayı : 15, Eylül 1991, s. 10.

Bunun farkında olan adaylar da, paralı reklamlar yerine medya haberlerine dayanmayı, bu yolla seçmenle iletişim kurmayı tercih etmektedir. Yerel yayınlar da dahil hemen bütün medya kuruluşları, genel seçimleri yakından izlemektedir. Muhabirlerin büyük bölümü önemli adaylarla ilgili haber yapmak ister. Muhabirler, politikacıları daha da yakından izler. Medya kuruluşları tarafından daha çok açık oturum ve tartışma programları yapılır.

Milletvekili genel seçimleri, yerel genel seçimler ve referandumlarda olduğu gibi, bütün medya kuruluşları, başta iktidara yakın partilerinki olmak üzere, siyasi parti liderlerinin kampanyalarını yakından izlemektedir.

Medyanın kendi içinde yaşanan gelişmeler de, kampanyalarda medyanın rolünü artırmaktadır. Özel televizyonların yayın alanına girmesiyle, medya kuruluşları, canlı yayın gibi olanaklarıyla politikacılardan daha çok zaman istemeye başlamaktadır. Politikacıların, TV istasyonları arasında mekik dokuduğu görülmektedir.

Genel seçim kampanyası boyunca medya, çeşitli roller üstlenmektedir. Medyanın üstlendiği roller Richard Davis tarafından ifade, kategorilere ayırma, tahmin, gündem belirleme ve eleştirmen başlıklarıyla incelenmekte¹¹, Türk politik yapısına da uymaktadır.

1) İfade

Genel seçimlere ya da parti içi başkanlık yarışına girecek politikacıların, tek isteğinin dürüst ve eşit bir şekilde kendilerini ifade etmek olduğu belirtilmektedir. Ancak, medya politikacının bu ifadesini, performansını ve gelişmeleri etkilemektedir.

¹¹ Richard Davis, *The Press and The American Politics*, New York, Longman, 1992, s. 256.

Politikacılar öncelikle, medyanın onlara ayırdığı saniye ve sütunla sınırlanmaktadır. Politikacıların, kendini en etkili bir şekilde ifade etmesinde önemli bir rol oynamaktadır. İşte burada, medyanın ifade edici fonksiyonu ortaya çıkmaktadır. Medya, bazı adaylara diğerlerine oranla daha fazla ve daha destekleyici davranabilir. Bu durum, henüz kampanya başlamadan gelişmeleri adayın lehine çevirmektedir.

Bu amaçla, medya ve politikacılar arasında çeşitli pazarlıklar söz konusu olabilir. Günaydın gazetesi Genel Yayın Müdürü Saruhan Ayber, böyle bir pazarlığı açıklamaktadır¹²:

"Türkiye'de bazı bankalarla konsorsiyum yapacak, bize kredi verilecekti. O sıralar çok sık Ankara'ya gidip geliyordum. Bu arada bir de teminat mektubu almanın peşindeydik. Mektubu alırsak kağıt alabilecektik. İşte o günlerde bir başbakan, yani dönemin başbakanı bize bu teminat mektubunu sağlayabileceğini bildirdi. Bana telefon etti, pazar günü kongresi olduğunu, kendisi lehine bir manşet açarsak, pazartesi sabahı gidip teminat mektubunu bankadan alabileceğimizi söyledi. Ama maalesef kongreyi kaybetti."

Tabii medya, hangi politikacıya daha fazla ifade olanağı tanıyacağına, politikacının daha önceki performansını dikkate alarak karar vermektedir. Yani, çok tanınan ve potansiyel başbakan olacak adaya daha fazla yer verilmektedir. Hatta medya, daha seçim olmadan da adaylar ya da politikacılar için ifade edici olabilmektedir. Yazılacak bir haber ya da yorum, söz konusu adayın birden tartışılmasına, ön plana çıkmasına yol açabileceği gibi, adayın rakiplerinin de çekilmesini sağlayabilir.

Osman Aydoğan, bir haberinde "Toptan (Köksal, DYP Genel Başkan adayı), gazete ve TV muhabirlerine basını şikayet ediyordu. Medyanın çok kötü bir sınav verdiğini söyleyen Toptan, 'Bizim başkanımızı iki TV şirketi, iki gazete seçiyor. Bu tipik bir aristokrasidir' diye tepkisini gösteriyordu."¹³

¹² Arzu Yılmaz, "Kod adı: Santa barbara", *Çağdaş Gazetecilerin Gazetesi*, Yıl: 3, Sayı: 26, Eylül 93, s. 6.

¹³ Osman Aydoğan, "Dayanışma içinde çekilme", *Cumhuriyet*, 14 Haziran 1993, s. 5.

Ayrıca bu ifade edici özellik, adayın çok önceden ve beklemeden çeşitli grupların açık desteğiyle karşılaşmasını da sağlayabilir.

Zafer Mutlu, "Doğrudur, medya diğer adaylara nisbeten daha çok Tansu Çiller'e yer verdi. Tansu Çiller'in özellikle Demirel'in Cumhurbaşkanı olacağının anlaşıldığı ilk günlerde DYP kulislerinde ve kamuoyunda Başbakanlık için adının ısıdırılmasında medyanın rolünün oldukça fazla olduğunu kabul ediyorum... Medya kamuoyuna rağmen bir ismi lanse etmeye kalkmadı. Kamuoyunun sempati ile bakacağına inandığı bir ismin haberlerine daha çok yer verdi... Medyanın kamuoyuna rağmen bir ülkenin siyasi gündemini belirleme şansına fazla sahip olmadığı kanısındayım" demektedir.¹⁴

İfade edici rol, özellikle genel seçimler ve başkanlık seçimleri sürecinde etkili olmaktadır. Basın bir-iki büyük partiyi yakından izler ve haberlerini büyütürken, diğer partilere gereğinden az yer verebilmektedir.

2) Kategorilere ayırma

Politikacılar seçimler sırasında, kendisine bir imaj çizmeye ya da beğenmediği imajını değiştirmeye çalışmaktadır. Medya da, politikacıların ve adayların imajlarını kamuoyuna sunmaktadır.

Bunun için basit, akılda kalacak tanımlamaları tercih etmektedir. Bu yolla da imaj yaratılmasını, politikacıların ve danışmanlarının elinden almaya çalışır ve adayları kategorilere ayırmaktadır.

Medya tarafından yaratılan imajlarda, politikacının geçmişinden, olaylar karşısında aldığı tavırdan, destek aldığı gruplarla ilişkilerinden ve kişisel yapısından hareket edilmektedir. Morisson Süleyman, Çoban Sülü, Barajlar Kralı, Baba,

¹⁴Zafer Mutlu, "Medyanın gücü var mı?", Basın Dünyası, *Sabah*, 14 Haziran 1993, s. 2.

Tonton Amca, Ana-Bacı, Çelik Leydi, Karaoğlan, Mücahit vs. Daha sonra bu isimlendirmeyi değiştirmek çok zordur.

Adaylara takılan bu isimler ve yaratılan imajlar seçmenlerin oylarını önemli ölçüde etkileyebilmektedir:

"27 Mart seçimleri, Türkiye'de görsel medyanın bu denli etkisi ve müdahalesi altında yapılan ilk önemli seçim olayı oldu... Adayların fiziksel görünüşleri, kılık-kıyafetleri, tikleri, mimikleri, bakışları ve gülümseyişleri çok yakından izlendi. Medya sayesinde geçmişlerinin en 'mahrem' anlarına dalındı... Kuşkusuz her şeyi medyaya bağlamanın, medyanın etkisini abartmanın, kimi siyasilerin seçimlerin hemen sonrasında yapmaya başladıkları gibi, özel televizyonculuğun sorumsuzluğundan, taraf tutmasından, kimi kişi ve kuruluşlara karşı açık bir düşmanlık sergilemesinden yakınmanın çok anlamı yok. Ancak medyanın etki gücünü abartmak ve kimileri açısından yenilgi, giderek bozgun sayılacak sonuçları ona bağlamak da inandırıcı gözüküyor. Öyle olsaydı, en güçlü 'rating şampiyonu' kanalların dillerine doladıkları bir Refah Partisi'nin ve onun kimi başkan adaylarının şaşırtıcı zaferleri söz konusu olabilir miydi?"¹⁵

İstanbul DYP Anakent Belediye Başkan adayı Bedrettin Dalan, gençlik imajı vermek için seçim öncesi, üzerinde deri mont, Harley Davidson tipi Kawasaki motosiklete binerek diğer motosikletli gençlerle Kuruçeşme-Sarıyer-Balmumcu güzergahında gezi yapmaktadır.¹⁶

1983 seçimleri öncesi ile ilgili olarak Hasan Cemal'in bir gözlemi şöyledir: "Sunalp, Calp, Rap, rap, rap esprileri yapılıyor, Sunalp'la Calp'ın bürokrat ve devletli havalara karşılık, Turgut Özal için Tonton Amca imajı çiziliyordu. Özal kitlelerin içine kravat ve ceketle değil, tişörtlerle, yakası açık gömleklerle çıkıyor, kocaman, göbeğini meydanda bırakan mayosuyla denize girerken fotoğraflar çektiriyor, kalabalıklar içinde Semra Hanım'la el ele dolaşıyordu."¹⁷

¹⁵ Atilla Dorsay, "Seçim, Oscar ve medyanın gücü", *Milliyet*, 1 Nisan 1994, s. 18.

¹⁶ Şule Çizmeci, "Parayı bastırın anketi alıyor", *Milliyet*, 21 mart 94, s. 4.

¹⁷ Hasan Cemal, *Özal Hikayesi*, s. 49.

3) Tahmin

Başbakan adaylarını ve politikacıları belirlerken medya, klasik oyun taktiğine başvurur; kazananlar ve kaybedenler. Medya, bir at yarışını izler gibi çeşitli tiyolara ve adayların geçmiş performanslarına dayanarak, kazananla kaybedeni belirlemeye çalışmaktadır.

Bazen medyanın, belirli bir adayın kazanacağı yolunda çok temeli olmasa da öngöründe bulması, politikacının hemen kendisini diğer rakipleri karşısında lider olarak ilan etmesine yol açabilmektedir.

Bu konudaki bir örneği Emin Çölaşan'ın satırlarında bulabiliriz¹⁸:

"Geçtiğimiz Haziran ayında DYP Kongresi yapılacaktır. Ortada üç genel başkan adayı vardır. Çiller, Sezgin ve Toptan. Ancak İnterstar ekranlarında her gece bir başka 'aday' daha gündeme gelmekte ve kendisine de diğer adaylar gibi kafadan yıldız verilmektedir. Bu kişi, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı Ersin Faralyalı'dır. Faralyalı, DYP Genel Başkanlığı'na aday falan değildi. O halde nasıl oluyor da her gece İnterstar ekranlarında aday olarak gündeme geliyordu? Sorunun cevabı çok basitti. İnterstar'ın sahibi Uzan ailesi, o sırada Çukurova Elektrik gibi dev bir şirketi ele geçirmeye çalışıyordu. Tehditler, şantajlar gırla gidiyordu. Bu olayda son sözü söyleyecek kişi ise Faralyalı idi... Öte yanda ise Ulaştırma Bakanı Yaşar Topçu'dan avanta istiyordu. İstenilen avanta, 900'lü telefon hatlarına zam yapılmasıydı. Bunu alamayınca, tehdit ve şantaja başvuruyor. Topçu hakkında inanılmaz bir küfür kampanyası başlatıyordu."

Genelde yazar-yorumcular, politik analizlerinde, kendilerini kaynak olarak alırlar ancak yine de bu tamamen temelsiz değildir. Yazar-yorumcular tahminlerinde, kamuoyu yoklamaları, adaylar, liderler ve danışmanlarla söyleşiler, toplumun tepkisi, parti örgütlerinin yapısı ve kampanya yöntemlerine dayanmaktadır.

¹⁸ Emin Çölaşan, "Emeklilerin parasına tenozzül eden Uzan", *Hürriyet*, 3 Ekim 1992, s.5. (Siyah yazılar yazara aittir)

Politikacılar ve danışmanları, bu alanda medyanın oluşturacağı tahminin şekillenmesinin kendi yararlarına olması için çalışırlar.

Melih Aşık, "Çağlar ve yakın arkadaşları, bugünlerde gazetecilere telefon trafiği ve gazete bürolarına ziyaretlerini bir hayli artırmış durumda. Çünkü Cindoruk DYP Genel Başkanı seçilirse, Cavit Çağlar, Ömer Barutçu gibi isimlerin partideki durumları sarsılacak, hükümette kalmaları neredeyse olanaksız hale gelecek"¹⁹ diye yazmaktadır.

Tahminlerin şekillenmesinde, medyanın kullandığı en önemli araç kendi yaptırdıkları kamuoyu yoklamalarıdır. 1991 seçimlerinde bir çok gazete, kamuoyu yoklamalarını çeşitli araştırma şirketleri aracılığıyla yaptırtarak yayınladı. 20 Ekim 1991 Genel Seçimleri için, Hürriyet gazetesi Zet Medya, Sabah gazetesi Gallup ve Milyet gazetesi Konda ile çalıştı.

Peki, bu tahmin şekillendirmesi kampanyalar sırasında etkili olmakta mıdır? Medyanın belirli siyasi partilere ağırlık tanınması, toplumun yanlış bilgilendirilerek, özellikle yüzer gezer oyların kanalize edildiği suçlamasını ortaya çıkarmaktadır. Bu konuda ANAP lideri Mesut Yılmaz, aksi görüşü savunmaktadır: "1987 Genel Seçimlerinden önce 5 yörede ara seçim yapılmıştı... Yılmaz'ın şu sözlerini dinledik: 'Bu seçimler gösterdi ki, medyanın toplum üzerinde hiçbir etkisi yoktur. Yaptırdığımız araştırma da bunu açıkça gösteriyor.'"²⁰

Tahminlerin, subjektif olduğu sürece doğru sonuç verip vermeyeceği belirsizdir. Ancak, seçim sonuçlarının ardından bütün medyanın en doğru sonucu kendilerinin verdiği yolunda iddiaları göze çarpmaktadır. Ya da yanlışlığa çeşitli kılıflar aranmaktadır.

Sadece medya, yerel seçimlerde büyük bir tahmin yanlışlığına düştü, orada da yerel seçimlerde bir daha kamuoyu araştırmalarına başvurulmayacağını duyurdu:

¹⁹ Melih Aşık, "Kılıçlar yeniden çekildi", *Açık Pencere, Milyet*, 30 Nisan 1993, s. 13.

²⁰ Günori Cıvaoglu, "Medya ve liderler", *Sabah*, 13 Eylül 1993, s. 33

"Sonuçlar herkes için, özellikle British Gallup için tam bir fiyaskoydu. Sabah bu sonuçlardan gereken dersi alarak bir daha yerel seçimler öncesi kamuoyu araştırması yayınlamama kararı aldı. Genel seçimleri önceden tam olarak bilen araştırma şirketleri yerel seçimlerde yanıılıyorlardı."²¹

4) Gündem belirleme

Politikacıların ve medyanın, kampanyalar sırasında çıkarları çatışır. Politikacılar, kendi başarılarını gösteren mesajları seçmene iletmeye çalışır. Buna karşılık medya, gündeme hükmetmek ister. Medya için, politikacının bu tür başarı içeren açıklamaları haber değeri taşımamaktadır.

Bu nedenle, kampanya süresince, politikacı ve medya arasında gündemi belirlemek için bir mücadele başlamaktadır.

Politikacılar, mesajlarının seçmene ulaştırılamadığı ve seçmenin isteklerine cevap veremediklerini ileri sürmektedir. Medya da, politikacıların gerçeklerden uzaklaşarak, topluma yanlış mesajlar verdiğini iddia edip, haberlerin yapılmasını yönlendirmekle suçlamaktadır.

Bu mücadelede, genellikle medyanın galip çıktığı görülmektedir. Medya, seçim kampanyaları sırasında, politikaları tartışmak yerine, politikacıların kişisel özellikleri ile daha yakından ilgilenip, onlarla ilgili olumsuz kişisel haberler yakalamayı tercih edebilmektedir.

Kendi önceliğini kullanma peşindeki medya, seçim kampanyalarında olumsuz haberlerle birlikte, sansasyonel gelişmeleri ön plana çıkarırken, bunu muhalif olduğu partiler için kullandığı görülmektedir.

²¹ Zafer Muthu, "Sonuçlar bizim için bir özeleştiri", Basın Dünyası, *Sabah*, 4 Nisan 1994, s. 2.

5) Eleştirmen

Bütün bu yukarıda sayılan özelliklerin dışında, medya eleştirmen rolünü üstlenmektedir. Seçmenler, sandığa gitme dışında pasif izleyiciler olarak seçim sürecine katılırken, muhabirler ve yazar-yorumcular, politikacılara karşı tepkilerini ortaya koyma imkanı bulmaktadırlar.

Kampanya sürecinde, söz konusu medyacilar, kişilik, kampanya yöntemi, ideoloji, olayların gelişimi, seçim stratejisi ve taktikleri ile seçmen desteği gibi politikacılarla ilgili haber kaynağı sayılabilecek konulardaki düşüncelerini ortaya koymaktadır.

Bu tür düşünceler genellikle tutulan politikacı için olumlu, muhalif politikacı için olumsuz olmaktadır. Ancak ön plana genellikle olumsuzluklar çıkartılmaktadır. Muhaliflerin iyi yönleri, görmezden gelinmektedir.

Nazlı Ilıcak'ın bir yazısı olumlu eleştiriye örnek teşkil edebilir: "Çiller, hem Türkiye'nin, hem de DYP'nin şansı olabilir. Birçok köklü reformu cesaretle gerçekleştirebilir."²²

Hasan Cemal'in yazısı ise, aynı kişiyle ilgili olumsuz bir eleştiridir: "Başbakan Çiller kalacak, ekonomik kriz derinleşecek. Nedeni çok açık: Çiller'in ekonomi yönetimine herhangi bir güven kalmadı. Bundan sonra ağzıyla kuş tutmaya kalksa yine de güven tesis edemez. Bu hükümetle bu ekonomi artık dikiş tutmaz yargısı içte ve dışta pekişmiş durumda."²³

²²Nazlı Ilıcak, Atâtürk-Özal-Çiller, *Tercüman*, 2 Temmuz 1993, s. 1.

²³Hasan Cemal, "Daldan dala", *İki Nokta, Sabah*, 25 Mart 1994, s. 27.

D) MEDYA TABANLI KAMPANYALAR

Medyanın seçim kampanyalarında artan önemi, politikacıları yakından etkilemektedir. Televizyon, adaylığın doğasını bozmakla suçlanmaktadır. Bu görüşe göre, televizyon, adayları özünü göstermeyip sadece imaj yaratmakta, iktidar yeteneğini değil de televizyondaki performansını ortaya çıkarmaktadır.

Televizyon, adaylardan beklenenin çerçevesini çizmiş görünmektedir. Televizyon çağında, çekici, genç görünümlü, etkileyici sesli adaylar tercih edilmektedir. ANAP lideri Mesut Yılmaz'la, CHP lideri Deniz Baykal'ın kot pantolonlu fotoğrafları gazete manşetlerine kadar çıkarılmakta, bu televizyonlara da haber olmaktadır. Televizyonun bu tercihi, çoğu aday açısından haksızlıktır. Ancak, televizyon öncesi adaylardaki yazma ve bir muhabirin söyleşisine cevap verme yeteneği, yetmemektedir. Artık ilk intiba, adayın görünümü abartılmaktadır. Sesli görüntü, yazılı fikrin önüne geçebilmektedir.

Yavuz Donat, 1986'da bu durumu şöyle belirtmektedir: "Siyasetin yüzde sekseni görüntü olayına dayanır. Bu durum, Batı'da da böyledir."²⁴

Hasan Cemal, siyasete atılacak olan Özal'ın imaj değişikliğini şöyle anlatmaktadır²⁵:

"1983 Şubat'ının ilk haftasında zayıflamış olarak yurda döner. 114 kilodan 91 kiloya düşmüştür. Her gün magazin basınının manşetlerindedir artık. Bollaşmış eski giysileriyle beşuş çehreli fotoğrafları her gün birinci sayfalardadır. Kamuoyunda yeni bir Özal imajı oluşturmak için çalışmalar başlamak üzeredir. Saç biçiminden gözlük çerçevesine kadar değişik bir Özal görüntüsü çizilecektir."

²⁴Yavuz Donat, *Özallık Yılları*, s. 275.

²⁵Hasan Cemal, *Özal Hikayesi*, s. 40.

Bu çağda, medyayı kullanmayı bilen adayların daha şanslı olduğuna inanılmaktadır. Ama sadece bu yetenek de adaya seçilmesi için yetmeyebilir. Eski politikacıların da en azından medyayı kullanma çabası da gözardı edilmemelidir.

Donat'ın bir izlenimi şöyledir²⁶:

"1983 seçimleri öncesi idi. Özal TV konuşması için TRT Genel Müdürlüğü'ne gidiyordu... Adetidir, Özal konuşurken bir elini öne uzatır. Öne uzattığı elin parmakları bitişiktir. Bu durum TV'de iyi görüntü vermez... Selim Egeli şöyle dedi:... 'İleriye uzatılan bir elin hem esprisi yok, hem de görüntüsü hoş değil. Kalem (altın) iyi oldu. Esprisi var. Bundan böyle TV'ye çıkınca elinizde bir kalem tutacaksınız."

Seçim kampanyalarının önemli bir bölümü medya için hazırlanmaktadır. Kampanyalar çoğunlukla görüntü odaklıdır ve adaylar televizyonların dikkatini çekerek, optimum izlenmeyi ve bu sayede istediği mesajı iletmeyi hesaplamaktadır.

Özal'ın toplantı ve oturumlara hazırlanması konusunda Manajans'ın kurucusu ve yöneticisi Eli Acıman, şunları anlatmaktadır²⁷:

"TV, basın toplantıları ve açık oturumlar için yurt dışından kamera önünde duruş kitapları getirildi. Bu kitaplar üzerinde hem biz çalıştık hem de Özal. Turgut Özal konuşma süresi ve sürati üzerinde eğitildi. 10 dakikalık programları için her programda bir konunun ele alınmasına karar verildi. 10 dakikada bin kelime söylenebilir, fakat biz söylenen fikirler ve mesajlar kitle tarafından daha iyi hazmedilsin diye bunu 500-600 kelimeye indirdik."

SODEP (daha sonra SHP olacaktır) lideri Erdal İnönü için de şu çalışma yapıldı: "Yorum Ajans TV çekimlerinin her yönüyle de ilgilenerek Erdal İnönü'nün giysileri, konuşmalarının hızı ve kullandığı biçim üzerine araştırmalar yapmış ve öneriler getirmiştir. İnönü'nün dakikada 118, Özal'ın ise 75 sözcük kullandığı saptandıktan sonra İnönü'nün kullandığı sözcük sayısı 98'e indirilmiştir."²⁸

Erdal İnönü, televizyonun kullanımı konusunda şunları söylemektedir²⁹:

²⁶Yavuz Donat, a.g.e., s. 295.

²⁷Hafız Topuz, *Siyasal Reklamcılık*, İstanbul, Cem Yayınevi, 1991, s. 25.

²⁸Hafız Topuz, a.g.e., s. 38.

²⁹Erdal İnönü, *Anılar ve Değişimler I*, 6. B., İstanbul, İdea İletişim Hizmetleri, 1996, s. 393.

"Televizyonun inandırma gücünü nasıl artırdığı konusunda bir düşüncemi söyleyeyim. Sanatçıların, tanınmış şarkıcıların iyi bildiği bir yöntem vardır. Dinleyicilere hitap ederken, onların tek tek gözlerinin içine bakmak. Bu yapılırca hem dinleyici, o tanınmış sanatçının doğrudan doğruya kendisi için şarkı söylediği ya da sırf kendisine hitap ettiği izlenimine kapılır. Böyle yapan sanatçılar ya da konuşmacılar kitleyi o anda etkileri altına alırlar. İşte televizyon bu olanağı, konuşurken dinleyenlerin gözlerinin içine bakma olanağını, bütün seçmen kitlesine hemen yayabiliyor. Yalnız toplantı salonundakiler değil, evinde televizyon bulunan her seçmen, konuşan siyasetçinin doğrudan doğruya kendisine hitap ettiğini sanıyor. Bu izlenim de büyük bir güç sağlıyor."

Halkın arasında alışveriş yapmak, yürüyüşlere katılmak, otomobil kullanmak gibi aktiviteler bunun için güzel birer fırsattır. Bu tür aktivitelerin politikacıların konuşmalarına yer verilmemesi gibi bir tehlikesi de vardır. Yine de, politikacılar, medyanın dikkatini diğer adaylardan daha çok üzerine çekmeye çalışmaktadır.

Uydu bağlantıları ve canlı yayın araçları gibi ileri teknoloji, Türkiye'nin her yerinden yayın yapma olanağı verdiği için, politikacı için önemli bir avantaj sağlamaktadır. Politikacı bu sayede zaman tasarrufu yapabilmektedir. Başbakan Turgut Özal, Houston'da ameliyat olduktan sonra, 21 Mart 1987'de, Amerika'dan video-konferans sistemiyle Türkiye'deki basın mensuplarıyla canlı basın toplantısı düzenlediği hatırlardadır.³⁰

Televizyonun bu kadar gelişmesi, açık hava mitinglerini geri plana atmaktadır. Politikacılar kampanyalarını, başta televizyon olmak üzere medya üzerinden yürütmeyi tercih etmeye başladı. Örneğin, Anadolu Ajansı, CHP Genel Başkanı Deniz Baykal'ın, seçim çalışmalarında mitinglerden çok medya yoluyla propagandaya ağırlık vereceğini bildirmektedir.³¹

³⁰ Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 3687, s. 178.

³¹ "Seçime doğru", Anadolu Ajansı, A71155, 29 Kasım 1995.

Buna karşılık mitinglerin eski önemini kaybettiğini söylemek de haksızlık olur. Politikacı için mitingler önemlidir ve bunda medyaya en fazla olanak sağlanmaya çalışılmaktadır.

E) SEÇİM KAMPANYASINI İZLEME

Genel olarak seçim kampanyaları; hazırlık öncesi, hazırlık, adaylık ve seçimlerden oluşmaktadır. Hazırlık öncesi aşama, teorik olarak, adaylığın resmen açıklanmasıdır. Ancak bu aşamada, kimlerin aday olacağı üzerindeki çalışmalar da ele alınmaktadır. Hazırlık aşamasında, medya adayların kimler olduğunu ve kredibilitesini ortaya koyar. Bu aşama özellikle tanınmayan adaylar için önemlidir.

Adayların belirlenmesinden sonra, kampanyaların izlenmesi için muhabirler ve yazarlar görevlendirilir. Böylece adaylar ve gazeteciler arasında ilk ilişkiler kurulmuş olur.

Ulusal çapta yayın yapan medya, tek tek adayları izlemek yerine, lider konumunda olanları tercih etmektedir. Sıralama, lider, parti kurmayları ve tanınmış milletvekilleri ya da adayları şeklindedir. Yerel medyalar ise milletvekili bazında kampanya izlemeye ağırlık verebilmektedir. Bu bölümdeki aday teriminin bu çerçevede değerlendirilmesi gerekmektedir.

Bir adayı izlemek için, tek gazetecinin görevlendirilmesi politikacı ile ilişkileri daha da güçlendirmektedir. Gazeteciler, kampanyanın kurmayları ile tanışmakta ve izlenen politikayı yakından öğrenmektedir. Aynı zamanda gazeteciler, kurmaylara bağımlı hale de gelmektedir. Bu aşamada kurmaylar, gazetecilerin ilgisini, kampanyanın istedikleri bölümleri üzerinde yoğunlaştırma imkanını elde etmektedir. Hatta kampanya gezilerinde, gazeteci ulaşım, yiyecek, kalacak yer ve merkeziyle haberleşme konusunda, kurmaylara ve görevlilere daha bağımlı bir duruma düşebilmektedir.

Gazetecinin dikkati aday üzerinde yoğunlaştıkça, kampanyanın reklam, ilan, seçmenlere bildiriler gibi diğer gelişmelerini dikkatinden kaçırabilmektedir. Kampanya gazeteci için, adayın hareketlerini izlemeye dönüşmektedir. Burada da her olayı adayın görüşü doğrultusunda değerlendirme yanlısına düşme tehlikesi başgösterir. Bir uçaktaki gazeteci, tuzağa düşmüş gibidir. Adayın söyledikleri dışındakiler kabinin dışında kalmaktadır.

Gazeteciler aynı zamanda, diğer gazetecilerin verdikleri haber ve yazdıkları yazılardan da etkilenmektedir. Bazen de, basın danışmanlarının verdikleri bilgilerle sınırlanmak tehlikesi ile karşı karşıya kalınmaktadır. Kampanyanın bir bölümünü kaçıran gazeteci, sadece bir basın bildirisiyle yetinmek zorundadır.

Bazı kampanyalarda ise, politik adayı basından izole etme eğilimi görülebilmektedir.

Kampanyalarda gündem, artık kameralar ve ekipleri için düzenlenmektedir. Görüntü kelimelerin yerini almaktaadır. Bu durumda yazılı basın, yerini bu davetiz misafire vermek ve ikincil konuma düşmek zorunda kalmaktadır. Kampanya döneminde artık, uçaktaki yerlerden önemli bir bölümü ulusal çapta yayın yapan TV kameralarına ayrılmaktadır.

Adaylar ve gazeteciler arasındaki uyum, genellikle karşılıklı yarara dayanmaktadır. Medya, seçimleri izlenmesi gereken önemli bir haber olayı olarak görürken, adaylar da haberleri kamuoyu ile haberleşmede en ucuz yöntem olarak algılamaktadır.

Adaylar, gazetecileri kampanya hakkında bilgilendirirken, gazetecinin ne yazacağını öngöremez. Adayın yapacağı en iyi şey, haber ve yorumların çerçevesini mümkün olduğunca daraltmaya çalışmaktır. Adayın, basını yönlendirmesi kurnazca olmalıdır.

Adaylar ve medyanın değişik amaçları vardır. Medya ve adaylar arasında haber konusunda ayrılıklar başgöstermektedir. Adaylar, kendilerine en çok

yarayacak haberlerin verilmesini isterken, gazeteciler, haberlerinin yeni, dinamik olmasını ve tartışılmasını ister. Basın bildirileri ve konuşmalar dışında, taktikler, organizasyonlar, adayın kişiliği ve çevresiyle ilişkileri gibi haberler peşindedir. Gazeteciler, karmaşık ayrıntıları olmayan, basitçe anlaşılabilir, uzun olmayan açık ve net konularda haber yapmak istemektedir. Buna karşılık adaylar, sağlık, ekonomi, yasalar, düzen, enflasyonla mücadele, barış gibi konuları kapsayan ayrıntılı haberleri tercih etmektedir. Açık ve net haberler, daha çok televizyonların işine yaramaktadır. Medyanın bu eğilimi, adayların medya üzerindeki kontroülünü zayıflatmaktadır.

Bu durumda gazeteciler adayları kaçamak yollara başvurmakla suçlarken, adaylar da gazetecileri söylediklerini yazmamakla suçlamaktadır. Her iki açıdan bakıldığında, iki tarafın da haklı olduğu görülür.

Adayın yönlendirmeye çalışması, gazetecinin de kişisel ve örgütsel amaçları öğrenmeye çalışması karşılıklı yarar noktasında birleşir. Aday ve gazeteci arasındaki ilişki, kamu için bilgi alışverişidir. Bu alışverişte, adaylar basına ulaşabilme ayrıcalığına sahiptir ama, söyledikleri gazetecilerin onayından geçebilmelidir.

Adayların basın danışmanları, çoğunlukla daha önceden gazetecilik yapmış kişilerdir. Gazetecilere, toplantıların, konuşmaların, yani haber konusunun baskıya ya da haber bültenlerine zamanında iletilmesini ayarlamakta, gazeteciye haberini ve yazısını yazması için zaman bırakmaya çalışmaktadır. Daktilo, bilgisayar, telefon ve faks gibi teknik hizmetler sağlamaktadır. Yiyecek, ulaşım gibi imkanları gerçekleştirmekte, basın bildirileri ve bilgi notları yazar ve özel röportajlar ayarlamaktadır.

Medya danışmanları, kampanyanın daha başında medyadaki elit gazetecilerle ilişki kurmanın önemini bilmektedir. Çünkü, yazılı ve görsel basında iyi bir yer almak çok önemlidir.

Gazeteciler de kendi gündemlerini kendilerini yapmaktadır. Adaylara, birbirlerinin çelişkileri hakkında sorular sormayı tercih etmektedirler. Kampanyanın uzun sürmesi, gazetecilere gündem belirlemede zorluklar çıkarabilmektedir.

Taktik ve stratejilerde medya odak noktası haline gelirken, birçok aday stratejik ustalıklarını gösterecek aktiviteler içinde yer almaktadır. Adaylar stratejilerini gazetecilerle tartışabilmektedir. Kampanya danışmanları ve kamuoyu araştırmacıları ise, son bulguları açıklamak için gazetecilerle görüşmektedir.

Günlük kampanya haberlerine duyulan ihtiyaç, gazetecilerin, stratejileri ve taktikleri izlemesinin de ötesine geçmesine neden olmakta, haber "yaratmak" zorunda kalmaktadır. Her şeyi yazdıktan sonra gazeteci, adayın hataları üzerinde yoğunlaşmaktadır. Hatalar ve gaflar gazeteci için olduğu kadar, onun müşterisi kamuoyu için de ilginçtir.

Teorik olarak açık oturum gibi tartışmalar, kampanya rutinindeki kusurları örtme imkanı vermektedir. Burada, arzulanan politik konular ve ideolojik konular anlatılabilir. Yine teoride tartışmalar, kamuoyuna adayların sorulan sorulara anında cevap verebilme yeteneğini görme imkanı vermektedir.

Gerçekte adaylar ve danışmanları, bu konuda uzun süre çalışırlar. Gelebilecek soruları ve verilebilecek uygun cevapları tahmin edip araştırırlar. Tartışmalar yaklaştıkça, kimin kazanacağı, hangi adayın daha iyi performans göstereceği ve tartışmanın seçimi nasıl etkileyeceği konuları önem kazanmaktadır.

Tartışma bitince, haberler kimin kazanacağı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunun için, yıldızlama gibi çeşitli değerlendirme yöntemleri uygulanır. Kamuoyunu araştırmaları yapılır, uzmanlara sorular sorulur, yorumcular yazılar yazar.

Adayların davranışları ve görünüşleri, hitabetleri tartışılan konular kadar önem taşımaktadır. Ve bu noktada televizyon, yazılı basınını önüne bir kez daha geçmiştir olur.

Bazı yerel seçimler, ulusal seçimler kadar önem taşımaktadır. Yerel düzeyde medya da önem kazanmaktadır. Özellikle yeni adaylar konusundaki bilgiler, medya aracılığı ile elde edilebilmektedir.

Başlangıçta medyanın etkisi, seçmenin aday hakkındaki bilgisiyle ilişkiliyse de yerel ve ulusal çaptaki seçimler konusunda genellemeye gitmek zordur. Bazı yerel yöneticiler ya da adaylar, Zülfü Livaneli, Bedrettin Dalan gibi, ulusal çapta da tanınmış kişiler olabilir.

Medyanın gücü, siyasal partilerin gücünün azaldığı oranda artarken, medyanın siyasal partilerin gücünün azalmasında rol oynadığı da görülmektedir. Medyanın, özellikle televizyonun, Bedrettin Dalan'ın İstanbul Anakent Belediye Başkanlığı adaylığında olduğu gibi, aday-merkezli kampanyalar üzerinde yoğunlaşması, partileri ikinci plana atmaktadır.

Ancak yine de bu kampanyaların, seçmenleri ne kadar etkilediği pek belli değildir. Seçmen eğilimlerinin, en azından ulusal düzeyde kampanyalarla, değişmediği kabul görmektedir.

Gazete haberleri ve yazıları uzundur ve okunup seçmen tarafından istediği gibi sindirilebilir. Televizyon haberleri ise kısadır ve akışı, yönetmenler istedikleri gibi ayarlamaktadır. Televizyon seyredilebilir, ancak bu sırada başka işlerle de uğraşılabilir. Televizyon, mesajın ulaşabilmesi için tam dikkati gerektirmektedir. Okumak, daha kişisel bir eylemdir.

Ancak, algılamanın medyanın etkisini ölçmede, tek yöntem olduğunu söylemek doğru olmaz. Adayların değerlendirilmesinde, medyanın kampanya haberlerini artırmasıyla, kamuoyu daha da etkilenebilir. Kurnazca hazırlanmış bir medya programı, kamuoyunu rahatça etkileyebilir. Bu arada, kampanya haberleri dışındaki haberler de politikacıyı değerlendirmede yararlı olabilmektedir. Bir dış kriz gibi konularda, atılan adımlarla ilgili haberler, adayın değerlendirilmesinde etki yapmaktadır.

Televizyonlar tartışma ve açık oturumlarda ön plana geçmektedir. Özellikle canlı yayınlar, kurgulanması güç olduğu için seçmen üzerinde önemli etki bırakabilir. Yine de bu tür yayınlar, bir kez gerçekleşeceği için seçmen sürekli bilgi peşinde olabilir. Üstelik siyasal açıdan yoğun seçmenlere, bu tür yayınlardan fazla bir katkıda bulunmaz, çünkü seçmen konuya vakıftır. Orta ilgidaki seçmenler, ilgisiz seçmenden daha çok bilgilenir.

Seçmenin, açık oturumun galibinin kim olduğu konusundaki görüşü medyadan alınan bilgiye büyük çapta bağlıdır. Yorumcular bu konudaki kesin yargılara varırsa seçmenin yargısı da o oranda kesin olur.

Böyle bir önemli açık oturum, 1983 yılında genel seçimler öncesinde TRT televizyonunda gerçekleştirildi. Üç lider, ANAP Genel Başkanı Turgut Özal, MDP Genel Başkanı Turgut Sunalp ve Halkçı Parti Genel Başkanı Necdet Calp'ın katıldığı bu açık oturumdan sonra, yapılan "Açık oturum, karar vermenize ve oyunuzu belirlemenize yardımcı oldu mu?" sorulu ankete, yüzde 57.3 evet, yüzde 42.7 oranında hayır cevabı verildi.³²

27 Mart 1987 genel yerel seçimler öncesinde de, yine TRT televizyonunda ANAP Genel Başkanı ve Başbakan Turgut Özal, SHP Genel Başkanı Erdal İnönü ve DYP Genel Başkanı Süleyman Demirel katıldı. Bu açık oturumdan sonra "Şimdi seçim olsaydı, kime oy verirdiniz?" sorulu ankette, SHP yüzde 40 ile birinci, ANAP yüzde 28 ile ikinci, DYP de yüzde 19.6 ile üçüncü oldu.³³

Daha önce sözünü ettiğimiz basın toplantıları, açıklamalar da kampanya boyunca çeşitli aşamalarda sürdürülmektedir.

³²Emir Turan, *Medyanın Siyasal Hayata Etkileri*, s. 392.

³³s.g.e., s. 447.

F) KAMUOYU ARAŞTIRMALARI

Kamuoyu araştırmaları, sürekli değişim halinde olan bir ortamın yalnızca bir anındaki görünümünü yansıtmaktadır. Kamuoyu araştırmalarının periyodik olarak yapılmasının nedenlerinden biri de, saptanan değişimlerin bir süreç oluşumu içinde değerlendirmeye alınabilmesi içindir. Kamuoyu araştırmalarından asıl beklenmesi gereken işlev toplumda, yönetilenlerle yönetenler arasında iletişim sağlanması, taleplerin aşağıdan yukarıya iletilmesinde aracılık etmesidir. Politikacı-medya ilişkisi günümüzde halk, kamuoyu araştırmaları, medya ve politikacılar arasında bağıntılı bir ilişkiye dönüşmüştür.³⁴

Seçimlerden önce yapılan kamuoyu araştırmaları seçmenler, adaylar ve parti yandaşları üzerinde olumlu ya da olumsuz etki yaratabilir. Bir görüşe göre, bir adayın güçlü olduğunu ve çok oy alabileceğini ortaya koyan araştırmalar seçmenleri etkileyerek bu adaya oy verilmesine yönlendirebilir. Tam tersi de söz konusudur. Bir adayın güçsüz gösterilmesi, o adaya verilebilecek oyları başkasına kaydırabilir.

Türkiye'de ilk kamuoyu yoklaması, 1975'teki ara seçim nedeniyle Milliyet gazetesi tarafından Ankara'da Siyasal Bilgiler Fakültesi öğretim üyeleri Nermin Abadan Unat, Ahmet Taner Kışlalı, Doğu Ergil ve Türker Alkan'a yaptırıldı.³⁵

Seçmenlerin eğilimini saptamak için yaptırılan kamuoyu yoklamasına, toplumun güven duymasının başlangıcı olarak, 1983 seçimleri gösterilmektedir. PİAR adlı kamuoyu araştırma şirketinin sahibi ve yöneticisi Bülent Tanla, şunları söylemektedir³⁶:

"1983 seçimlerinde bütün Türkiye, hatta dünya MDP'nin (Milliyetçi Demokrasi Partisi) birinci olmasını bekliyordu. İşte o sırada Türk

³⁴ Nesrin Dalkıran, *Siyasal Reklamcılık ve Basının Rolü*, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1995, s. 61.

³⁵ Hüfzî Topaz, a.g.e., s. 218.

³⁶ a.g.e., s. 217.

toplumunda bir kuruluş çıktı, 'birinci parti Anavatan Partisi'dir, ikinci parti Halkçı Parti'dir, üçüncü parti de Milliyetçi Demokrasi Partisi'dir' dedi. Sonuçlar da öyle çıktığı için kamuoyu yoklamalarına karşı olağanüstü bir ilgi ve güven doğdu."

Kamuoyu yoklamalarına güven duyulması, siyasi partileri, adayları ve onların kampanyalarını düzenleyen reklam ajansı gibi kuruluşların kamuoyu yoklamalarını yakından takip etmesine yol açmaktadır. Yorum Ajans yöneticisi Mehmet Ural, bunu şöyle açıklamaktadır³⁷:

"...bizi özellikle ilgilendiren, tahminlerden daha çok, trent varsa, o trentin hangi yönde geliştiğini görmek. Yani, seçmen siyasal tercihini hangi partilerden yana koyuyor, oyları nereye doğru gidiyor? Bu çok önemli. Şayet kamuoyundaki trent sizin aleyhinize ise çok ciddi bir şey. Hele kampanyanın başında, gerçekten ziller çalıyor demektir. Ama, kampanyanın sonlarına yaklaştığınızda trenti hâlâ yukarı çevirememişseniz, o zaman sirenler çalıyor demektir... Bunun çok ilginç bir örneğini son referandum kampanyasında yaşadık. 'Hayır'lar hızla yükseliyordu. ANAP'ın yürütmüş olduğu kampanya bu trenti değiştirmede. Yani, 'evet'lerdeki yükselme çok az oldu... İşte o anda trenti değiştirmek için elinizde bir bomba varsa mutlaka patlatmanız gerekir. Sayın (Turgut) Özal bunu yaptı, son haftaya trenti kendi lehine değiştirerek girmiş oldu."

Kamuoyu yoklamalarının etkileri hakkında, Konda'nın yöneticisi Tarhan Erdem'in de şu saptamaları ile karşılaşmaktadır³⁸: "Kamuoyu araştırmaları seçmenleri fevkalade ölçüde etkilemektedir. Bu etki iki biçimde ortaya çıkıyor. Birincisi, seçmen oy vermek istediği partiye güvenerek ya da iktidarda kalacak ya da muhalefette kalacak diye oy veriyor. İkincisi eğer araştırma iktidar partisinin lehine ya da aleyhine çıkıyorsa seçmenleri iktidara yöneltiyor. Kamuoyu araştırmalarının asıl önemli tarafı seçmenleri iktidara çekmesidir."

Ancak zaman zaman, bu konuda yanılgıya da düşülmektedir: "Tansu Çiller'e PİAR- GALLUP Başkanı Bülent Tanla her pazartesi olduğu gibi, dün de

³⁷ a.g.e.

³⁸ a.g.e.

bir araştırma dosyası sundu. Bu kez Bedrettin Dalan için kamuoyunun nabzını tutmuştu. Dalan'ın kamuoyunda popülaritesi yüzde 40'ın üzerinde. DYP'ye taşıyacağı oy oranı yüzde 10'un üzerinde görülüyor."³⁹

Politikacıların ise, kamuoyu araştırmalarına yaklaşımı farklılıklar göstermektedir. MDP lideri Turgut Sunalp, kamuoyu araştırmalarına olumsuz yaklaşanlardandır. Sunalp şu benzetmeyi yapmaktadır: "PIAR, SIAR, Hıyar."⁴⁰ Bunda elbette, ANAP lideri Turgut Özal, Halkçı Parti lideri Necdet Calp'le televizyonda çıktığı açık oturumdan sonra yapılan kamuoyu yoklamalarının Özal'ın önde gittiğini göstermesi de⁴¹ etkilidir.

Kamuoyu araştırma şirketlerinin, verilerle oynayarak müşterilerinin lehine sonuçlar çıkartma teklifleri götördükleri de görülmektedir. Bu konuda Adana'nın ANAP'lı Anakent Belediye Başkan Adayı Aytaç Durak'ın yaptığı açıklama gazete haberinde şöyle yer almaktadır:

"Adana'nın ANAP'lı Anakent Belediye Başkan adayı Aytaç Durak, Milliyet gazetesi için bölge bölge seçim araştırması yapan SONAR Araştırma Şirketi'nin kendisinden rüşvet istediğini iddia etti. Durak, Adana'da SHP'nin yüzde 31.4 oy oranıyla birinci parti ilan edildiği yerel seçim araştırmasının Milliyet gazetesinde yayımından önce, SONAR adına kendisiyle görüşen Rasim Aydın'ın, Adana'da ANAP'ın birinci parti olduğunu, SHP'nin ise yüzde 13 dolayında görüldüğünü söylediğini belirtti. Durak şöyle devam etti: Bana araştırmanın daha etkili şekilde yayınlanması için maddi ve manevi fedakarlıklarda bulunmak gerektiğini, bunun profesyonellik olduğunu söyledi... Durak, 'Görüştiğim SONAR yöneticileri Rasim Aydın'ın işten çıkarıldığını söylediler.. Demek ki bu genç bir çok yerde benzer şeyler yapmış ki, SONAR işine son vermiş' dedi"⁴²

1993 belediye seçimlerini kaybeden DYP İstanbul Anakent Belediye Başkan adayı Bedrettin Dalan da, benzer bir suçlamada bulunmaktadır: "Bu anketleri boşverin. Türkiye'de bu işin suyu çıktı. Ben istesem yüzde 60'a çıkartırım

³⁹Güneri Cıvaoglu, "Dalan'ın pusu", *Sabah*, 21 Aralık 1993, s. 33.

⁴⁰Sadun Tanju, *Çetin Emek*, s. 133.

⁴¹Emir Turan, *a.g.e.*, s. 392.

⁴²"Durak: Sonar rüşvet istedi", *Sabah*, 31 Aralık 1993, s. 35.

bu rakamı. Satın alırım şirketi. Bu kadar basit. Bastırırım parayı. Ama gerek yok. 1989 yılında, yüzde 65 ile ben kazanıyor görünüyordum. Kendi paramla, kendime pembe mektup yazdırdım. Dersimi aldım, toplum da dersini alsın. Bunlar kamuoyu araştırması olmaktan çıktı."⁴³

Kamuoyu yoklaması yapan şirketler görüldüğü gibi partilerin amaçlarını değilse bile, politika ve hedeflerini etkilemektedir. Yoklamalar, aynı zamanda medya üzerinde de etkili olmaktadır.

20 Ekim 1991 Genel Seçimleri öncesi, Gallup ile işbirliği yapan Sabah gazetesi partilerin oy yüzdeleri ile ilgili olarak şu tahminde bulundu: ANAP 23.2, DYP 27.9, SHP 22.3, RP (MHP ile işbirliği yaptı) 14.1, DSP 11.2, SP 0.5.⁴⁴

Zet-Medya ile çalışan Hürriyet gazetesinin partilerin oy oranları hakkındaki tahmini de şöyle açıklandı: ANAP 20.6, RP 12.8, Bağımsız 1.5, SP 1.1, DYP 26.7, DSP 12.3, SHP 25.⁴⁵

Konda ile işbirliği yapan Milliyet gazetesindeki tahminler de şu sonuçları gösterdi: DYP 27.4, RP 11.7, DSP 10.6, SP ve bağımsızlar 0.6, SHP 26.3, ANAP 23.4.⁴⁶

Seçim sonuçları ise şöyleydi: DYP 27.27, ANAP 23.97, SHP 20.78, RP 16.70, DSP 10.73 ve SP 0.45.

G) SİYASAL REKLAMCILIK

Reklamın, üretici ve tüketici arasındaki en kısa yol olduğu belirtilmektedir. Reklam sözcüğü, pazarlama sözcüğü gibi tek başına kullanıldığında hemen her zaman ticari pazarlama veya reklam anlamındadır. Siyasal pazarlama ya da reklam "Bir adayın potansiyel seçmenlerine uygunluğunu sağlamak, adayı en yüksek

⁴³Şule Çizmeçi, a.g.e.

⁴⁴Gallup'a göre son durum", *Sabah*, 19 Ekim 1991, s. 1.

⁴⁵"Kim, kaç milletvekili", *Hürriyet*, 18 Ekim 1991, s. 1.

⁴⁶"DYP birinci", *Milliyet*, 18 Ekim 1991, s. 1.

sayıdaki seçmen kitlesinin ve bu kitledeki her bir seçmenin tanınmasını sağlamak, rakiplerle ve mahalefetle farkını yaratmak ve minimum araçlarla, bir kampanyayı kazanmak için gerekli olan oy sayısını elde etmek için kullanılan tekniklerin tümü" olarak tanımlanabilmektedir.⁴⁷

Politikacılar, imaj oluşturma sürecinde çağdaş araçlardan da yararlanma yolunu seçmektedir. Bu araçlardan biri de reklamdır. Reklam tekniklerinin ilk kez siyasette kullanılması, Amerika'da bazı politikacılar tarafından gerçekleştirildi.⁴⁸

Türkiye'de, reklam ajanslarının seçim kampanyalarına katılması 1977'de oldu. Cenajans, Adalet Partisi adına ilk siyasal gazete reklamlarını düzenledi. Söz konusu kampanya sırasında, gazete ve dergi reklamlarının yanısıra, 20 bin ses kaseti ve 5 milyon el ilanı dağıtıldı, duvarlar mor afişlerle donatıldı. Önce boş olarak asılan mor afişlerle dikkat çekildi, daha sonra bunların üzerine sırasıyla A ve P harfleri konularak AP afişi hazırlandı.⁴⁹ Ajans, seçim kampanyası boyunca 20 milyon liralık harcama yaptı.⁵⁰ Reklam ajansı yöneticileri, 20-25 gün boyunca parti yöneticileriyle birlikte çalıştı. Cenajans'a daha sonraki dönemde CHP'den teklif geldi. Ancak bu çalışma gerçekleşmedi.

Reklam ajansının siyasi görüşünün, kampanyasını yürüteceği partinin siyasi görüşü arasında uçurum olmaması gerekmektedir. Bu konu hakkında Cenajans Yönetim Kurulu Başkanı Tuncer Gürsel şunları söylemektedir⁵¹:

"Demokratik bir düzen içinde yaşamaya alışmış bir reklam ajansı görevlisinin, kalkıp da totaliter bir rejimi getirecek bir siyasal partinin kampanyasına hizmet etmesi düşünülemez. Böyle bir hizmeti de kimse istemez. Dört parti vardır, biri tam benim görüşlerini kabul etmeyeceğim partidir. Üçü ise yakınım olan partilerdir. Ben bunların üçüne de farklı zamanlarda hizmet ederim."

⁴⁷ Nesrin Dalkıran, a.g.e., s. 63.

⁴⁸ a.g.e., s. 33.

⁴⁹ Hıfzı Topuz, a.g.e., s. 15.

⁵⁰ Nurdan Erkeşay, *Kitle iletişim araçlarının seçimlere etkileri*, Yüksek Lisans tezi, İÜ Basın Yayın Yüksek Okulu, 1982.

⁵¹ Ayşe İsmail, *Seçim kampanyalarında ajans-parti işbirliği*, İÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1991-92.

ANAP İstanbul Belediye Başkan adayı İlhan Kesici'nin kampanyasını yürüten Toplam İletişim AŞ'nin sahibi Bülent Korman da "ANAP'lı değilim ama, ANAP'ın kampanyasını yaparken, ona yakınlık duymak ve anlamak durumundayım" demektedir.⁵²

1983 seçimlerinde MDP, önce Cenajans'la çalıştı. Ancak çalışma, parti yöneticilerinin kampanyaya aşırı müdahalesi nedeniyle, 1.5 ayda bitti. En önemli anlaşmazlıklardan biri partinin amblemi olarak seçilen horoz üzerinde oldu. Bu 1.5 aylık çalışma, MDP'ye 88 milyon liraya mal oldu. MDP daha sonra da Ajans Ada ile çalıştı.⁵³

Aynı seçimler için, ANAP'ın ajansı Manajans oldu. ANAP, bütün çalışmayı ajansa bıraktı. Parti ile ajans arasındaki ilişki, Manajans'ın yöneticilerinden Selim Egeli'nin parti kuruculuğuna çağrılmasıyla başladı. Manajans, seçimler için yeni teknoloji olan video kasetleri geniş ölçüde kullanan ilk ajans oldu. Manajans, kampanyadan 104 milyon 300 milyon lira kazandı. ANAP'ın hem referandum hem de genel seçim kampanyasını Cenajans yürüttü.

1987 seçimlerinde gazete ilanlarına yüklenen Turgut Özal liderliğindeki ANAP, oyların başka partilere yönelmemesi için siyasi şantajı başvurdu: "Gazetelere tam sayfa ilanlar verdirmiş, bu ilanlarda muhalefet partilerinden seçilecek yerel yöneticileri, koltuğunda eli kolu bağlı, iş yapamaz insanlar olarak göstermiştir."⁵⁴

1987 seçimlerinde Sosyaldemokrat Halkçı Parti, Yorum Ajans'la çalıştı. Ajans, limonlu bir kampanya yaparak "Beş yıl daha limon gibi sıkılmaya hayır" sloganını oluşturdu. Gençlere ve kadınlara yönelindi. Partinin flu görüntüsü, netleştirilmeye çalışıldı. Yorum Ajans, basın kampanyaları için ayrılan 700 milyon liranın bir kısmını alabildi.

⁵² Nuriye Akman, "Korman, politikacı değil propagandacı", *Sabah*, 30 Ocak 1994, s. 25.

⁵³ Hıfzı Topuz, a.g.e., s. 20.

⁵⁴ Hasan Cemal, a.g.e., s. 323.

Yorum Ajans 25 Eylül 1988 referandumunda da SHP ile birlikte çalıştı. Ana mesaj, ANAP lideri ve Başbakan Turgut Özal üzerine kuruldu. Özal, bir balona benzetildi ve "Bırakın bu balonu gitsin" sloganı kullanıldı. Ajans bu kampanya sırasında, gazetelere 400 milyon lira reklam ücreti ödedi.

Yorum Ajans'ın diğer çalışması 26 Mart 1989 yerel seçimlerinde oldu. Göze çarpan slogan "26 Mart'ta yolsuzluğu, rüşveti, talanı ve ANAP'ı gelin süpürelim" oldu. Limonun yerini süpürge aldı. Diğerlerinde olduğu gibi, bu kampanyada da 3-4 kişilik ekiple götürdü ve 26 Mart kampanyası için basın reklamlarına 400 milyon lira harcadı.⁵⁵

1987 seçimlerinde, ANAP tarafından Seçim Yasası'nda yapılan değişiklikle paralı propaganda yolu açıldı. 19 Şubat 1987 tarihinde Meclis'te kabul edilen yasa, 4 Mart tarihinde Resmi Gazete'de yayınlandı. Buna göre, seçime katılan partiler toplam 45 dakikayı geçmemek üzere paralı propaganda yapabilecek, bedeller TRT tarafından saptanacaktı. Ancak Cumhurbaşkanı Kenan Evren, daha önce veto ettiği yasaı Anayasa Mahkemesi'ne götürdü. Özal, konu Anayasa Mahkemesi'nde görüşülürken, paralı propagandadan vazgeçerek partilere aynı koşulların parasız verilmesi olanağını sağladı. Buna göre, ANAP'a 50, SHP'ye 40, DYP'ye 30, diğer partilere de 20'şer dakika görüntülü program yapabilme imkanı verildi.⁵⁶

1991 seçimleri, seçim kampanyalarında yabancı reklamcılarının da devreye girdiği seçim oldu. Türkiye'de "Anneme reklamcı olduğumu söylemeyin, o beni bir genelevde piyanist sanıyor"⁵⁷ adlı kitabıyla tanınan Fransız reklamcı ve RSCG reklam şirketinin sahibi Jacques Seguela, önce DYP ile kısa bir temas yaptı. Seguela, daha sonra ENA İletişim şirketi aracılığıyla ANAP'la ilişkiye geçti.

⁵⁵ Hıfzı Topuz, a.g.e., s. 43.

⁵⁶ Emir Turan, a.g.e., s. 429.

⁵⁷ Jacques Seguela, *Anneme Reklamcı Olduğuma Söylemeyin*, 4. B., İstanbul, Afa Yayıncılık, 1988.

Bu durum, yerli reklamcıların büyük tepkisini çekti. Tepki gösteren reklamcılar, "seçimlerin son derece yerel, sosyo-psikolojik ve ulusal karakterler taşıyan bir olay olduğunu, bölgeler arası farklılıkların, seçmenlerin ruh halinin ancak bu ülkede yaşayan iletişimci ve reklamcılar tarafından algılanabileceğini, Türkiye'de hiçbir reklamcılık ve pazarlama deneyimi olmayan bir yabancı firmanın böyle bir kampanyayı yapamayacağını" belirttiler.

Cenajans Yönetim Kurulu Başkanı Nail Keçili görüşlerini şöyle açıkladı⁵⁸:

"Türk reklam ajanslarının, bu tür işleri layıkıyla yapabilecek olabilenleri, zaten uluslararası dev reklam ajansları ile resmen ortaklıklar. Tecrübeleri, hem toplumumuzu yakından tanımak, hem uluslararası bilgi ve tecrübeleri ile tamdır. Uluslararası taraflar bugüne dek, belki yüzlerce siyasi operasyona imza atmış teşekküllerdir... Kısacası Türkiye'de bu işi yapacak tam hizmet ajansları tabii vardır. Türkiye'de Türkiye'nin tanıtımını yapacak ajanslar da tabii vardır. İcraatları ile kendilerini ispat etmişlerdir."

Tepkiler, siyasilerden de geldi. Bu tepkilerde özellikle, Seguela'nın Türkiye'nin de tanıtımını yapacağı, ANAP'ın tanıtımını yapmasına karşılık bunun bir rüşvet gibi kendisine verileceği iddiaları ortaya atıldı. DYP Genel Başkanı Süleyman Demirel, "Aynı Seguela, devlete ait fonları kullanarak Türkiye'nin tanıtımını da yapacaktı. Bugünkü Çankaya ve iktidar, TRT ve Star 1'den sonra Seguela gibi bir uzmanı tutmuşsa, bunun parasını 'Türkiye'nin tanıtma hizmetini yapıyorum' diye devlete ödetiyorsa, burnundan getiririz. Bu kadar açık yolsuzluk olmaz canım" dedi. Dağılan DMP'nin Genel Başkanı Bedrettin Dalan da aynı konuda, "Ulufe dağıtır gibi devletin parasını harcıyorlar... Bu iş devletin parasıyla yapılırsa, daha büyük ayıp olur" diye konuştu.⁵⁹

Seguela'nın kampanya için 3.5 milyar lira istediği, ANAP'ın ise 1 milyar lira verebileceği açıklanırken, ANAP-Seguela anlaşması gerçekleşti. Seguela'nın,

⁵⁸ Hıfzı Topuz, a.g.e., s. 46.

⁵⁹ a.g.e., s. 47.

Başbakan Mesut Yılmaz ile birlikte katıldığı basın toplantısında seçim kampanyasının ana hatları açıklandı.

Seguela'nın seçim kampanyası afişlere ve TV filmlerine dayandı. Afişlerde, vurgulayıcı olarak "Mesut Yılmaz" ismi ile "Çünkü daha yapacak çok iş var" sloganı kullanıldı. 10 ila 20 saniyelik hazırlanan ve Mesut Yılmaz'ı Bush, Perez de Cuellar, James Baker, George Shultz gibi yabancı siyasilerle gösteren reklam filmleri, Star 1 televizyonunda gösterildi.⁶⁰

Mesut Yılmaz'a göre, "Dört siyasetçi arkadaşımızla, Adnan Kahveci, Hüsnü Doğan, Işın Çelebi ve Mehmet Keçeciler'le çalışmayı başlattık. Onlara bazı adaylar ve dışarıdan bize sempati besleyen arkadaşlarımız katıldı, 12 kişilik bir çalışma grubu kurduk. Onlar gece gündüz çalışarak öncelikli hedeflerini belirlediler. Bu çalışmaları kendilerine ilettik. Bizim verdiğimiz mesajlar onların hazırladığı plan çerçevesinde son şeklini aldı. Yani, mesajları, sloganları biz hazırladık. Seguela, bize sadece bunların iletişimi konusunda danışmanlık yaptı."⁶¹

SHP'nin kampanyasını da Yorum Ajans üstlendi. Kampanyada, hayat pahalılığı, insan hakları, toplumun ve devletin yeniden yapılanması, sağlık, eğitim, gençlik ve işsizlik sorunlarına ağırlık verildi. SHP'li belediyelerin başarısızlıklarının, seçmeni etkilemesinden endişe edildi. Afişlerde, SHP lideri Erdal İnönü'nün fotoğraflarına ağırlık verildi. SHP ayrıca, Mega 10 adlı özel televizyon kanalını da propaganda için kullandı.⁶²

DYP'nin kampanyasını AX Ajans üstlendi. Demirel, gazete ilanlarına yeni imajı ve spor kıyafetli fotoğrafları ile yer aldı. DSP'nin seçim kampanyasını da Cenajans-Grey yaptı.⁶³

1991 seçimleriyle ilgili olarak Güneri Cıvaoğlu şöyle demektedir: "Dünya 'medya demokrasisi' dönemini yaşıyor. Siyaset pazarlamacıları denilen cilalı imaj

⁶⁰ Hıfzı Topuz, a.g.e., s. 49.

⁶¹ a.g.e., s. 49.

⁶² a.g.e., s. 50.

⁶³ a.g.e., s. 51-52.

yaratıcılar çok önemli. Kitleleri televizyonlarda, radyolarda, gazetelerde ve afişlerde yarattıkları cilalanmış aday imajlarıyla elektriklendiren usta ellere ihtiyaç var."⁶¹

DYP, ANAP ve SHP'nin genellikle lider imajı üzerine kurduğu 1991 Genel Seçimleri'ni ve kampanyaların sonuçlarını yorumlayan, DYP kampanyasını yürüten, AX Ajans'ın yöneticisi Zafer Ataylan şunları söylemektedir⁶²:

"İlk kez bu yıl 5 parti birden reklam ajanslarıyla çalıştılar. Bütün partiler reklam ajansları ile çalışma konusunda sürekliliğe inandılar. Reklam ajansları olumlu gelişmeler göstermişlerdir... Amacımız, DYP yeni bir parti demeden, DYP'nin yenileşmiş bir parti olduğu seçmenin beynine yerleşti. Bir kısım SHP'liler de DYP'ye oy verdiler... Bizim özellikle SHP'lilerden oy alma hedefimiz gerçekleşti. Basın kampanyamız, sosyal demokrat içeriği ortaya çıkartan, dizaynı ve renkleriyle modern bir kampanyaydı."

ANAP kampanyasını, Seguela ile işbirliği yaparak yürüten ENA İletişim yöneticisi Erol Özkoray da şu görüşleri ileri sürmektedir⁶³:

"Bizlerin işlevi, siyasi parti ve liderlerin kamuoyuna verecekleri imajı bulup çıkarmak ve bu mesajın kitleler tarafından daha kolay algılanabilmesini sağlamaktır. Bütün bunları yaparken de tüm kampanyayı bir strateji üzerine inşa etmektir. Bu çerçevede içinde bakıldığında, gerçek anlamda bir stratejinin olduğu kampanyayı Mesut Yılmaz'ın kampanyası olarak görüyoruz... ANAP yıpranmış bir partiydi... Bütün bunların yanı sıra ortada temiz lider vasıflarını taşıyan, gençliği ile geleceği temsil eden bir Mesut Yılmaz vardı... Kendisinin genel başkan seçilmesiyle birlikte oy oranı yüzde 17'ye çıktı. Biz kampanyaya başladığımız sırada yaklaşık 3 puanlık bir sıçrama oldu. Zaten reklam kampanyalarının amacı bu ivmeyi kazandırmaktır. Kazandıktan sonra lider o dalgayı yakalar ve örgütüyle birlikte seçimi alır."

Refah Partisi'nin reklam kampanyasını yürüten An Ajans yöneticisi Selim Kutsan tüm kampanyaları başarılı bulduğunu belirtirken "Eski dönemlerde siyasi reklamların çoğunda limon gibi sıkılmayın, hapı yutmayın gibi çalışmalar vardı. Biz kampanya stratejimizi bu çizgiye dahil etmedik. Türkiye'de esprili kampanya geleneğini kırdık. Özellikle Refah Partisi bunu kırdı. Seçmenin beklentilerini

⁶¹ Güneri Cıvaoglu, "Şehir ve adamlar", *Sabah*, 23 Aralık 1993, s.35.

⁶² Serpil Gündüz, "Renkli ve başarılı olduk", *Cumhuriyet*, 25 Ekim 1991, s. 16.

⁶³ a.g.e.

saptayıp sınıflandırdık. Seçmen kitlesini alt gruplara ayırdık. Lider imajı yerine mesaj içeriğini öne çıkardık" demektedir.⁶⁷

C. Hakan Arslan, 20 Ekim 1991 seçimleriyle ilgili olarak, medya-siyaset ilişkileri hakkında bir siyasi analiz yapmaktadır. Konumuzla ilgisi bakımından söz konusu analizi özetleyerek veriyoruz⁶⁸:

"Medyanın seçmen oy tercihlerine etkisi Batı ülkelerinde yaklaşık olarak yüzde 7 ve daha üzerindedir. Türkiye'de bu oranın kabaca yüzde 3 yüzde 4 civarında olduğu söylenebilir.

20 Ekim Genel Seçimi'nde gerek siyasi reklamların yoğunluğu, gerek izlenirlik açısından Star-1 televizyonu propaganda etkinliklerinin stratejik merkezi olmuştur.

ANAP reklamları: Hem görsellik hem mesaj aktarımı açısından başarılı. Anlatım tekniği ile kurgusu, çarpıcı ve sürükleyici. Fonetik yönü son derece etkili, akılda kalıcı ve müzik ögesi nedeniyle bilinçdışını da harekete geçirdi. Üstelik aynı şarkının daha önce futbol tanıtımı amacıyla kullanılmış olması fazladan üstünlük sağlıyordu.

DYP reklamları: Görsel açıdan başarısız, mesaj aktarımı yetersiz anlatım. Tekniği ile kurgusu, amatörce ve süreklilik duygusunu bozar nitelikte. Fonetik yönü ya itici ya ilgi dağıtıcı. Müzikal senkronizasyon mesajı örtüp boğan nitelikte.

Ancak önemsiz görünümün bir hata nedeniyle, ANAP sonuca ulaşamamıştır. Bu düzlemde ANAP'ın başarılı kampanyasını etkisizleştiren öğe, Star-1 haber bültenlerindeki kamuoyu araştırması tahminleri olmuştur. Bu stratejik bir hatadır Çünkü kamuoyu araştırması tahminleri doğru ve gerçekçi olsa bile, diğer medya organlarında yayınlanan bütün tahminlerle çeliştiğinden doğru olarak okunması şansı yoktu.

1980 öncesine ilişkin mesajlar içeren reklamların kamuoyunda gördüğü tepki, öcü göstermeye gerek yoktu türünden basit bir nedene değil, daha derin bir motivasyona dayanmaktadır. 1980 öncesi durumun reklamlarda gösterilen doğruluğu izleyicinin hafızasında yer almaktadır. Bu izleyici kitlenin hiç değilse bilinç dışında kabul görmemiştir. Bu durum doğru ve

⁶⁷ a.g.e.

⁶⁸ C. Hakan Arslan, "Medya-siyaset ilişkisi için bir siyasi analiz örneği", *Türkiye Günlüğü*, Sayı: 24, Ocak 1993, s. 35.

etkileyici bir ögenin daha, stratejik bir hata nedeniyle heba edilmesi anlamına gelmektedir.

Tam bu sırada, basit sayılabilecek gerekçelerle yapılan bir hamle, sözü edilen hatayı geri dönülmezlik derecesine vardırmıştır. Bu hamle DYP'nin reklamlarını Star-1'den çekmesidir. Böylece DYP, aniden fazladan bir pozitif niteliği kendine katmayı başarmıştır.

Gazete reklamlarında, Star-1'deki durumun tersine, ANAP'ın ağırlık verdiği görsel mesajlar etkili olmamış, mesajlar televizyondaki vuruculuğunu koruyamamıştır. Oysa DYP, doğru bir taktikle ve genel eğilimleri gözeterek, zihinsel imajlara ağırlık vermiş, yazılı mesajları hafızaya işleyecek biçimde aktarmıştır. Yeşil kart, İnsan Hakları Bakanlığı, hızlı trenler, işsizlik sigortası, özgür üniversite, özerk TRT, sendikalara özgürlük, peşin vergiye son.

Bütün bu şartların, belki pek geniş sayılamayacak bir seçmen diliminin tercihlerini etkiliyor olması önemsiz görünebilir. Ancak Türkiye'nin 20 Ekim'deki siyasal dağılımında iktidar değişikliğini gerçekleştiren etkinin, yüzde 3.02'lik bir dilim, yani sadece 738 bin 5 seçmen olduğunu unutulmamalıdır. Aynı seçimde geçerli oy sayısının 24 milyon 416 bin 526 olduğu bir ülkede, medyanın ve diğer propaganda araçlarının etkili biçimde kullanılması, sadece seçimden seçime gözetilen dar bir hedef olmaktan çıkmıştır. Modern dünyada başarılı propaganda stratejilerinin temeli sürekli mesaj iletimidir."

H) HALKLA İLİŞKİLER ŞİRKETLERİ

Halkla ilişkiler, bir örgütün, toplumdaki kişiler ve gruplar ile etkileşim içine girerek, eylemlerini açıklamasını, toplumun desteğini kazanmasını ve onlardan gelebilecek tepkilerle yeni düzenlemelere gitmesini sağlayan yönetim işlevi olarak tanımlanmaktadır.⁶⁶

Seçim kampanyaları sırasında siyasi partiler, özellikle 27 Mart 1994 yerel seçimleriyle birlikte halkla ilişkiler şirketleriyle de ilişki kurup, beraber çalışma

⁶⁶Nesrin Dalkıran, a.g.e., s. 74.

yolunu seçti. İstanbul'da SHP adayı Zülfü Livaneli, Dalya Oskay, Ergun Gümrah, Ayçe Yücel ve Ünal Ersözlü gibi gazetecilerden oluşan bir grupla bu işlevi yürüttü. ANAP adayı İlhan Kesici'nin basın ve halkla ilişkilerini başında Deniz İnsel'in bulunduğu İnsel Tanıtım ekibi yaptı. MHP adayı Ahmet Vefik Alp'in arkasında ise Premier Halkla İlişkiler şirketi vardı.⁷⁰

Bazı tanınmış halkla ilişkiler şirketleri de, siyasal risk almamak için ön plana çıkmamış olan ikinci şirketleri ya da yeni kurdukları küçük şirketlerle, parti ve adayların basın ve halkla ilişkilerini üstlendiler. Böylece, hem politik açıdan damgalanmamayı hem de basın ve halkla ilişkilerini üstlendikleri adayın kaybetmesi halinde ana şirketin prestijinin kaybolmasını önlemeyi amaçladılar.

⁷⁰"İstanbul'u hangi ajans-aday kazıncak?", *Aktüel*, 17-23 Mart 1994, Sayı: 141, s.22-27.

*"Gazete,
ya devlete satılır
ya halka."
Sedat SİMAVİ*



BÖLÜM V

MEDYANIN MALİ YAPISI



Medya sektöründe, son yıllarda mülkiyet yapısı hızla değişmekte ve tekelleşme eğilimi güçlenmektedir. Ancak kârlılık açısından incelendiğinde, medya sektörünün, kârlı ve rasyonel işletmeler olduğunu söylemek güçtür. Yazılı basın, diğer sektörlerle karşılaştırıldığında daha az kârlı gözükmektedir. Televizyon kuruluşlarının ise zararda olduğu görülmekte ve bu zarar milyarlarca lira olarak rakkamlandırılmaktadır. Kamuoyundaki etkinlik ve politik güç, medya kuruluşu bazındaki kârı geri plana atabilmektedir.

A) MEDYANIN GELİR KAYNAKLARI

Medya ürünlerinin oluşturulabilmesi için emek, hammadde ve sermaye gerekmektedir¹. Ve ileri teknolojilerin entegre edilmesine ağırlık verilmesi nedeniyle, giderek sermaye gereksinimi artmaktadır. Sonuçta, medya kuruluşları bir üretimde bulunduğu ve ürününe bir alıcı bulması ve bu kazandığını yeniden üretime döndürmesi gerektiği için kâr amacı gütmesi gereken birer kuruluştur. Tabii, kamusal işlevini geri plana atmadan.

Çetin Emeç, bir yazısında Bu noktaya değinmektedir²: "Basın özgürlüğü elbette yeni müesseselerin kuruluşuna yeşil ışık yakar. Ben diyorum ki, günümüz koşullarında ancak dev sermayelerin göze alabileceği bir girişimdir bu. O sermayeler tertemiz olmalı, kaynağı mutlaka bilinmeli. Bugün bir gazeteyi giderek büyüyen bir ticari ve sinai kuruluş olarak görmek doğru da, okuyucuya haber vermek, onu yorumlarla bazı olaylara hazırlamak, başka bir iş; elbiseciden hasır şapka alıp başına geçirmek, bir çift pabuç alıp giymek yine başka bir iştir. Basın sanayileşmeli fakat sağlığını ve saygınlığını koruyarak. Sanayi basını hüviyetinden de kesinlikle uzak durarak."

Mustafa Sönmez, "Medya sektörü ekonomik bir faaliyet ise, piyasa kurallarına göre, kârlı olduğu sürece yatırım yapılmalı, diğer sektörlerle göre kârı düşükse, yatırım yapılmamalı. Kural bu olmak gerekirken bu kural medya sektöründe her zaman işlemez. Çünkü, medyanın, bu dala yatırım yapmış olana maddi kazancın dışında sunduğu bir getirisi daha vardır. O da kitlelere ulaşabilme, onlara istenen mesajı verebilme, bundan dolayı bir gücü paylaşma olanağıdır"³ demektedir.

¹Nadine Toussaint Desmoulin, *Medya Ekonomisi*, İletişim Yayınları, çev. Galip İstün, İstanbul, 1993

²Sadun Tanju, *Çetin Emeç*, s. 217.

³Mustafa Sönmez, "Medya: Amaç kâr mı, silah mı?", *Ekonomik Forum*, Yıl: 2, Sayı: 11, 15 Kasım 1995, s. 5.

Profesör Doktor Toktamış Ateş, medyanın mali yapısı hakkında şu görüşü savunmaktadır⁴:

"Kitle iletişim araçlarının sahipleri ve bunların ardındaki güçlerin, egemen güçle her zaman yakın ilişkileri olmuştur. Ve bunun olması doğaldır. Ancak hiçbir zaman bugünkü boyutlarına ulaşamamıştı. Bugün 'medya'yı 'para' yönlendirmektedir. Ne görüntülü basında, ne sesli basında ve ne de yazılı basında 'yönetici konumunda' hiçbir 'gazeteci' yoktur. Hepsisi 'işadamıdır' Ve medya da ticari bir işletmedir. İlişkilerin 'para temelinde' belirlendiği bir ticari işletme. Ve işin içine para girince, bir takım moral değerler geri plana düşmektedir"

Amerikalı yazar-düşünür Wright Mills, yönetici konumundakilerin çıkarlarının, yönettikleri servet ve sermayelerin gerçek sahiplerinin çıkarlarından ayrı ve farklı olmadığına işaret etmektedir⁵. Aşağıda, hisse senetleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören medya şirketlerinin yönetim kurulu üyeliklerine bakılınca, Mills'in bu yargısı daha da güçlenmektedir.

Türkiye Sanayici ve İş Adamları Derneği (TÜSİAD) üyesi de olan Sabah gazetesi Genel Yayın Müdürü Zafer Mutlu, bir açıklamasında şunları söylemektedir⁶:

"On veriyorsam, onbeş almak için varım. Kim bunun aksini söylüyorsa yalan. Ahlak, nizam, demokrasi palavra... Sabah gazetesi, para kazanmak için vardır. Sabah gazetesi, Türk halkını aydınlatmak için var değildir. Sabah amme menfaati yapmıyor, bu işi para kazanmak için yapıyor."

Gazeteler bazında, 1990-1994 yıllarına bakınca medyada kârlılığın diğer sektörlere göre hiç de parlak olmadığı görülmektedir. Kâr marjının eksi 14.8'e kadar gerilediği, gerilemenin özellikle 1994 yılında kendi gösterdiği anlaşılmaktadır (Tablo 1)⁷:

⁴ Toktamış Ateş, *Ne oldu bize?*, İstanbul, Çıkar Yayınları, 1994, s. 170.

⁵ Wright Mills, *İktidar Seçkinleri*, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1974, s. 160.

⁶ Neziha Demirkent, *Medya Medya*, s. 106.

⁷ "Basın ve Diğer Sektörlerde Kârlılık", *Ekonomik Forum*, s. 5.

Yıllar	Hürriyet net kâr Milyar TL	Kâr marjı %	Sabah net kâr Milyar TL	Kâr marjı %	Milliyet net kâr Milyar TL	Kâr marjı %	Gıda	Çimento	Kimya	Metal
1990	13.779	4.9	11.549	4.9	3.384	2.3	6.3	9.9	6.8	7.6
1991	34.471	6.5	19.069	3.4	8.719	7.8	6.1	9.9	3.8	1.6
1992	45.133	3.8	38.454	2.9	10.514	1.8	7.8	15.2	4.7	6.8
1993	102.541	3.8	161.198	5.6	331.595	13.9	9.0	21.5	6.2	7.2
1994	-149.040	-14.8	104.564	2.2	9.644	0.4	13.7	21.3	8.1	8.4

Tablo 1

Genel olarak, medyaların karşısına, yayın için iki temel finansman yöntemi çıkmaktadır. Bunlardan birincisi ticari işlemlerden kaynaklanmaktadır. İkincisi ise, çeşitli yerlerden gelen sübvansiyonlar ve devlet tarafından verilen teşvikler gibi ticari olmayan finansman yöntemidir.

Ticari gelirlerin birinci kalemini, satış gelirleri oluşturmaktadır. Satış gelirleri, medyanın etkisini ölçmesine ve üçüncü kişiler karşısında bağımsızlığını sağlamasına yaramaktadır⁸. Tabii ki, bu gelir yazılı medya için söz konusudur.

Ticari gelirlerin ikinci önemli kalemi de, ilan gelirleridir. İlan gelirleri, firmaların reklam bütçeleri gibi reklam kaynaklarının büyüklüğüne, reklamveren ile reklam ajanlarının seçimine ve sigara reklamı yasağı gibi yasalar gibi çeşitli etmenlere bağlıdır⁹. Bu gelir türü elbette görsel-sesli medya için birincil derecedeki gelir kaynağıdır.

Burada ilanın, başka işlerle de uğraşan medya patronları için, sahip oldukları medyanın kendi reklamlarını yapmaları, hem de istedikleri kadar yapmaları açısından yarar sağlamasının, medya patronu olma çekiciliğinde etkisi bulunduğunu da belirtmeden geçmeyelim.

1965-1989 yıllarını kapsayan bir araştırmaya göre, gazetelerin satış gelirlerinin payı, toplam gelirler içinde yüzde 60.13'ten yüzde 70.31'e yükseldi.

⁸Nadine Toussaint Desmoulin, *Medya Ekonomisi*, çev. Galip Üstün, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993, s. 80.

⁹a.g.e., s. 82.

Buna karşılık ilan ve reklam gelirlerinin payı, yüzde 38.96'dan yüzde 24.80'e geriledi¹⁰.

Medyanın diğer bir ticari geliri, bütçesinde az yer tutsa da hurda kağıtların satılması, kaynakçası bir yayın olan giysi, plak, kaset gibi ürünlerin işletilmesidir¹¹.

Medya için ticari olmayan finansman, devlet tarafından sağlanan teşvik ve kredilerden oluşmaktadır. Bu konu, aşağıda teşvik ve krediler bölümünde ayrıntılarıyla incelenmektedir. Yazılı medya için, kağıt yoluyla verilen subvansiyon söz konusu değildir. Buna karşılık subvansiyon, görsel medyada sponsorluk ismi altında dikkati çekmektedir.

Araştırmacı-gazeteci Güventürk Görgülü, Türkiye'de medyanın gelir kaynakları açısından sermaye gruplarına olan bağımlılığı yanında, doğrudan doğruya büyük sermaye gruplarının denetimi altına girmesi olgusunun, iki biçimde ortaya çıktığına işaret etmektedir¹²:

1) Var olan medya işletmelerinin, zaman içinde büyüyüp gelişerek basın grubu haline gelmesi. Bu süreç içinde de, basın dışı işlere girerek çok değişik alanlarda çıkar sahibi olmaları, böylece yayınlarını sürdürebilecek ve yeni yayın çıkartabilecek bir ekonomik güç haline gelmeleri.

2) Yayınını sürdüren gazetelerin artan maliyetlere ve ekonomik güçlüklerle dayanamayarak, basın piyasasına yeni giren sermaye gruplarına satılmaları. Basın işletmelerinin el değiştirmeleri.

Buna üçüncü bir biçimi eklemek gerekmektedir:

3) Sermaye gruplarının, kendilerinin yayın organı kurması ve bunu basın grubu haline getirmeleri.

¹⁰ Güventürk Görgülü, *Basında Ekonomik Bağımlılık*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991, s. 63.

¹¹ Nadine Toussaint Desmoulins, a.g.e., s. 86.

¹² Güventürk Görgülü, a.g.e., s. 36.

Böylece sermaye, hem kendi şirketlerinin ürünlerini pazarlayabilmek hem de öteki şirketlerin reklam harcamalarından pay alabilmek için hem de işlerinin yürütülebilmesinde iktidarlarla iyi ilişkiler kurabilmeyi sağladı.¹³

Turizmcilik, sigortacılık, tavukçuluk, pazarlamacılık şirketleri de bulunan Hürriyet Grubu, ilk maddeye örnek teşkil etmektedir.

Gazetelerin basın dışı alanlarda faaliyet gösteren sermaye gruplarına satılması konusundaki ilk önemli adım, 1970'li yılların sonunda yaşandı. Milliyet gazetesi, Aydın Doğan'a satıldı. Bu yerli sermaye grubunu, daha sonra yabancı bir sermaye grubu, Asil Nadir'in sahibi olduğu Polly Peck Int. PLC'nin Günaydın Grubu'nu satın alması izledi.

Güneş gazetesinin de Kozanoğlu-Çavuşoğlu grubu tarafından çıkarılması, sonra yan yayınlarla güçlendirilmeye çalışılması ise yukarıda belirttiğimiz üçüncü tanıma girmektedir.

Medya gruplarının yayınladığı yayınlar açısından artış gösterirken, grup olarak daraldığı ve tekelleştiği gözlenmektedir. Eskiden bağımsız birer grup olan Hürriyet ve Milliyet gruplarının birleşmesi, daha sonra Kanal D'yi bünyesine katması dikkati çeken bir örnektir.

Gazeteci-yazar Mahmut Tali Öncören, basın tekelleri için şu saptamayı yapmaktadır¹⁴:

"Basın tekelleri de işadamları tarafından kuruldu. Gazetelerin sahipleri işadamları oldular. Sonunda her alanda gördüğümüz gibi, salt ticaretin her dalına girmek değil, her dalın ticaretini yapmak ön plana çıktı. Bir başka anlatımla, basında, radyoda ve özellikle de televizyonda ticaret herşeyden ağır basıyor artık. Oysa iletişim alanı salt herhangi bir ürünü ortaya çıkaran, pazarlayan ve satan endüstriyel ve tecimsel bir alan olarak kabul edilemez. Ne var ki tekelleşme sonucunda basınımızın çok büyük bir bölümü, daha fazla gelir elde etmeyi amaçlayan bir işkolu düzeyine geldi."

¹³ Ahmet Oktay, *Toplumsal Değişme ve Basın*, s. 91.

¹⁴ Mahmut Tali Öncören, "Basında tekelleşme mi?", *Mercek*le bakınca, *Cumhuriyet*, 21 Ekim 1994, s. 7.

Gazeteci-yazar Can Dündar, isim vermeden Hürriyet'te çalıştığı bir dönemi şöyle kaleme almaktadır¹⁵:

"Gazeteciliğe bakış açımı bir 'Piliç Haberi' değiştirdi. Yıllar önceydi. Çalıştığım ilk gazeteydi. İstihbarat şefimiz 'etlerin yenecek halde olmadığına' ilişkin bir haber yapmamızı istedi. Anlamsız bir işti. Ama ara sıra bu türden ısmarlama haber gelmesine alışıkındık. Birkaç arkadaş gidip, ilk buldukları kasaba daldılar ve üzerinde sineklerin uçtuğu etlerin fotoğraflarıyla döndüler. Haberin altını yazmak kolaydı. 'Pislik kol geziyor, halkın sağlığıyla oynuyor' türünden beylik laflar. Şehir sayfasına bile girmeyecek haber, ertesi gün sürmanşet oldu. Bir gün sonra, kırmızı et fiyatlarının hızla fırladığı haberi de 'Et jet gibi' başlığıyla yerleşti manşete. Sonra ilavenin 'Sağlıklı beslenme' köşesinde 'Beyaz etin faydaları'nı anlatan uzman görüşleri belirdi. Nice sonra anladık ki, sevgili gazetemiz, 'piliç sektörüne' yatırım yapmıştır. Acımasızca kullanıldığımızı hissettik."

Medya kuruluşlarının başka alanlarda da ticaret yapması nedeniyle, zaman zaman gazetecilerin patronları adına iş takibi yaptığı iddialarının ortaya atılmasına rastlanılmaktadır. Mehmet Barlas, Güneş gazetesi Genel Yayın Müdürlüğü yaptığı sırada belediyede bir ihale takibiyle suçlandı¹⁶. Barlas, bu iddiaları reddetti.

B) MEDYA GRUPLARI

Gruplaşmalar, Türk medyasında tekelleşme eğiliminin işaretlerini vermektedir. Türkiye'deki basın bugün içinde bulunduğu koşulların bir çok açıdan tekelleşme sürecini destekler yönde olduğu belirtilmektedir. Aslında, bu Türkiye'nin seçtiği kapitalist ekonomi modelinin doğal bir uzantısıdır.

Tekelleşmenin getirdiği en büyük sakınca, bir süre sonra yine tekelleşmeyi artırmasıdır. Büyüyen, devleşen medya kuruluşları karşısında aynı olanakları bulamayan medya kuruluşları kaybolacaktır. Bu aynı zamanda, medya

¹⁵ Can Dündar, "Ben varım hocam", *Ada, Aktüel*, Sayı: 176, 17-23 Kasım 94, s. 104.

¹⁶ Emin Çölaşan, *İşte belgeler, Hürriyet*, 19 Ağustos 1994, s. 3.

kuruluşlarının sayısının sınırlı kalması anlamına gelmektedir. Aynı zamanda sayıları sınırlı kalan medya kuruluşları giderek birbirlerine benzemektedir. Çoğulculuğu zedeleyen bu gelişme, özgür düşüncenin de sınırlarını daraltacaktır.¹⁷

İletişim Araştırmaları Derneği'nin (İLAD) araştırmasına göre, "Bunların başında genel siyasal ortamdaki bunalımlar ve bunun basın yasalarına yansıma biçimi gelir. Sonra güçlü bir İstanbul basını ve pek çok küçük gazeteden oluşan Anadolu basını biçimindeki yapı da her an yeni gelişmeler ortaya koyabilecek durumdadır. Gazetelerin dağıtımı belirli grupların elindedir. Devletin yardım anlayışı mevcut yapıyı koruyan bir durum sergilemektedir."¹⁸ Satış ve yayın ağının çok önemli bir bölümünün 3-4 grubun elinde toplandığı görülmektedir.

1989 yılı itibarıyla basındaki gruplar şöyle oluşmaktadır¹⁹:

a) Sabah Grubu: Sabah Yayıncılık AŞ, Bugün Yayıncılık AŞ, Ekonomik Yayınlar Sanayi ve Ticaret AŞ, Dönemli Yayıncılık AŞ, Medya Basın Servisleri Ticaret AŞ (Medi Grup).

b) Doğan Şirketler Grubu (Milliyet): Milliyet Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ, Milliyet Haber Ajansı AŞ, Milliyet Yayın AŞ, Milliyet Tatil Köyleri Turizm İşletmeleri AŞ (Milta), Susan Su Ürünleri San. ve Tic. AŞ, Anadolu Otomotiv Tic. ve San AŞ, Milteknik Elektromekanik San. AŞ, Ray Sigorta, Doğan Otomotiv Mamul İhr. Paz. AŞ, Konut İnşaat San. ve Tic. AŞ, Tekaş Gıda ve Tüketim Maddeleri Tic. ve San. AŞ, Bosstay Tarımsal Ürün Değerlendirme AŞ, Doğan Otomobilcilik Tic ve San. AŞ, Otobüs Karoseri AŞ, Otokar Pazarlaması AŞ, Koza İnşaat AŞ, Milliyet Sınai Tic. Ürün Paz. AŞ (Milpa), Doğan İnşaat San. ve Tic. AŞ.

c) Tercüman Grubu: Tercüman Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ, Mistaş Mümessillik ihracat ve İthalat AŞ, Meriç Tekstil AŞ, Tarımsan, Tercüman Motorlu

¹⁷ Raşit Kaya, "Demokratikleşme açısından araştırmacının ölkütleri", *Basın 80-84*, s. 99.

¹⁸ Hıfzı Topuz et. al., *Basında Tekelleşmeler*, İstanbul, TÜSES-İLAD ortak yayını, 1989, s. 63.

¹⁹ a.g.e., s. 83-91.

Araçlar San. ve Tic AŞ (Ter-Oto), Kervan Kitapçılık, Tercüman Mesken Sanayi AŞ (Termes), Martaş Ticaret ve Otomobilcilik AŞ, Mor-Su Sanayi Ürünleri İthalat ve İhracat AŞ, Saba Oto Kırklar Otomobilcilik AŞ.

d) Cumhuriyet Grubu: Cumhuriyet Matbaacılık ve Gazetecilik TAŞ, Çağdaş Yayıncılık ve Basın Sanayi AŞ, Çağdaş Gazete Dergi Basın Yayın AŞ.

e) Asil Nadir Grubu (Polly Peck): Veb Ofset AŞ, Güçlü Gazetecilik, Yayıncılık ve Matbaacılık AŞ, Gelişim Yayınları, Vestel Elektronik Sanayi ve Ticaret AŞ, Vestel Elektronik Gereçler Tic. Ltd. Şti., Vestel Goldstar AŞ, Ulusal Gemi Sanayi AŞ, AN Graphics AŞ, Meyna AŞ, Unipac Paketleme AŞ, Voyager Aegepan Turizm Tesisleri AŞ, Astelsan AŞ, Impexbank, Meysin AŞ, Kaynak Gıda Pazarlama AŞ, Capetmoic/Taiwan-Hong Kong-USA, Nadir Dış Ticaret AŞ, Su ve Şişeleme Sanayi AŞ.

f) Hürriyet Grubu: Hürriyet Holding (Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ, Hürriyet Ofset Matbaacılık ve Gazetecilik AŞ, Hürgün Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ, İdeal Yayıncılık ve Ticaret AŞ, Hürriyet Haber Ajansı AŞ, Hürgüç Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ, Süper Kanal TV, Video, Radyo ve Haber Hizmetleri AŞ, Hür-Ok Okul Mlz. Kırt. İmalat Tic. ve Dağıtım AŞ, Pen Turizm Otel İşletmeciliği, Hür-Pa Hürriyet Ticari ve Sınai ürünler Paz. AŞ, Hürriyet Gösteri ve Sanat Ürünleri Merkezi AŞ, Hüray AŞ), Hür Holding (Hür Sigorta AŞ, Tam Sigorta AŞ, Altın Tavuk-Tarım İşletmeleri AŞ, Koçullu Tavukçuluk AŞ, Hür-İş Tarım İşletmeleri AŞ), Hürriyet Vakfı, Tam Sigorta Memur ve Hizmetlileri Emeklilik Sandığı Vakfı, Sedat Simavi Vakfı, Hürriyet Çalışanları Yardımlaşma Sandığı Vakfı.

1995 yılında ise medya sektörü genel itibarıyla şu şekilde bir görünüm arz etmektedir²⁰:

²⁰"Medya sektörü ve holdingler", *Ekonomik Forum*, s. 3-9.

Doğan Şirketler Grubu (Aydın Doğan): Milliyet, Hürriyet, Meydan, Posta, Spor, Ekonomist, Capital, Atlas, Radyo Kulüp, Kanal D.

Alternatif Bank, T. Dış Ticaret Bankası, Doğan Otomobilcilik, Milta, Yaratım Sağlık, Milpa, AD Yayıncılık, Ray Sigorta, Ticaret Sigorta.

Hürriyet Holding- Hür İthalat, Hür Radyo, Hürriyet Ofset, Hür-Ok, Per Turizm, Hürriyet TV Production, AKS TV, HHA, Hür Basın Yayın, Coats İplik Sanayi.

Medya Holding (Dinç Bilgin): Sabah, Yeni Yüzyıl, Takvim, Bugün, Fotomaç, Aktüel, Medya TV, ATV.

Medya Holding, Bugün Yayıncılık, Medya Basın Servisleri, Centron AŞ, Bir Numara Yayıncılık, IPR ULusal TV, Securo Card.

Çukurova- Pamukbank, Yapı Kredi Bankası, İnterbank, Yapı Toko Bank, Bank Kreiss AG, Inter Overseas-İzlanda, Inter Capital-İzlanda, Çukurova Çelik, Halk Sigorta. (Medya Holding'in yüzde 60'ı Dinç Bilgin ailesine ait. ATV'nin yüzde 50'sine sahip Çukurova da Medya Holding'in hissedarı)

Rumeli Holding (Cem Uzan): İnterstar, Kral TV, Kral FM ve çeşitli radyolar.

İmar Bankası, Adabank, Çukurova Elektrik, Kepez Elektrik, Rumeli Elektrik, Rumeli Çimento, Ladik Çimento, Şanlıurfa Çimento, Gaziantep Çimento, Çestaş AŞ, Eltem-Tek AŞ, Standart İnşaat, Yapı Tircaret, Tunceli Pamuk İplik, İstanbulspor AŞ.

İktisat Grubu (Erol Aksoy): Show TV (AKS TV), Cine 5, Show Radyo (AKS Radyo), Alo Show, Marie Claire.

İktisat Bankası, Avrupa ve Amerika Holding, Fransa ve Amerika'da 2 banka, Factofinans Alacak Alımı, İktisat Finansal Kiralama, Atlas Finansal Kiralama, Emek Sigorta, Uzman Hayat Sigorta Aracılık, MSM Mali Sistemler ve Müşavirlik, Showpa, Edatur Turizm, Alo-Show İletişim San, Eksen Yayıncılık ve

Dağıtım, MEPAŞ, Üniversal Yayıncılık, Uluslararası Moda ve Yayıncılık, Erol Aksoy Kültür, Eğitim, Spor ve Sağlık Vakfı.

İhlas Grubu (Enver Ören): Türkiye, TGRT, TGRT FM, İhlas Haber Ajansı, çeşitli dergiler.

Yurtbank, Otomobilcilik AŞ, International Hospital, İhlas Ev Aletleri, İhlas Pazarlama, Kristal Sıvı İçecek, İhlas Fuarcılık, İhlas Gıda, Yay-Sat, İhlas Otomotiv, İhlas Gazetecilik, İhlas Dış Ticaret.

C) HALKA AÇILMA

Medya grupları, halka da açıldı. Halka açılan ve hisse senetleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören (Borsa ikincil piyasada pazar açılışı) ilk medya kuruluşu, 10 Mayıs 1990 tarihi itibarıyla Sabah Yayıncılık oldu. Sabah Yayıncılık'ı, 25 Şubat 1992 tarihinde Hürriyet Gazetecilik izledi. Medya Holding 9 Haziran 1992, Milliyet Gazetecilik 27 Eylül 1993, İhlas Holding 16 Mart 1994, Bugün Yayıncılık 1 Eylül 1994'te borsaya girdi.

Aktüel, PC Magazine, Burda, Cosmopolitan gibi dergileri bünyesinde bulunduran 1 Numara Yayıncılık AŞ de 1994 Mart ayında gazete ilanlarıyla halka açılacağını, 1000 liralık bir hissenin satış fiyatının 6.500 lira olacağını duyurdu, ancak bu gerçekleşmedi.

Borsa'da hisseleri işlem gören şirketlerle ilgili olarak İMKB Araştırma Dairesi'nin verileri şöyledir:

1) Sabah Yayıncılık AŞ

18 Nisan 1985 tarihinde kurulan şirketin, Yönetim Kurulu üyeleri Dinç Bilgin, Güler Bilgin, Önay Bilgin, Güngör Mengi, Zafer Mutlu, Kenan Sönmez ve

Gültekin Karaşin'den oluşmaktadır. Kayıtlı sermaye tavanı ve çıkarılmış sermayesi 1.150.000.000.000 lira olan şirketin hisseleri, ulusal pazarda işlem görmektedir. Başlıca faaliyet alanı, basım yayın olarak tanımlanmaktadır.

Şirketin net satış ve ilan gelirleri şöyledir:

	Satış adedi	İlan geliri (TL)	Hizmet geliri (TL)
1992	333.484.800	484.000.000	399.000.000
1993	366.619.871	1.163.000.000	948.000.000
1994	229.778.085	2.076.107.196.000	93.980.449.000

Şirket, 1992'de 10.384.697 dolarlık, 1993'te 174.894.200 Avusturya Şilinlik ve 150.390 Fransız Franglık, 1994'te de 29.620.300 Avusturya Şilinlik ithalat yaptı.

Sabah Yayıncılık AŞ'nin devam eden yatırımları, (başlangıç-bitiş tarihleri, yatırım tutarı ve gerçekleşen tutar -milyon TL-) şöyledir:

Rockwell baskı makinesi alımı (İzmir-Ankara), Müller Martini Konveyör Sistemi yapımı (İstanbul): 30.12.1993-30.12.1995, 234.000, 220.000; Bina ve makine tesisi (Antalya): 1.1.1993-31.12.1995, 115.134, 20.812; Bina ve makine tesisi (Adana): 1.1.1993-31.12.1995, 58.720, 55.765; Rockwell baskı makinesi alımı projesi (İzmir, Ankara, İstanbul): 10.11.1994-10.11.1996, 258.000, - .

Şirketin başlıca ortakları (ünvan, tutar -milyon TL-, sermaye payı % sırasıyla) Medya Holding AŞ: 645.725, 56.15; Gazete ve Matbaacılık AŞ: 4.255, 0.37; Diğer: 500.020, 43.48.

Sabah Yayıncılık AŞ'nin başlıca iştirakleri ve iştirak sermayesi içindeki payı da aşağıda gösterilmektedir:

İştirakler	İştirak sermayesi (TL)	İştirak Payı %
Yayın Dağıtım AŞ	200.000.000.000	20.99
Basın Hizmetleri AŞ	100.000.000	7.00
BBD AŞ	60.000.000.000	26.00
GADEPA AŞ	500.000.000	25.00
Centron AŞ	200.000.000.000	29.01
Sabah Haber Ajansı	100.000.000	45.00
Sabah İmaj TV AŞ	1.000.000.000	3.00
Spor Yayınları AŞ	100.000.000	3.00
Sabah İnter Verlg.	4.420.000.000	33.33
Türk Bask. Gel. Vkf.	701.000.000	7.13
Medya Basın Ser. AŞ	4.500.000.000	14.36
Gelişim Sabah AŞ	100.000.000	48.00
IPR. Ulusal TV AŞ	100.000.000	15.00
GAMEDA Ltd Şti	466.600.000	4.92
Tema Türk. Erozyon	4.000.000.000	1.25

b) Bugün Yayıncılık AŞ

Net satışlarını, bir önceki yıla göre, yüzde 50.78 oranında artıran şirket, 1994 yılında 460.513 milyon liralık net satış gerçekleştirdi. Ancak şirketin finansman giderlerinin yüzde 229.78 oranında artması, net satışlardaki artışın net dönem kârına yansımaları engelledi. 1993 yılında 23.126 milyon lira net dönem kârı elde eden Bugün Yayıncılık, 1994 yılını 22.148 milyon lira kârla kapattı. Başlıca faaliyet alanı basın olarak tanımlanmaktadır.

4 Kasım 1988 tarihinde kurulan Bugün Yayıncılık AŞ'nin Yönetim Kurulu; Dinç Bilgin, Önay Bilgin, Ercüment Gündem, Kenan Sönmez, Zafer Mutlu, Gültekin Karaşin ve Güngör Mengi'den oluşmaktadır.

Ödenmiş sermayesi 100.000.000.000 lira olan şirketin hisseleri ulusal pazarda işlem görmektedir.

Şirketin üç yıl itibarıyla satış tutarları ve ilan gelirlerinin Gün ve Bugün gazetesi bazında dağılımı ile Sabah grubuna sunduğu baskı hizmetlerinden elde ettiği gelirleri aşağıdadır:

BUGÜN	Satış adedi	Satış geliri (TL)	İlan geliri (TL)	Hizmet geliri (TL)
1992	68.516.255	110.786.000.000	22.499.000.000	32.330.000.000
1993	38.660.751	92.473.469.000	44.673.863.000	46.367.857.000
1994	26.385.981	97.607.975.000	51.590.538.000	78.521.112.000

GÜN	Satış adedi	Satış geliri (TL)	İlan geliri (TL)
1992	33.308.747	95.789.818	26.113.623.000
1993	38.363.655	156.632.745	76.161.141.000

Bugün Yayıncılık AŞ'nin başlıca ortakları (ünvan, tutar -TL- ve sermaye payı % sırasıyla) şöyledir: Medya Holding AŞ: 65.000.000.000, 65.000; Dinç Bilgin: 10.099.700.000, 10.099; Önay Şevket Bilgin: 4.900.000.000, 4.900; Yöneticiler: 300.000, 0.001; Diğer: 20.000.000.000, 20.000.

Şirketin başlıca iştirakleri ve iştirak sermayesi içinde payı da şöyledir:

İştirakler	İştirak Sermayesi (TL)	İştirak payı %
Yayın Dağıtım AŞ	200.000.000.000	0.01
Basın Hizmetleri AŞ	100.000.000	7.00
Bir Numara Yayın AŞ	50.000.000.000	0.01
Birleşik Basın Dağıtım AŞ	60.000.000.000	2.00
GADEPA AŞ	500.000.000	20.00
Birleşik İletim Rad AŞ	2.500.000.000	15.00
Sabah Haber Ajansı	100.000.000	4.00
Sabah İmaj TV AŞ	1.000.000.000	3.00
Spor Yayın AŞ	100.000.000	1.00
Baskoop	260.000.000	3.85

c) Medya Holding AŞ

Hisseleri ulusal pazarda işlem gören şirket, 1989 yılında kuruldu. Kayıtlı sermaye tavanı 5.000.000.000.000 lira olan şirketin çıkarılmış sermayesi 1.027.000.000.000 liradır.

Grup şirketlerinin sermayelerine en az yüzde 51 oranıyla iştirak eden Medya Holding, grup şirketlerine gazete ve dergi baskılarında kullanılan gazete kağıdı ve kuşe kağıdı, kabul kredili olarak ithal etmekte ve maliyetlerin üzerine yüzde 5 ekleyerek satmaktadır. Başlıca faaliyet alanı, şirket sermayelerine iştirak olarak tanımlanmaktadır.

Şirketin Yönetim Kurulu üyeleri; Dinç Bilgin, Önay Bilgin, Ercüment Gündem, Zafer Mutlu, Kenan Sönmez, Gültekin Karaşin, Güngör Mengi, Ercan Arıklı, Güneri Cıvaoglu, Melih Araz ve Aytaç Kanan'dan oluşmaktadır.

Medya Holding AŞ'nin yıl sonlarına göre iştirak tutarları (TL olarak) şöyledir: 1992: 244.913.655.576, 1993: 560.788.226.926, 1994: 1.217.680.337.676.

Şirketin başlıca ortakları ve sermaye payları (ünvan, tutar -milyon TL- ve sermaye payı %) şöyle sıralanmaktadır. Bilgin ailesi: 613.345, 59.91; Endüstri Holding AŞ: 3.615, 0.35; Diğer: 408.040, 39.74.

Medya Holding AŞ'nin başlıca iştirakleri ve iştirak sermayesi içindeki payları da aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

İştirakler	İştirak sermayesi (TL)	İştirak payı %
Medya Basın Ser AŞ	4.500.000.000	68.62
Basın Hizmetleri AŞ	100.000.000	65.00
Bugün Yayıncılık AŞ	100.000.000	65.00
Yayın Dağıtım AŞ	200.000.000.000	65.00
Gazete ve Mat. AŞ	60.000.000.000	65.06
Centron AŞ	200.000.000.000	70.39
Bir Numara Yay. AŞ	50.000.000.000	65.00
Spor Yayınları AŞ	100.000.000	65.00
Dönemli Yay. AŞ	1.500.000.000	65.00
Sabah Haber Ajansı	100.000.000	4.00
Sabah Yay. AŞ	500.000.000.000	56.17
A. Yapım TV	100.000.000	30.00
GADEPA AŞ	125.000.000	25.00
IPR Ulusal TV AŞ	100.000.000	15.00
Secura Card	1.000.000.000	46.50
Sabah Int. Verglas	210.000 (DM)	33.33
Medya Pazarlama	350.000.000.000	1.00

d) Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ

15 Aralık 1960 tarihinde kurulan şirketin Yönetim Kurulu üyeleri; Aydın Doğan, Sedat Simavi, Erol Aksoy, Yaşar Eroğlu, Ertuğrul Özkök, Tarhan Erdem ve Ali Yalçındağ'dan oluşmaktadır. Kayıtlı sermaye tavanı 6.000.000.000.000 lira olan şirketin çıkarılmış sermayesi 1.974.700.000.000 liradır. Hisse senetleri, ulusal pazarda işlem görmektedir. Başlıca faaliyetleri basın ve ilan işleri olarak tanımlanmaktadır.

Hürriyet Gazetecilik'in 1994 yılı içerisinde 500 milyar lira olan kayıtlı sermaye tavanı 1994'te 2 trilyon liraya, 1995'te 6 trilyon liraya çıkarıldı. Şirketin 1993 yılında 2.7 trilyon lira olarak gerçekleşen net hasılatı, yüzde 62 artışla 4.4 trilyon lira olarak gerçekleşti, ancak finansman giderlerinin bir önceki döneme göre yüzde 361 artarak 1.2 trilyon liraya çıkması şirketin zarar etmesinde etkili oldu. Şirketin 1994 yılı zararı 649 milyar lira olarak gerçekleşti.

Şirket, 1994 yılı içerisinde, önceki döneme ilişkin olarak 1000 liralık hisseye yüzde 22.084 oranında olmak üzere 220.84 lira kâr payı dağıttı.

Şirketin, İstanbul Sanayi Odası'nın 1993 yılına ait satışlar, katma değer, özsermaye, net aktifler, bilanço kârı, ihracat ve ücretle çalışanlar sayısını dikkate alarak yaptığı Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmasında, genel sıralamada 22, özel sektör sıralamasında ise 12. sıralamada yer aldı.

1994 yılında 560.000 Amerikan Doları ihracat yapan Hürriyet Gazetecilik'in, aynı yıl ithalatı 25.564.313 Amerikan Doları olarak gerçekleşti ve bu rakamın maliyet içindeki payı yüzde 43.36 oldu.

Şirketin devam eden yatırımları, (başlangıç-bitiş tarihleri, yatırım tutarı ve gerçekleşen tutar -milyon TL-) şöyledir:

Tevsii-modernizasyon: 10.12.1988-30.06.1995, 371.311, 307.082; Tevsii-modernizasyon: 26.03.1991-30.06.1995, 417.405, 76.957; Tevsii-modernizasyon: 06.02.1995-30.06.1995, 90.836, 76.957; Yenileme: 10.12.1992-30.06.1995, -, 377.657, Tevsii: 21.03.1994-25.01.1996, 269.875, 9.815.

Şirketin başlıca ortakları (ünvan, tutar -milyon TL-, sermaye payı % sırasıyla) Hürriyet Holding AŞ, 1.395.718, 70.68; İktisat Bankası AŞ, 343.675, 17.40; MEPAŞ 150.000, 7.60; Yöneticiler: 395, 0.02; Diğer: 84.912, 4.30.

Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ'nin başlıca iştirakleri ve iştirak sermayesi içindeki payı da aşağıda gösterilmektedir:

İştirakler	Tutar (TL)	İştirak payı %
Hür İthalat AŞ	1.000.000.000	99.00
H. Radyo Pr. AŞ	1.000.000.000	43.00
H. TV Pr. AŞ	1.000.000.000	40.00
Hürriyet Ofset AŞ	47.000.000.000	36.90
H. Gösteri Y. Merkezi AŞ	100.000.000	30.00
Hür-Güç AŞ	1.000.000.000	2.50
Hür-Ok AŞ	20.000.000.000	22.70
AKS TV AŞ	200.000.000.000	20.00
Pen Turizm AŞ	400.000.000	15.74
H.Haber Ajansı AŞ	35.000.000	10.38
Hür Basın Yayın AŞ	2.000.000.000	10.00
Coats Türkiye İplik S. AŞ	48.000.000.000	0.50

e) İhlas Holding AŞ

1981 yılında kurulan şirketin Yönetim Kurulu üyeleri, Enver Ören, Ahmet Mücahit Ören, Ayhan Apak, A. Abdülhakim Işık, Osman N. Osmanağaoğlu, A. Tubay Gölbaşı, İsmet Anaç, Bülent Gencer ve Zeki Celep'ten oluşmaktadır. Kayıtlı sermaye tavanı 1.500.000.000.000 lira olan şirketin çıkarılmış sermayesi 693.374.400.000 liradır. Şirket hisseleri, ulusal pazarda işlem görmektedir.

Basın sektöründe faaliyette bulunmak amacıyla kurulan şirket, yazılı ve görsel medyanın yanında ithal oto ticareti, muhtelif elektrikli mamüllerin pazarlaması, inşaat ve sağlık konularında da yoğun yatırımlara girişti.

İhlas Holding AŞ, 1994'te adı Yurtbank olarak değiştirilen Eurocredit Bank'ın yüzde 30, merkezi İngiltere'de bulunan ve televizyon yayıncılığı ve film yapımcılığı alanında faaliyet gösteren London Video Production Centre Limited Şirketi'nin yüzde 48 hissesini satın alırken, Egebank'ın yüzde 95 hissesine sahip olan Otomobilcilik ve Ticaret Anonim Şirketi'ne yüzde 35 oranında iştirakte bulundu.

Şirket, altı teşvik belgesi kapsamında, basın-yayın, faks imalatı, inşaat, çamaşır makinesi üretimi, oto montajı ve okul inşaatı yatırımlarını sürdürmektedir.

İhlas Holding AŞ'nin başlıca ortakları ve sermaye payları (ünvar, tutar - milyon TL- ve sermaye payı % sırasıyla) aşağıdadır:

Enver Ören: 357.210, 51.52; Ahmet Mücahit Ören: 68.040, 9.81; Ahmet Abdülhakim Işık: 11.340, 1.64; Ayhan Apak: 11.340, 1.64; Ali Tubay Gölbaşı: 11.340, 1.64; Zeki Celep: 11.340, 1.64; İsmet Anaç: 11.340, 1.64; Bülent Gençler: 5.670, 0.82; Osman Nuri Osmanağaoğlu: 11.340, 1.63; Tuncer Akalın: 11.340, 1.63; Ömer Adnan Uncuoğlu: 5.670, 0.82; İbrahim Sermat Altınayar: 5.670, 0.82;

Cüneyt Yaşar Kılıç: 11.340, 1.63; Muhammet Muammer Gürbüz: 11.340, 1.63;

Resul İzmirli: 11.340, 1.63; Mehmet Okyay: 11.340, 1.63, Diğer: 126.374, 18.23.

Şirketin başlıca iştirakleri ve iştirak sermayesi içindeki payı da aşağıda gösterilmektedir:

İştirakler	İştirak sermayesi (TL)	İştirak payı %
Yurtbank	500.000.000.000	30.00
Otomobilcilik AŞ	500.000.000.000	35.00
Haifawi Medikal Tur. ST AŞ	100.000.000.000	5.00
İhlas Ev Aletleri İm ST AŞ	20.000.000.000	25.00
Yay-Sat AŞ	8.000.000.000	20.00
İ Tarsan Tartı Al. ST AŞ	6.000.000.000	20.00
İ Otomotiv ST AŞ	5.000.000.000	25.00
İ Gıda ve Amb. ST AŞ	5.000.000.000	20.00
İ Basın Tanıtım ST AŞ	5.000.000.000	20.00
İ Medya Paz. Rek Ltd Şti	5.000.000.000	20.00
İ Medikal Ür. Sağ. Hiz ST AŞ	5.000.000.000	20.00
İ Gümrükleme Nak. Dış ST AŞ	1.500.000.000	20.00
İhtaş İhlas Elekt. ST AŞ	5.000.000.000	95.00
İ Dış Ticaret AŞ	5.000.000.000	60.00
Kristal Sıvı İç. ST AŞ	5.000.000.000	96.00
İ Pazarlama AŞ	4.000.000.000	24.00
İ Haber Ajansı Ltd Şti	4.000.000.000	24.00
İ Bilgi İşlem ve Tic AŞ	4.000.000.000	24.00
İ Gazetecilik Yay. ST AŞ	4.000.000.000	20.00
BAY-LAS	4.000.000.000	40.00
İ Fuar Hizmetleri Tic AŞ	1.000.000.000	96.00
İ Motorlu Araç Org Tic AŞ	1.000.000.000	25.00
İ Kargo AŞ	1.000.000.000	96.00

D) 500 BÜYÜKLER

Medya kuruluşları, İstanbul Sanayi Odaası tarafından her yıl hazırlanan "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" araştırmasına göre, ilk 500 firma arasında yer almaya başladı. Özellikle Sabah, Hürriyet ve İhlas grubunun, bu sıralamada üst sıralara doğru tırmandığı gözlemlenmektedir.

1985 yılında 500 firma arasında sadece Hürriyet Gazetecilik ve Maatbaacılık Anonim Şirketi yer alırken, 1987 tarihinden itibaren, daha iki yıl önce kurulan Sabah Yayıncılık Anonim Şirketi de sıralamaya girdi. Bu yıl, Hürriyet 97, Sabah 197, İhlas 346. sırada yer aldı.

1988 yılında Hürriyet 68, Sabah 180 ve İhlas 297'nciliğe tırmandı. 1991 yılında Hürriyet 61, Sabah 97 ve İhlas 209. oldu. 1992'de sıralamada Milliyet Gazetecilik Anonim Şirketi de 35. sırada yer aldı. 1993 yılında, Sabah Grubu'ndan Medya Holding de 53. sırada katıldı. Sabah 14, Hürriyet 22, Milliyet 29, Medya Holding 53 ve İhlas Holding 156. sırada bulunmaktadır.

Özel sektör kuruluşları sıralaması itibarıyla bakılınca, Sabah Yayıncılık Anonim Şirketi'nin 6. özel sektör kuruluşu olduğu görülecektir. Buna göre, Hürriyet 14, Milliyet 19, Medya Holding 40 ve İhlas Holding 132. sırada bulunmaktadır.

1985 yılında üretimden satışı, 24 milyar 8 milyon olan Hürriyet Gazetecilik Anonim Şirketi'nin, 1993 yılındaki rakamı 3 trilyon 934 milyar 915 milyon liradır. Vergi öncesi bilanço kârı da söz konusu yıllarda 1 milyar 615 milyon liradan 118 milyar 418 milyon liraya çıktı.

1987 yılında üretimden satışları 29 milyar 415 milyon lira olan Sabah Yayıncılık Anonim Şirketi'nin 1993 yılındaki satış tutarı 5 trilyon 521 milyar 549 milyon lirayı buldu. Vergi öncesi kârı ise, 4 milyar 55 milyon liradan 182 milyar 500 milyon liraya ulaşmıştır.

1986 sıralamasına, İhlas Matbaacılık Gazetecilik ve Sağlık Hizmetleri Anonim Şirketi adıyla giren ve üretimden satışı 9 milyar 855 milyon lira olan İhlas Holding Anonim Şirketi, 1993'te bu rakamı 881 milyar 108 milyon liraya çıkarmıştır. Şirketin vergi öncesi kârı 376 milyon liradan 24 milyar 937 milyona yükseldi.

1992 yılında üretimden satış geliri toplamı, 822 milyar 370 milyon lira olan Milliyet Gazetecilik Anonim Şirketi'nin, söz konusu rakamı bir yıl sonra 3 trilyon 257 milyar 854 milyon oldu. Şirketin vergi öncesi bilanço kârı da 39 milyar 817 milyon liradan 388 milyar 603 milyon liraya çıktı.

1986 yılında, 500 Büyük Firma sıralamasında gözüken Güneş gazetesinin sahibi Güçlü Gazetecilik Yayıncılık ve Matbaacılık Anonim Şirketi'nin, üretimden satışı 7 milyar 865 milyon lira olurken, vergi öncesi bilanço kârı eksi olarak gerçekleşti.

Söz konusu medya kuruluşlarının, İstanbul Sanayi Odası'nın "Türkiye'nin 500 Büyük Firması" başlıklı araştırmasına göre, mali dökümünü gösterir tablolar aşağıdadır:

TÜRKİYE'NİN 500 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU SIRALAMASINDA MEDYA KURULUŞLARI

1985 Sıra	Firma	Özel firma sıra no	Üretimden satışlar (1000 TL)	Satış hasılatı (1000 TL)	Brüt Katma Değer (1000 TL)	Öz sermaye (1000 TL)	Net aktifler (1000 TL)	Bilanço kârı (VÖ) (1000 TL)	İhracat tutarı (1000 TL)	Ücretle çalışanlar
97	Hürriyet Gaz. Mat. AŞ	47	24.008.878	24.404.112	6.990.530	4.153.679	9.482.339	1.695.711	-	993

1986 Sıra	Firma	Özel firma sıra no	Üretimden satışlar (1000 TL)	Satış hasılatı (1000 TL)	Brüt Katma Değer (1000 TL)	Öz sermaye (1000 TL)	Net aktifler (1000 TL)	Bilanço kârı (VÖ) (1000 TL)	İhracat tutarı (1000 TL)	Ücretle çalışanlar
58	Hürriyet Gaz. Mat. AŞ İhlas Mat. Gaz. Sağ.	32	49.907.495	49.907.495	11.390.562	6.163.353	14.290.991	3.781.261	-	965
347	Hizm. AŞ Güçlü Gaz. Yay.	63	9.855.768	11.843.197	1.350.369	425.116	5.134.919	376.425	269	468
416	Mat. AŞ	202	7.865.851	14.387.833	1.626.981	-5.626.449	5.859.362	-1.358.189	-	468

TÜRKİYE'NİN 500 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU SIRALAMASINDA MEDYA KURULUŞLARI

1987 Sıra	Firma	Özel firma sıra no	Üretimden satışlar (1000 TL)	Satış hasılatı (1000 TL)	Brüt Katma Değer (1000 TL)	Öz sermaye (1000 TL)	Net aktifler (1000 TL)	Bilanço kârı (VÖ) (1000 TL)	İhracat tutarı (1000 TL)	Ücretle çalışanlar
	Hürriyet									
	Gaz.									
77	Mat. AŞ	37	69.418.937	69.418.937	20.709.785	9.942.407	29.440.517	6.003.127	-	962
	Sabah									
197	Yay. AŞ.	83	29.415.154	29.415.154	8.921.653	1.489.730	14.583.994	4.055.483	-	494
	İhlas									
	Mat.									
346	Gaz. Sağ.	145	16.010.873	18.701.659	2.734.613	595.321	7.253.588	552.170	29.165	1650
	Hizm. AŞ									

1988 Sıra	Firma	Özel firma sıra no	Üretimden satışlar (1000 TL)	Satış hasılatı (1000 TL)	Brüt Katma Değer (1000 TL)	Öz sermaye (1000 TL)	Net aktifler (1000 TL)	Bilanço kârı (VÖ) (1000 TL)	İhracat tutarı (1000 TL)	Ücretle çalışanlar
	Hürriyet									
	Gaz.									
68	Mat. AŞ	48	132.154.895	132.154.895	24.902.803	22.620.437	62.093.992	3.327.136	-	997
	Sabah									
180	Yay. AŞ.	136	56.210.411	58.049.068	18.531.627	7.183.936	34.991.491	3.242.406	-	490
	İhlas									
	Mat.									
	Gaz. Sağ.									
297	Hizm. AŞ	232	32.634.200	38.271.688	8.319.821	1.258.333	10.254.463	2.181.091	374.083	1300

TÜRKİYE'NİN 500 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU SİRALAMASINDA MEDYA KURULUŞLARI

1989 Sıra	Firma	Özel firma sıra no	Üretimden satışlar (1000 TL)	Satış hasılatı (1000 TL)	Brüt Katma Değer (1000 TL)	Öz sermaye (1000 TL)	Net aktifler (1000 TL)	Bilanço kârı (VÖ) (1000 TL)	İhracat tutarı (1000 TL)	Ücretle çalışanlar
	Hürriyet Gaz.									
86	Mat. AŞ Sabah	61	186.723.976	203.780.644	43.219.063	42.204.874	118.039.651	6.531.108	-	1002
258	Yay. AŞ. İhlas	205	65.141.032	99.532.843	24.477.997	16.012.971	61.909.369	3.108.006	-	480
	Mat. Gaz. Sağ.									
363	Hizm. AŞ	288	45.305.672	59.575.032	1.731.893	3.303.047	24.298.054	3.360.151	165.878	550

1990 Sıra	Firma	Özel firma sıra no	Üretimden satışlar (1000 TL)	Satış hasılatı (1000 TL)	Brüt Katma Değer (1000 TL)	Öz sermaye (1000 TL)	Net aktifler (1000 TL)	Bilanço kârı (VÖ) (1000 TL)	İhracat tutarı (1000 TL)	Ücretle çalışanlar
	Hürriyet Gaz.									
61	Mat. AŞ Sabah	44	357.064.154	385.697.051	95.915.387	73.048.798	175.274.305	19.705.522	-	869
97	Yay. AŞ. İhlas Gaz.	75	260.268.156	262.825.902	54.274.287	55.255.235	149.576.474	16.819.038	-	322
209	Hold. AŞ	169	127.448.382	176.884.451	16.717.045	7.731.384	102.702.301	20.036.729	629.943	1150

TÜRKİYE'NİN 500 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU SIRALAMASINDA MEDYA KURULUŞLARI

1991 Sıra	Firma	Özel firma sıra no	Üretimden satışlar (1000 TL)	Satış hasılatı (1000 TL)	Brüt Katma Değer (1000 TL)	Öz sermaye (1000 TL)	Net aktifler (1000 TL)	Bilanço kârı (VÖ) (1000 TL)	İhracat tutarı (1000 TL)	Ücretle çalışanlar
	Hürriyet Gaz.									
50	Mat. AŞ	35	734.551.636	743.960.869	190.073.826	120.262.717	360.142.614	47.112.099	-	833
62	Sabah Yay. AŞ	46	615.351.537	651.315.537	83.450.795	149.763.512	368.532.627	27.163.908	-	320
149	İhlas Gaz. Hold. AŞ	120	288.468.246	397.226.080	24.398.134	18.018.672	295.761.839	22.171.827	846.827	1620

1992 Sıra	Firma	Özel firma sıra no	Üretimden satışlar (1000 TL)	Satış hasılatı (1000 TL)	Brüt Katma Değer (1000 TL)	Öz sermaye (1000 TL)	Net aktifler (1000 TL)	Bilanço kârı (VÖ) (1000 TL)	İhracat tutarı (1000 TL)	Ücretle çalışanlar
29	Sabah Yay. AŞ	17	1.768.835.105	2.082.458.674	222.754.564	222.879.197	581.685.065	43.761.186	-	330
35	Hürriyet G M AŞ	22	1.563.181.493	1.637.138.642	307.536.384	199.105.170	826.056.269	59.523.679	87.070	704
89	Milliyet Gaz. AŞ	72	822.370.521	841.474.989	91.351.797	75.778.727	315.003.814	11.478.087	-	255
150	İhlas Gaz Hold. AŞ	122	538.517.207	1.014.708.223	259.622.647	53.165.851	794.198.191	39.817.479	2.593.946	2023

TÜRKİYE'NİN 500 BÜYÜK SANAYİ KURULUŞU SİRALAMASINDA MEDYA KURULUŞLARI

1993 Sıra	Firma	Özel firma sıra no	Üretimden satışları (1000 TL)	Satış hasılatı (1000 TL)	Brüt Katma Değer (1000 TL)	Öz sermaye (1000 TL)	Net aktifler (1000 TL)	Bilanço kârı (VÖ) (1000 TL)	İhracat tutarı (1000 TL)	Ücretle çalışanlar
14	Sabah	6	5.521.549.894	5.798.281.230	378.324.244	877.789.932	1.590.918.881	182.500.376	-	390
22	Yay. AŞ Hürriyet	14	3.934.915.073	3.940.515.097	791.423.941	336.912.516	1.697.108.401	118.418.849	486.548.674	1598
29	G M AŞ Milliyet	19	3.257.854.000	3.363.023.000	590.326.000	117.941.000	1.356.111.000	388.603.000	-	135
53	Gaz. AŞ Medya	40	2.216.791.054	2.237.808.733	98.842.756	786.302.281	2.058.596.777	24.937.199	-	109
156	Hold. AŞ İhlas	132	881.108.062	4.507.033.999	510.743.751	151.056.337	4.132.679.147	91.458.344	-	2755

Journal of the Istanbul Chamber of Industry, September 15, 1986, Year: 21, Number: 247.
 İstanbul Sanayi Odası Dergisi, 15 Ekim 1987, Yıl : 22, Sayı: 260.

15 Ekim 1988, Yıl: 23, Sayı : 272.
 15 August 1989, Year: 24 . Number: 282.
 22 Ağustos 1990, Yıl : 25, Sayı : 294.
 22 Ağustos 1991, Yıl: 26, Sayı : 306.
 Ağustos 1992, Yıl : 27, Sayı : 318.
 Eylül 1993, Yıl : 28, Sayı: 330.
 Eylül 1994, Yıl : 29, Sayı : 342.

E) TEKELLEŞMEYE KARŞI

Medyada tekelleşmenin ve bu kuruluşların aile şirketi haline gelmesinin önlenmesi konusunda, RTÜK Yasası ve Radyo Televizyon Üst Kurulu oluşumu önemli bir adım olarak nitelenebilir. RTÜK'ün, 16 Mart 1995 tarihli ve 22229 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan "Özel Radyo ve Televizyon Kuruluşlarının Kuruluşlarında Uyması Gerekli Asgari İdari ve Mali Şartlarla Yayın Alanı Yayın Saat ve Süreleri Hakkındaki Yönetmelik" in çeşitli maddelerinde bu konuda şu önlemler yer almaktadır²¹:

"Madde 6- Bir anonim şirket en çok bir radyo ve televizyon işletmesi kurabilir... Kurucu ve Ortaklarla İlgili Sınırlamalar Madde 7- (3) Aynı kuruluştaki, bir üçüncü dereceye kadar (bu derece dahil) kan ve sıhrî hısımlık bağlarının bulunmaması gerekir. (4) Her birinin kuruluştaki hisse miktarının kuruluşun ödenmiş sermayesinin yüzde 20'sini aşmaması gerekir. Bu oranın hesaplanmasında, aynı kuruluşlardaki bir ile üçüncü dereceye kadar kan ve sıhrî hısımlarının ortaklık payları bir hissedar olarak değerlendirilir. (5) Bir kısmının yurtdışında yerleşik gerçek ve tüzel kişilerden oluşması halinde, bunların getirdikleri yabancı sermaye payının kuruluşun ödenmiş sermayesinin yüzde 20'sini geçmemesi ve bir başka özel radyo ve televizyon kuruluşuna ortak olmaması gerekir. (6) Bir kısmının Türkiye'de gazete çıkaran gerçek ve tüzel kişiler ile basınla ilgili mevzuata göre gazete sahibi olanlardan oluşması halinde, bunların bir arada hisse miktarları toplamının kuruluşun ödenmiş sermayesinin yüzde 20'sini aşmaması gerekir. Türkiye'de gazete çıkaran gerçek kişilerin, gazete çıkaran tüzel kişilerde ise pay sahibi olanların ve basın ile ilgili mevzuata göre gazete sahibi olanların, kendileri kuruluş ortağı olsun olmasın bir ve üçüncü dereceye kadar (bu derece dahil) kan ve sıhrî hısımlarının ortak olması halinde, bunların ortaklık payları bu bentte belirtilen oranın hesaplaması kapsamına dahil edilir... Toplam Hisse Tutarı Madde 8- Özel radyo ve televizyon kuruluşları olan anonim şirketlere ortak olan gerçek ve tüzel kişilerin bu şirketlerdeki hisseleri toplamı yüzde 20'yi geçemez. Bu hükmün

²¹"Özel Radyo ve Televizyon Kuruluşlarının Kuruluşlarında Uyması Gerekli Asgari İdari ve Mali Şartlarla Yayın Alanı Yayın Saat ve Süreleri Hakkındaki Yönetmelik", *Resmî Gazete*, 16 Mart 1995, S: 22229, s. 5.

uygulanmasında, hisse sahibinin bir ile üçüncü dereceye kadar (bu derece dahil) kan ve sıhri hisimlerinin hisseleri toplamı yüzde 20'yi geçemez. Bu hükümün uygulanmasında, hisse sahibinin bir ile üçüncü dereceye kadar (bu derece dahil) kan ve sıhri hisimlerinin hisseleri toplam olarak değerlendirilir."

F) TEŞVİKLER VE KREDİLER

İktidarların, medya üzerinde denetim kurmak için kullandığı yöntemlerden biri olarak da karşımıza teşvikler, krediler ve kamu ilanları çıkmaktadır. Sedat Simavi'nin "gazete ya devlete satılır ya halka" dediği gibi²², bu tür araçlar iktidarların medyayı satın alma silahı olarak kullanılabilir.

Türkiye tarihi boyunca bu tür olaylara rastlanmaktadır. Mehmed Kemal, bunu şöyle örnekleme²³:

"CHP iktidarda ise parayı Ulus alır, DP iktidarda ise Zafer alırdı. Zafer, DP'nin yayın organı idi. İlan parasını vaktinde vermemek baskı demekti... Muhabirler iktidarın başının yanına bugün olduğu gibi kolayca yanaşamazlardı. Bir şey söyleyeceklerse, çağırırlar gazetelerin patronlarını, Ankara Palas'ta, Anadolu Kulübü'nde söylerlerdi. Öyle soru, yanıt da beklenmezdi. Sırasına göre basılı bir kağıt ele tutuşturulurdu. Çağrılmayan başyazar olursa, onun iktidar başı ile arası açık demekti... DP iktidara geldikten sonra resmi ilanların iyice cıcığı çıktı. Kendine karşı olanlar hemen hemen hiç resmi ilan vermiyor, kendinden yana olanları ilanla besliyordu. Bundan ötürü ortaya bir besleme basın çıktı."

Aslında teşvikler, "basın sektörünün de diğer sektörler gibi gelişmesini teşvik amacıyla²⁴" verilmektedir. Ancak teşvik kapsamına, dördüncü güç girdiğinde bu, medyanın bağımsızlığını olumsuz yönde etkilemekte, "gazete, devletten kredi alıyorsa, gazete devlete satılmış olur"²⁵ yorumuna yol açmaktadır.

²²Necati Doğru, "Basının bağımsızlığı midesinden geçer"Uysa da, Uyumsuz da, *Sabah*, 18 Ağustos 1994, s. 7.

²³Mehmed Kemal, "Resmi ilan sıkıntısı", *İstanbul Beyranı*, 14 Haziran 1992, s. 4.

²⁴"Medyaya yeni rüşvet", *Özgür Ülke*, 7 Ekim 1994, s. 9.

²⁵Necati Doğru, a.g.e., s. 7.

Yazarlar da, Oktay Ekşi'nin olduğu gibi böyle ilişkiler kurulmamasını istemektedir. "Gerçekten basın... varsa devletle veya genel olarak kamu kuruluşlarıyla kurulmuş maddi çıkar ilişkilerinin kamuoyu tarafından bilinmesi doğrudur."²⁶

Sabah gazetesi köşe yazarı Güngör Mengi de "Medyanın devletle hiçbir alışverişi olmasın. Medyanın kamu görevi yapmaktan kaynaklanan gücü, hiçbir şekilde ticari menfaat için kullanılmamalıdır" çağrısı yapmaktadır²⁷. Mengi'ye göre, gazeteler, hiçbir zaman 'benim malımı alacak, benim istediğim ayrıcalıkları bana vereceksin' diye hükümetle pazarlık yapan veya bu imkanı elinde bulunduran işadamlarının tehdit silahı olmamalıdır.

Medya, özellikle medya patronları, gazetecilik dışı işleri olmak, bu işleri yürütmek için medya gücünü kullanmak istemekle suçlanmaktadır. Bu iddiaya göre, medya patronları işlerini yürütmekte kendilerine güçlük çıkaran iktidarlara karşı tavır takınmakta, güçlük çıkarmayanların yanında yer almaktadır. İktidarlar da bu tür ilişkileri olsun olmasın, medya patronlarını çeşitli teşvik, kredi ve kamu ilanları yoluyla kendi safına çekmeye zorlamaktadır.

Buna karşı çıkan bazı gazeteciler, Zülfü Livaneli gibi "Medyada temiz eller hareketi"²⁸ türünde çağrılar yaparken, yine bizzat meslektaşları tarafından kendi gazetesinin de bu teşviklerden yararlandığı yolunda suçlanmaktadır. Yalçın Pekşen bu konuda, isim vermeden Sabah gazetesinden bahsederken "Örneğin 'ucuz krediyi' sanki silah zoruyla almış gibi bir gazete kalkıp 'ucuz krediler durdurulsun' şeklinde ucuz edebiyat yapıyor"²⁹ demektedir.

Prof. Dr. Toktamış Ateş de aynı konuyla ilgili olarak şu noktalara değinmektedir³⁰:

²⁶ Oktay Ekşi, *Hürriyet*, 19 Ağustos 1994, s. 7.

²⁷ Güngör Mengi, Sabah Diyor ki, *Sabah*, 18 Ağustos 1994, s. 3.

²⁸ Zülfü Livaneli, "Medyada temiz eller hareketi", *Dünya Değişirken*, *Milliyet*, 18 Ağustos 1994, S. 5.

²⁹ Yalçın Pekşen, "Ucuz krediler silah zoruyla mı alındı?", *Bir Günü Hikayesi*, *Hürriyet*, 20 Ağustos 1994, s. 17.

³⁰ Toktamış Ateş, a.g.e., s. 33.

"Kitle iletişim araçlarının bu tutumunu anlamak belki de zor değil. Eğer piyasa faiz oranları yüzde ikiyüzlerdeyken, kimi iletişim organları, yüzde otuz faizle teşvik kredileri alabiliyorsa ve bu teşvik kredilerini 'birinin' imzasıyla oluyorsa, o 'birisi' karşısında boyunları kıldan incedir. Sudan bazı konularda 'bağırıp-çağırarak' tiraj almaya çalışırlar, ama iş temelli konulara geldiği zaman gılları çıkmaz. Ve bunu 'birileri' ve herkes bildiği için istedikleri gibi at koştururlar."

Teşvik tedbirleri kapsamında günlük yayın yapan basın ve yayın kuruluşlarının gerçekleştirdiği "entegre basın yatırımlarına" 25 Eylül 1992'de Süleyman Demirel hükümeti tarafından yeni kolaylıklar da sağlandı. Bakanlar Kurulu'nun konuya ilişkin kararı Resmi Gazete'de yayınlandı.³¹ Teşviklerin amacı, gazetelerin daha nitelikli gazete çıkarması, daha nitelikli eleman istihdam edebilmesine yönelikti. Entegre basın yatırımları "özel önem taşıyan" yatırım konuları kapsamına alındı. Gerekli yatırım ve işletme malları ithalatının fona tabi olmadan yapılabilmesine olanak tanındı. Basına ayrıca teşvik belgesi kapsamında kullanılmış makine ve teçhizat ithal edebilme imkanı da sağlandı.³²

Fon kaynaklı kredilerle ilgili 21185 sayılı kararnamede de şöyle denilmektedir³³:

"Madde 7: Yatırımların, yatırım ve işletme kredisi aşağıda belirtilen esaslar çerçevesinde karşınalı. 1- Fon Kaynaklı Krediler. Teşvik belgesi kapsamında yapılacak yatırımlara bu esaslarda belirtilen hükümler çerçevesinde fon kaynaklı kredi temin edilebilir. Bu teşvik tedbirinden yararlanabilmek için söz konusu teşvikin belgede yer almış olmasının yanı sıra, krediyi verecek bankanın yapacağı değerlendirmenin de olumlu neticilenmesi gerekir."

Teşvikler, Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın onayından sonra, Türkiye Kalkınma Bankası aracılığıyla dağıtılmaktadır. Teşvikler iki türlü verilmektedir. Bunlardan birincisi, kaynak kullanımını destekleme primi olarak

³¹"Bakanlar Kurulu Kararı", *Resmî Gazete*, Sayı: 21334, 23 Eylül 1992, s. 3.

³²"Basın yatırımlarına teşvik", *Anadolu Ajansı*, A0040, 23 Eylül 1992.

³³*Hürriyet*, 6 Ekim 1993, s. 36.

ödenenlerdir. Bu teşvikler hibe şeklindedir ve yatırım tutarının teşvik belgesinde öngörülen oranı kadar Türkiye Kalkınma Bankası'nca yatırımcıya hibe olarak verilmektedir. Geri ödemesi yoktur. İkincisi, fon kaynaklı kredilerdir. Bunlar da teşvik belgesinde öngörülen miktarda ödenmektedir. Faizleri, 0 ile yüzde 35 arasında değişmektedir. İki yılı ödemesiz, 5 yıllık geri ödeme sürelidir.³⁴

Süleyman Demirel Hükümeti'nin ilk 500 gününde, Sabah 699 milyar 263 milyon, Hürriyet 425 milyar 520 milyon, Milliyet 334 milyar 683 milyon, Türkiye 229 milyar 646 milyon, Feza Yayıncılık (Zaman) 49 milyar 551 milyon, Cedit Grubu (Türkiye Günlüğü dergisi çevresinde toplanan ve Özal'a yakınlığı ile tanınan İslamcılar) 55 milyar 119 milyon lira teşvik aldı. Televizyonlar hariç tutulmak üzere, hükümetin 500 günü içinde, Nisan 1991 tarihine kadar basına aktardığı teşviklerin tutarı, 68 belge karşılığında 2 trilyon 606 milyar 503 milyon lirayı buldu. Teşviklerin dağılımına bakıldığında, Batman, Diyarbakır Divriği gibi merkezlerde milyonluk gazete-dergi basılmasının varsayıldığı görüldü.

Sabah gazetesinin sahibi Dinç Bilgin, teşvik aldıklarını doğrularken şunları söylemektedir: "Sabah gazetesi olarak büyük teşvikler aldığımız doğrudur. Çünkü, basın sektöründe en fazla yatırımı biz yapıyoruz, dolayısıyla bu yatırımların gerektirdiği tüm teşvikleri almış durumdayız. Ancak Türkiye Kalkınma Bankası'ndan hibe niteliğinde de olsa bir kuruş bile kredi kullanmış değiliz."³⁵

Demirel'in başbakanlığı döneminde, danışmanlığını üstlenen İlnur Çevik'in başında bulunduğu Daily News gazetesi, saatte 25 bin baskı yapabilecek komple baskı makinesi için tek belge ile 6.5 milyar liralık teşvik aldığı bunun yüzde 15'inin gruba hibe olarak verildiği, yatırımın yüzde 100 vergi ve gümrük muafiyetine tabi olduğu belirtildi.

³⁴Nursun Erel, "Basına 2.6 trilyonluk teşvik", *Cumhuriyet*, 20 Mayıs 1993, s. 1.

³⁵"Büyük teşvikler aldık", *Cumhuriyet*, 21 Mayıs 1993, s. 1.

Medyaya verilen krediler, çok düşük faizli fon kaynaklı krediler olmaktadır. Basının 1992-1993 döneminde devletten 3 trilyon 387 milyar liralık teşvik aldığı, 215 milyon 621 bin dolarlık da fon kaynaklı kredi kullandığı bildirilmektedir³⁶.

Sabah gazetesinin, bu yılları kapsayan fon kaynaklı kredi dökümü şu tabloyu ortaya çıkarmaktadır: Milliyet Gazetecilik AŞ 142 milyar 784 milyon TL (13 ekim 1992), Hürriyet Gazetecilik ve Matbaacılık AŞ 48 milyar 667 milyon (24 şubat 1993), Sabah Yayıncılık AŞ 21 milyar 809 milyon TL (28 nisan 1993), Dünya Gazetecilik AŞ 15 milyar 50 milyon TL (17 şubat 1993), Medya Holding AŞ 13 milyar 643 milyon, Gazete ve Matbaacılık AŞ 12 milyar 374 milyon TL.³⁷

Sabah'ın yayınladığı bu liste ile ilgili olarak ertesi gün, Milliyet gazetesinde, krediler hakkında şu noktalar üzerinde duruldu³⁸:

"1) Milliyet'in kullandığı fon kaynaklı kredi 142 milyar lira değil, 81 milyar. Bunun 17 milyarı nakit değil, üstelik kağıt olarak verildi. Sabah'ın yayınladığı listede, Medya Holding ve Gazete Matbaacılık adında iki şirket sanki ilgisiz iki firma gibi yer alıyor. Oysa bunlar da Sabah'ın. 3) Fon kaynaklı kredi, bir kuruluşun sağladığı veya sağlayabileceği tek teşvik değil. Sabah, işine geldiği şekilde sadece bunu göstererek rakam oyunu yapıyor. 4) Fon kaynaklı kredi, iki yıl önce çıktı. Türkiye çapında, tekstil gibi her sektöre, bu arada basın yatırımlarına da sağlandı. Tüm sektörler toplamı 5.5 trilyona ulaştı. 5) Milliyet, büyük yatırımlarına iki yıl önce başladığı için bu teşvikten yararlandı. Oysa, örneğin Sabah, yatırımlarını daha önce yaparken, başka türdeki teşviklerden bol bol yararlandı. 6) Milliyet kullandığı krediyi sadece Milliyet adıyla aldı. Oysa, Sabah Grubu aldığı çeşitli teşvikleri Sabah Yayıncılık, Bugün Yayıncılık, Medya Holding, Gazete ve Matbaacılık, Satel, ATV ve benzeri şirketler şeklinde parçalı topladı. 7) Sabah Grubu'nun aldığı çeşitli teşvikler içinde hibe, karşılıksız, bedelsiz teşvik primleri de yer aldı. Sadece İstanbul Belediyesi'nden sağlanan yer değişikliği yazısıyla bile, yatırım tutarının

³⁶"Bas küfrü kap parayı", *JD*, Yıl: 1, Sayı: 1, Ekim 1994, s. 5.

³⁷"Açıklayın", *Sabah*, 17 Ağustos 1994, s. 1.

³⁸"Temiz basın için hodri meydan", *Milliyet*, 18 Ağustos 1994, s. 1.

yüzde 10'u kadar, 1989'un parasıyla 700 milyon lira kadar hibe teşvik alındı."

Hürriyet gazetesi de aynı gün, Hürriyet Gazetecilik AŞ'nin teşvik belgeli yatırımının 543 milyar 503 milyon lira olduğunu belirterek, bu yatırım için kullandığı fon kaynaklı kredinin 39 milyar 694 milyon lira olduğunu beyan etti. Hürriyet Ofset AŞ'nin de, 275 milyar 977 milyon liralık teşvik belgeli yatırımına karşılık, 14 milyar 901 milyon liralık fon kaynaklı kredi kullandığını açıkladı.³⁹

Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı, 1993'ün ilk 10 ayı için de Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerine fon kaynaklı 112 milyar lira kredi verildiğini bildirdi. Müsteşarlık'ın Hürriyet gazetesine yaptığı açıklamaya göre, bu krediden Milliyet gazetesine 52 milyar, Hürriyet gazetesine 33 milyar, Sabah gazetesine de 27 milyar lira tahsis edildi.⁴⁰

Zaman gazetesi sahibi Alaaddin Kaya'nın yine sahibi olduğu Gaye Filmcilik Matbaacılık Sanayi ve Ticaret AŞ'nin 1991 ve 1992 yıllarında gazete matbaası kurmak için iki ayrı teşvik aldığı bildirilmektedir. Toplam 2 milyon 250 bin dolar tutarındaki kredi, yüzde 100 gümrük ve yatırım indirimi ile yüzde 30 fon kaynaklı kredi kullanımını öngörmektedir.

Ekonomiden sorumlu Devlet Bakanı Aykon Doğan, bu tartışmalar sırasında yaptığı açıklamada, "1994 yılı içinde devlet çeşitli sektörlerle 5 trilyon liranın üzerinde fon kaynaklı kredi kullandı. Bu rakamın yüzde 1.5'i olan 75

³⁹"İşte bizim hesabımız", *Hürriyet*, 19 Ağustos 1994, s. 1.

⁴⁰"İşte gerçekler", *Hürriyet*, 6 Ekim 1993, s. 36.

milyar lira basına verildi. Bu kredinin 24 milyar liralık bölümü 24 ocak 1994'te, 51 milyar liralık bölümü de 14 temmuz 1994 tarihinde verildi" demektedir.⁴¹

Sabah gazetesi, bu kredilerden 16 milyar 189 milyon liralık bölümünü kullandığını bildirdi. Sabah, fon kaynaklı kredilerin devlet tarafından geri alınmasını da önerdi. Ancak bununla ilgili bir sonuç çıkmadı.

Bir başka iddia ise, Tansu Çiller'in Başbakan olduktan sonra, basın yatırımlarına 2.6 trilyon lira teşvik dağıttığı yolunda. Bu iddiaya göre, teşviklerden aslan payını İnterstar, Sabah, Milliyet, Hürriyet ve Türkiye gazeteleri aldı. Hazine, basın kuruluşlarına, Kalkınma Bankası ve Emlak Bankası aracılığıyla 'sıfır ile yüzde 30 arasında değişen faizlerle' çok uygun krediler kullandırdı. Basının teşvik belgeli yatırımlarına yüzde 100 gümrük muafiyeti de tanındı.⁴² Demirel'in ilk 500 gün içinde verdiği kredi rakamları ile Çiller'in verdiği belirtilen kredilerin rakamlarının aynı olduğu ve basında bir tekrar olarak ele alındığı dikkati çekmektedir.

Çiller'in, DYP Genel Başkanlığı adaylığı için Devlet Bakanlığı görevinden istifa etmeden "Devlet Bakanı" sıfatıyla son attığı imzalar Sabah ve Hürriyet gazetelerine verilecek olan fon kredili kaynakların oluru idi. İki gazete Emlak Bankası'ndan yüzde 30 faizli, 100 milyar liralık krediyi hemen aldılar.⁴³

Parlamento'dan dergisinde yayınlanan listede de Çiller'in imzasıyla medyaya dağıtılan teşvikler daha ayrıntılı olarak verilmektedir. Rakamlar milyon TL'dir⁴⁴:

⁴¹"Hükümet: Bu yıl basına 75 milyar lira kredi verildi", *Sabah*, 18 Ağustos 1994, s. 1.

⁴²Nursun Erel ve Ali Bilge, *Tansu Çiller'in Siyaset Romanı*, s. 130.

⁴³a.g.e., s. 126.

⁴⁴"Çiller'in medya isyanı", *Parlamentodan*, Yıl: 3, Sayı: 23, Nisan 1994, s. 55.

MEDYAYA VERİLEN TEŞVİKLER

KURULUŞ	MİL / TL	NEDENİ
Hürriyet (İstanbul)	125.716	yenileme
Hürriyet (muhtelif iller)	90.836	tevsii
Hürriyet (İstanbul)	81.647	yenileme
Hürriyet Radyo Yay AŞ	5.740	komple yeni
Sabah Yay. AŞ (Adana)	49.498	komple yeni
Sabah Yay. AŞ (Antalya)	48.613	komple yeni
Bugün Yay. AŞ (Antalya)	37.320	komple yeni
Bugün Yay. AŞ (Trabzon)	37.733	komple yeni
SATEL TV Pro. AŞ	70.920	komple yeni
URT Radyo TV Yapım AŞ	49.440	komple yeni
A Yapım TV Prog. AŞ	44.904	komple yeni
İmaj TV Yapım Ltd Şti	33.000	komple yeni
Karacan Yay. AŞ	96.939	tevsii
Milliyet Hab. Aj. AŞ	89.322	komple yeni
İhlas Gzt. Holding AŞ	15.607	komple yeni
İhlas Gzt Hol AŞ (Erzurum)	1.379	modernizasyon
İhlas Gzt Hol AŞ (İstanbul)	99.726	komple yeni
Has TV Rek San Tic AŞ	24.172	komple yeni
Dünya Süper Web Ofset AŞ	51.736	tevsii
Başkent Gzt. ve Tic San AŞ	179.456	tevsii
Renk Grafik Film Mat AŞ	20.034	modernizasyon
Bölge Gzt. Mat. S ve T. AŞ	23.128	komple yeni
Gamat Gzt. Mal AŞ	20.275	tevsii
Tifdruk Mat San AŞ	13.426	tevsii
Aba Ofset Bs Amb San AŞ	30.416	tevsii
Ağaçkakan Mat. San ve Tic	111.901	komple yeni
Esen Ofis. Mat ve S. Tic AŞ	11.610	modernizasyon
Kocaeli Gzt ve Yay AŞ	29.577	tevsii
Feza Gzt. AŞ	21.100	komple yeni
Feza Gzt. AŞ (İzmir)	14.115	komple yeni
Feza Gzt AŞ (Adana)	14.336	komple yeni
Cedit Neş Mat San Tic AŞ	55.119	komple yeni

Şafak Fin Std San Tic AŞ	5.725	tevsii
Bursa Gzt ve Yay AŞ	4.429	modernizasyon
Özer Yay Ltd Şti	40.683	komple yeni
Ajans Türk Gzt Mat AŞ	11.254	tamamlama
Gaye Mat. San. ve Tic AŞ	17.511	komple yeni
Gaye Mat San Tic AŞ	10.360	tevsii
Stil Mat San Tic AŞ	20.440	tevsii
Özortaklar Mat Tic AŞ	1.621	komple yeni
Aksoy Gra Mat San AŞ	2.710	tevsii
Semih Ofset Mat Yay S AŞ	11.186	tevsii
Mem Ofş Mat Ltd Şti	47.859	komple yeni
Etam Eğ Tan Hzm AŞ	14.529	modernizasyon
Halley Rek Tic AŞ	5.361	komple yeni
Enformasyon San Tic AŞ	9.452	komple yeni
AKS Tv San Tic AŞ	8.946	komple yeni
İktisat Fin. Kir AŞ	687	finansal kiralama
İktisat Fin Kir AŞ	20.573	finansal kiralama
İktisat Fin Kir AŞ	1.734	finansal kiralama
İktisat Fin Kir AŞ	5.161	finansal kiralama
Vakıf Fin Kir AŞ	86.802	finansal kiralama
Finans Fin Kir AŞ	9.798	finansal kiralama
Demir Finans Kir AŞ	2.700	finansal kiralama
Halk Fin Kir AŞ	19.574	finansal kiralama
Halk Fin. Kir AŞ	5.875	finansal kiralama
İş Gen Fin Kir AŞ	586	finansal kiralama
İş Gen Fin Kir AŞ	3.398	finansal kiralama
Göktuğ Elkt San Tic AŞ	23.060	komple yeni
Polo TV Radyo Tan AŞ	14.031	komple yeni
Günaydın	104.000	tevsii

Mesut Yılmaz döneminde de, İnterstar'ın sahibi Uzan ailesine iki ayrı belge ile toplam 125 milyar liralık teşvik aktarıldığı belirtilmektedir.⁴⁵

⁴⁵ÇGD, *Başın Güncesi*, s. 98.

Medya kuruluşlarına teşvikler, daha sonra da devam etti. 1994 Mart ayında Hürriyet Gazetecilik Matbaacılık AŞ'ye yüzde 100 gümrük muafiyetli 147.564 (milyon TL) teşvik primi, Interpress'e yüzde 100 gümrük muafiyetli yüzde 30'u fon kaynaklı olmak üzere 86.000 (milyon TL) kredi verildi.⁴⁶

İhlas Gazetecilik AŞ'nin de, Hazine'den 1988-1994 yıllarında 339 milyon 787 milyon liralık teşvik aldığı görülmektedir. Cumhuriyet gazetesinin haberine göre, İhlas, en büyük teşvik başvurusunu 30.11.1990 tarihinde gerçekleştirdi. 152. sırada ve 28993A teşvik belge numarasıyla muhtelif illerde 3 bin kişiyi istihdam edeceğini belirterek 212 milyar liralık yüzde 100 gümrük ve yatırım indiriminden yararlandı.⁴⁷

Siyasi partilerin ve liderlerinin bu konudaki tutumu da iktidarda olup olmadıklarına göre değişiklik göstermektedir. Medyada kredi tartışmalarının yoğunlaştığı bir sırada muhalefette olan ANAP, Meclis'e verdiği araştırma önergesinde şu görüşleri öne sürmektedir:

"Özel ve kamu bankaları kanalıyla kaynak sağlanan şirketler aracılığıyla ihya edilen basın bu şekilde etkin ve dürüstlük imajının ortadan kalktığı ve basınla ilgili bu iddiaların araştırılmasının gözardı edilemeyeceği, bu nedenle Meclis'in harekete geçmesi gerektiği..." Önergede ayrıca şu noktalar üzerinde durulmaktadır:

"Ticari zihniyetle hareket eden bazı yazılı ve görüntülü basın yayın organları verilen kredilerle kendilerini kurtarıyorlar, basın yayın ilkeleri dışındaki hareketleriyle de bazı çevrelerin sözcüsü haline getirilen basın yara alıyor ve güven vermez bir kuruluş olarak rencide ediliyor."⁴⁸

Parlamentodan dergisi ise, teşvikleri şöyle yorumlamaktadır: "Başbakan Çiller her ne kadar özel TV ve radyoları eleştirse de bakmayın yalandan ağladığına.

⁴⁶ "94 teşvik paketinden kimler yararlanacak", *İntermedya Ekonomi*, Yıl: 1, Sayı: 18, 3 Haziran 1994, s. 25.

⁴⁷ "İhlas'ın teşvik edilen yükselişi", *Cumhuriyet*, 9 Ocak 1994, s. 1.

⁴⁸ *İD*, s. 7.

Çünkü ikisi eleştiriyorsa, 10'u destek veriyor. Ne karşılığı mı? Aldıkları kredi ve teşvikler karşılığı. En son edinilen bilgiye göre tirajı 15 binlerde gezinen Günaydın gazetesi de pastadan payını almış. ne kadar dersiniz? Tam tamına 105 milyar lira (listeye göre 104 olmalı). Şimdi hükümeti eleştirirse biraz ayıp olmaz mı? Yoksa hangi parayla kuracaktı Esenboğa yolundaki yeni matbaasını?"⁴⁹

Nazlı Ilıcak, kredi-medya-politikacı ilişkisi üzerine şu yorumu yapmaktadır⁵⁰:

"İki yüksek tirajlı gazetenin manşetini okuyunca arkadaşlarla bir teşhiste birleştik: 'İşte diyetlerini ödüyorlar.' Gazetenin biri, başlığını 'Yuh olsun' diye atmış. Diğeri, 'Biraz utanın' diyor. Söz konusu iki gazete, grupta silkelenen Tansu Çiller'e sahip çıkıyor. Milletvekillerinin eleştirilerinin kaynağı bakanlık merakı gibi gösteriliyor. Neden iki gazetede bir anda aynı yorum? Tesadüf mü? Yoksa birileri, kulaklarına bir mesaj mı fısıldadı? Diyelim ki, milletvekillerinin bakanlık merakı. Gazetelerinkinin kongre öncesi imzalanan kredilerin hatırı olmadığı ne malum?.. Türkiye'de parayla gazete ve gazeteci satın alma teşebbüsleri yaşanmış ve netice bunu deneyenlerin hayrına olmamıştır."

Ilıcak ayrıca, şu görüşü savunmaktadır: "Hükümet... gazetelere yatırım kredisi dağıtmış. Oysa, bunun yerine işletme kredisi sağlamalıydı. Çünkü, Sabah, Hürriyet, Milliyet gibi gazeteler, zaten yatırım yapabilecek varlığı olan gazeteler. Siz, bir de bunlara ilave yatırım teşvikleri sağladığınızda, sadece tekelleşmeyi hızlandırırsınız."⁵¹

Bu kredilerin baskı unsuru olarak kullanılabileceği yolundaki kuşkuları, Devlet Bakanı Aykon Doğan da, "Hiç kuşkusuz basına verilen desteğin bir baskı aracı olarak kullanılmaması da önem taşır. Esas itibarıyla Anayasamızın 28, 29 ve 30. maddeleri hür basının böyle bir baskıya maruz bırakılamayacağını teminatıdır" sözleri ile ortaya koymaktadır.⁵²

⁴⁹ *Parlamentodan*, a.g.e.

⁵⁰ Nazlı Ilıcak, "Atatürk-Özal-Çiller", *Tercüman*, 2 Temmuz 1993, s. 1.

⁵¹ "Büyük teşvikler aldık", *Cumhuriyet*.

⁵² "Hükümet: Basma 75..." *Sabah*, s. 28.

Haber kaynakları güçlü bir gazeteci olarak tanınan ve kendilerinin teşvik almadığını ileri süren, Turkish Daily News Editörü İlnur Çevik bir söyleşide "Bu teşvikleri kim ne yapmış bilemem. Devletin özel bilgilerine vakıf değilim. Ama olay ortada. Hangi gazetelere ne ilanları veriliyor, ne için veriliyor ortada. 'Devlet basını' damgasını yemeleri yalnız parasal olayla ilgili değil... Bu dönemde yeniden bir takım teşvikler verildiği söyleniyor. Hatta hatta bir kısım gazetelere -adları yok ortada, reklamlara bakılırsa anlaşılır- büyük devlet bankaları krediler açıyorlar ve bu kredileri o gazeteler bastıkları reklamlarla ödüyorlar. İnanılmaz milyarlar dökülüyor bu gazetelere ama, bu milyarlar bile yetmiyor bu gazetelerin borçlarını karşılamaya... Bakıyorsunuz, gazetelerin yazı ve yorumlarına; köşe yazarından tutun, genel yayın politikalarına kadar, başından beri ölmüş bir hükümeti ayakta tutma politikaları. Ve diyorlar ki, 'Biz kral yaparız, kraliçe yaparız. Tansu Çiller'i biz getirdik'⁵³ demektedir.

Çevik bir yazısında ise, medya kuruluşlarının sadece teşvik değil, kamu ilanları yoluyla da kaynak aktarıldığını belirtmektedir: "Devletten 2 trilyon lira düşük faizli kredi alan ve reklam karşılığı kamu bankalarından fon almayı sürdüren İstanbul'un büyük Türk gazetesi, son olarak büyük bir tensikat yaptı."⁵⁴

G) KAMU İLANLARI

Teşvik ve krediler dışında, iktidarların medyayı etkilemede kullandıkları en önemli kaynak kamu ilanları olarak görülmektedir. Kamu ilanları hakkında Gazeteciler Cemiyeti eski başkanlarından Nezih Demirkent, "Kamu... ilanları peşinde koşan gazetecilerin şantaj ve tehdit gibi yollara başvurmaları, patronların

⁵³Nedret Ersanel, *Nokta*, Sayı: 22, S. 24.

⁵⁴"Turkey's mass circulation Sabah newspaper capitalizes on Go Turkey campaign", *Turkish Daily News*, April 25 1994, s. 3.

sahibi oldukları bankaların ve holding şirketlerinin işlerine yarayacak haberleri yaydıklarını"⁵⁵ söylemektedir.

Kamu ilanları, medya kuruluşlarının yaşaması için önemli bir gelir kaynağıdır. Kamu ilanlarının, normal dönemsel reklam kampanyaları dışında, seçimlere yakın dönemlerde arttığı gözlenmektedir. Muhalefet partileri, bu tür ilan artışını eleştirmektedir.

Kamu ilanlarına hakim olma gücünün önemi Başbakan Tansu Çiller'in şu genelgesi ile görülmektedir. "...bütün kamu kurul ve kuruluşlarının (bankalar dahil) tanıtım ve diğer maksatlarla basın ve yayın organlarına vermeyi planladıkları her türlü reklam için, konu proje safhasında iken ve reklamın maliyetini de belirtmek kaydıyla Başbakanlıktan ön izin alacaklardır."⁵⁶

Başbakanın böyle bir yetkiye sahip olmasını eleştiren Reklamcılar Derneği Başkanı Atilla Aksoy, kamu ilanlarının çıkar ilişkisiyle verildiğine dikkati çekerken şunları söylemektedir:

"Devlet reklam yatırımı yapmıyor, reklam harcaması yapıyor. Verilen kampanyaların yüzde 99'u siyasi yakınlıkların kullanıldığı çıkar ilişkileri. Kısacası hükümetler bir türlü reklam yatırımı öğrenemedi. Hep harcadılar. Tüketici ile bağın kesilmemesi için ekonomik birimlerin düzenli olarak reklam vermesi gerekir. Bu teknik bir konudur. Bir başbakan böyle bir konuya yoğunlaşacak zaman bulamaz. Ayrıca, başbakan elinde toplanan reklam verme yetkisi olayın 'şantaj' haline dönüşmesine yol açmaktadır."⁵⁷

Tercüman gazetesi sahibi Kemal Ilıcak, iktidar tarafından batırılmak istendiklerini belirtirken, "Resmi ilanlarımıza kadar kesildi biliyorsunuz"⁵⁸ demektedir. Güventürk Görgülü, bu konuda "Tercüman'ın hükümetle olan fikir ayrılıkları sonucunda ödeme güçlükleri içine düşmesi, politik nedenlerden dolayı

⁵⁵ 3D, s. 6.

⁵⁶ Başbakanlık genelgesi Sayı: B.02.0. PPG.0.12-383-8108 Konu: Basın ve yayın organlarına verilecek reklamlar.

⁵⁷ Serpil Yılmaz, "Kriz geçici, reklam kalıcıdır", *Milliyet*, 2 Haziran 1994, s. 7.

⁵⁸ Tülay Bilginer, "Devlet terörü ile 35 trilyonunu aldılar", *Nokta*, Yıl: 10, Sayı: 34, 30 Ağustos 1992, s. 41.

ilan alamaması, bu tür mali silahın basında ne gibi olaylara yol açabileceğini göstermesi açısından dramatik bir örnektir"⁵⁹ diye yazmaktadır

Sadece Tercüman'ın değil, Günaydın'ın da kamu ilanları gazete Asil Nadir'e satılmadan önce, iktidara muhalefeti nedeniyle kesildi. Hasan Cemal, "Öte yandan Günaydın gazetesi, kamu bankalarının ilan ambargosunun hedefi. Bazı banka genel müdürleri 'Ne yapalım, emir yüksek yerden' diyormuş"⁶⁰ demektedir.

Güneri Cıvaoğlu, kamu ilanlarının medyaya yararını şu cümle ile vermektedir: "...Gazeteler bu ayı banka ilanları ve siyasi parti propaganda ilan sayfaları ile kurtardılar."⁶¹

Melih Aşık, 94 yerel seçimlerinden hemen önce kamu ilanlarına şöyle değinmektedir⁶²:

"Gazeteler ve televizyonlara kamu bankaları başta olmak üzere devletten ilan ve reklam yağıyor şu günlerde. Çok nankör değilseniz Tansu Hanım ve başta Bedrettin Bey olmak üzere DYP'li adayları destekleyeceksiniz karşılık olarak. Sizden bu bekleniyor. Bazı basın ve yayın organları kendilerine yapılan kıyakçılığın hakkını veriyor, bazısı oralı olmuyor. Paralı reklam yasak. Peki Tansu Hanımın halkın cebinden medyaya dolaylı para akıtarak yaptığı ne?"

Emin Çölaşan, Kanal 6'nın sahibi Ahmet Özal'a verilen kredilerle ilgili olarak yazdığı bir yazıda şu görüşü savunmaktadır⁶³:

"Mart ayında Ahmet zaten batık durumda. Halkbank nasıl olur da bu adama devletin ve milletin 2 milyon dolarını kredi olarak tahsis eder. Ve dikkat ediyorum, Özal hanedanına bol kepçe kredi açan bankacılar, Tansu Çiller tarafından ödüllendiriliyor. Aydın Ayaydın Emlakbank'a, Cihan Paçacı Ziraat Bankası'na genel müdür yapılıyor."

1994 Yerel Genel Seçimleri öncesi muhalefette bulunan ANAP lideri Mesut Yılmaz şu suçlamayı getirmektedir⁶⁴: "Hükümet hiçbir siyasi dönemde

⁵⁹ Gülventürk Görgülü, a.g.e., s. 30.

⁶⁰ Hasan Cemal, a.g.e., s. 264.

⁶¹ Güneri Cıvaoğlu, "Durdurun dünyayı", *Sabah*, 20 Mart 1994, s. 29.

⁶² Melih Aşık, "Reklam", *Açık Pencere, Milliyet*, 24 Mart 1994, s. 19.

⁶³ Emin Çölaşan, *Hürriyet*, 9 Ekim 1994, s. 5.

⁶⁴ Mesut Yılmaz'ın basın toplantısı, *TRT 1 TV*, Saat 13:00, 28 Mart 1994.

olmadığı kadar devlet olanaklarını kullandı. Devlet bankalarının reklamlarında dahi Başbakanlığın logosu bulunuyor. Basın, TV reklamlarında bile hep bu logolar kullanıldı. Tüm kamu bankaları iktidarın yanında seçime sokuldu."

Yılmaz ayrıca kejdilerinin de bu konuda suçlanmasıyla ilgili olarak "Bizim iktidarımız döneminde ne bir bankaya ne de bir gazeteye en ufak bir ayrıcalık tanımadık... Bu haberleri basına verenler eğer iddialarında samimi iseler, kendileri iktidardadır. Soruşturma açsınlar, kim sorumluysa cezalandırsınlar"⁶⁵ demektedir.

Yılmaz'ın çoğunlukla isim vermeden suçladığı Sabah Grubu'ndan, Sabah gazetesinin Genel Yayın Müdürü Zafer Muthu, kendilerini savunurken, başka medya kuruluşlarını suçlamaktadır⁶⁶:

"Ancak Sabah'ın yayıncılık dışında hiç ama hiç ticari geliri yoktur. Sabah gücünü buradan alır... Sabah'ta herhangi bir sektörün sözcülüğünü göremezsiniz. Sabah'ta herhangi birisi için iftira kampanyası bulamazsınız. Sabah'ta bir gün önce tam sayfa başlayıp altına 'Devamı yarın' diye yazılıp sonra aniden kesilen kredi pazarlıkları yayınları okuyamazsınız."

Kanal 6 Genel Koordinatörü Turan Akköprülü, kitle iletişim araçlarının ancak ekonomik açıdan devletten bağımsız olursa objektif davranabileceğini belirterek, demokrasinin en büyük kıstasının bağımsız medya olduğunu vurgulamaktadır.⁶⁷

Gazeteci Ayhan Yetkiner de gazetecilere fotoğraf makinesi sağlanması olayından yola çıkarak, basına her türlü devlet yardımının yanlış olduğuna işaret etmektedir⁶⁸:

"Yetkiner devam ediyor: 'Basının, devletten yardım alması fikrine kesinlikle karşıyım. Geçenlerde, foto muhabirleri kendilerini tartaklayan polisi protesto için makinelerini bıraktılar. Cumhurbaşkanı Özal, bu konuda, kendilerine bizim verdiğimiz makineler değil mi bunlar? diye sordu. Evet,

⁶⁵"Yılmaz: İmar Bankası'na ödemeden bilgim yok", *Hürriyet*, 9 ekim 1993, s. 28.

⁶⁶Zafer Muthu, "Özgürlük üzerine", Basın Dünyası, *Sabah*, 27 Haziran 1994, s. 2.

⁶⁷"Medya kamuya nasıl etkiliyor", *Marketing Türkiye*, 1 Mart 1994, Yıl: 3, Sayı: 69, s. 8.

⁶⁸Burhan Özbey, "Gazeteci ve mülkçü", *Güneş*, s. 13.

foto muhabirlerine Özal hediye etmişti o makineleri. Devletten alınan her türlü yardım basını hükümete karşı köleleştirir."

Basın İlan Kurumu'nun verilerine göre, 1992 yılında gazetelerde yayınlanan kamu reklamlarının (resmi ilan hariç) miktarı 119 milyar 375 milyon 344 bin 455 lira oldu. Bu reklam gelirlerinin gazetelere göre dağılımı da şöyle gerçekleşti:

Bugün 3.392.773.500, Cumhuriyet 6.635.320.000, Dünya 3.326.671.598, Günaydın 3.160.000, Güneş 134.200.000, Hürriyet 35.967.967.507, Milliyet 27.794.701.886, Ortadoğu 50.250.000, Sabah 25.708.453.864, Tercüman 5.017.317.287, Türkiye 9.799.124.501, Yeni Asya 117.755.240, Zaman 753.262.500 TL.

1993 yılında kamu reklamlarının miktarı 329 milyar 855 milyon 870 bin 516 liraya ulaştı. Bu gelir, gazeteler arasında şöyle paylaştırıldı:

Bugün 4.625.910.229, Cumhuriyet 10.347.936.155, Dünya 8.061.452.053, Hürriyet 93.493.605.004, Milli Gazete 62.300.000, Milliyet 89.771.853.789, Ortadoğu 188.911.440, Sabah 89.465.751.759, Tercüman 4.912.334.014, Türkiye 19.902.508.049, Yeni Asya 56.000.000, Zaman 2.188.363.260, Meydan 5.766.054.326, İstanbul Bayram 623.250.001.

İktidarın reklam yoluyla kaynak aktarmada kullandığı ileri sürülen kamu bankalarından biri olan, Emlak Bankası, Türkiye'nin en büyük reklamverenleri listesinde, 1994'te 31, 1995'te 9. sırada yer aldı. Bankanın, 1994'te yaptığı reklam harcaması 676 milyar 82 milyon, 1995'te de 492 milyar 60 milyon lira oldu.⁶⁹

Aynı yıl, bankalar arasında ilk 10'da 3. sırada yer alan Emlak Bankası'nın yayın kuruluşlarına göre harcamaları şöyle oldu (Milyon TL-yüzde): TV 420.699, 63.64; Radyo 468, 0.007; Basın 239.934, 36.29.⁷⁰

⁶⁹ *Marketing Türkiye*, Yıl: 5, Sayı: 113, 1 Ocak 1996, s. 38.

⁷⁰ "Türkiye'nin en büyük 200 markası", *Marketing Türkiye*, Yıl: 5, Sayı: 109, 1 Kasım 1995, s. 5.

Bir başka kamu kuruluşu olan TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı, 1994 yılında 187 milyar 149 milyon liralık reklam harcaması yaptı. Bu rakam, prestij reklamları sıralamasında yüzde 3.93'lük bir oranı karşılamaktadır. Hazine Müsteşarlığı'nın reklam harcamaları yayın kuruluşlarına göre şöyle gerçekleşti (Milyon TL-yüzde): TV 52.776, 28.20; Radyo 323, 0.17; Basın 134.049, 71.63.⁷¹

H) REKLAM GELİRLERİ

Medya kuruluşlarının reklam gelirlerine dikkat edildiğinde, yazılı medyanın reklam gelirlerinin, görsel medyanın aleyhine düştüğü görülmektedir. Radyo reklam gelirlerinde ise önemli bir değişiklik yaşanmamaktadır.

Televizyonun, yazılı medyanın aleyhine reklam pastasından daha büyük pay alması, bu konuda bazı araştırmaların yapılmasına yol açtı, basın reklamlarının televizyondan daha etkili olduğu ileri sürüldü.

Hürriyet, Sabah, Milliyet, Cumhuriyet ve Türkiye gazeteleri tarafından düzenlenen "Yazılı basının önemi" konulu seminerde bir konuşma yapan Anadolu Üniversitesi Rektörü Profesör Yılmaz Büyükerşen, "Basın reklamları zaman ve para açısından reklam verene sağladığı tasarrufun yanısıra, gazetelerin yayın tarihinden bir gün önce reklam kabul etmeleri, reklam verene güncel olaylarla bağlantılı reklam yapabilme olanağı sağlar. Konu güncelliğini yitirmeden, hedef kitlesine ulaşır"⁷² dedi. Gazeteler, televizyonun baskısına rağmen yine de promosyonlarla tirajlarının yükseldiği dönemlerde, reklam alımını günün erken saatlerinde kesmek zorunda kaldı.⁷³

Burada, reklamların hangi mecrada etkili olduğu hakkındaki bir tartışma konumuz dışı kalmaktadır.

⁷¹"Prestij reklamları", a.g.e. s. 32.

⁷²Süleyman Sarılar, "Basın reklamları, TV'den daha etkili", *Hürriyet*, 23 Şubat 1992, s. 5.

⁷³"Reklam ajanslarımızın dikkatine", *Milliyet*, 25 Temmuz 1993, s. 10.

Sadece RTÜK'ün televizyon reklamlarına diğer konularda olduğu gibi bazı düzenlemeler getirdiğine işaret etmekle yetinelim. "Radyo ve Televizyon Kuruluşlarının Yayın İlkeleri ve Usülleri ile Reklam Gelirleri Üst Kurul Paylarının Ödenmesi Hakkındaki Yönetmelik"te, reklam gelirlerinden yüzde 4'lük bir payın RTÜK'e yatırılması öngörülmektedir. Yönetmeliğe göre, kuruluşların yayınlarda reklamlara ayırdıkları süre günlük yayın süresinin yüzde 15'ini geçemeyecektir.⁷⁴

Medyanın reklam gelirlerini ve yüzdelerini gösteren tablo aşağıdadır:

	Televizyon (TL)	%	Basın (TL)	%
1990	559.865.659.000	42.7	739.742.520.000	56.5
1991	1.258.583.924.000	49.2	1.289.398.522.000	50.4
1992	3.781.495.730.000	50.2	3.723.953.760.000	49.5
1993	17.011.368.787.000	59.8	11.342.641.258.000	39.9
1994	66.972.618.755.000	78.5	18.245.193.713.000	21.3
1995	70.623.073.567.000	62.8	41.553.508.520.000	37.0

	Radyo (TL)	%	Toplam (TL)
1990	8.673.387.000	006	1.308.281.568.000
1991	8.198.334.000	003	2.556.180.781.000
1992	12.995.710.000	001	7.518.445.200.000
1993	46.425.499.000	001	28.400.435.545.000
1994	65.392.262.000	007	85.283.204.732.000
1995	107.031.628.000	009	112.283.613.715.000

⁷⁴ Resmi Gazete, Sayı: 22117, 20 Kasım 1994, s. 15.

*"Basın,
hükümetin ve paranın gücüne
bağımlı olmadığı zaman
özgürdür."
Albert CAMUS*



SONUÇ



Amerika Birleşik Devletleri'nde, Columbia Üniversitesi Gazetecilik Fakültesi'nin önüne heykeli dikilen eski Amerika başkanlarından Thomas Jefferson (1743-1826), "Basınsız bir hükümetle, hükümeteş bir basın arasında tercih yapmak zorunda kalsaydım, herhalde bu ikinci şekli tercih ederdim" demişti. Jefferson, medyanın gelecekte kazanacağı gücü daha o zaman tahmin etmişti.¹

Günümüzde, güçler ayrılığı ilkesi diye tanımlanan yasama, yürütme ve yargı

¹Cevdet Perin, *Tarih Boyunca Düşünce ve Basın Özgürlüğü*, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1974, s. 14.

fonksiyonları arasında tam bir ayrılık değil, aksine birbirini tamamlama ve bütünleme dikkati çekmektedir. İşte bu durum, çağdaş demokrasilerde, diğer üç güçten tamamen bağımsız dördüncü gücü, medyayı ortaya çıkardı.

Gerçekten de, medya diğer ülkelerdeki gibi, "dördüncü güç" olduğunu gösterdi. Türkiye'de medya, Berlusconi, Murdoch ve Maxwell gibi uluslararası medya imparatorlarının yatırım yapmak isteyebileceği kadar cazip bir pazar haline geldi.

Türkiye'de ulusal ve yerel çapta 450'nin üzerinde radyo, 70'in üzerinde televizyon olmasına karşın, bu pastanın çok önemli bir bölümü tekeller tarafından paylaşılmaktadır.

1993 yılı, TV, basın ve radyo reklam harcamaları göz önüne alındığında, birinci derecede rafine edilmiş rakamlar (bartırlar, özel anlaşmalı reklamlar çıktıktan sonra) 882 milyon 829 bin 773 dolarlık bir reklam girdisi göstermektedir.

Bu reklam gelirlerinde, 629 milyon 242 bin 881 dolarlık yazılı basın toplamı çıkarıldığında, geri kalan 253 milyon 586 bin 992 dolarlık TV reklam geliri, televizyon kanalları arasında şöyle dağılmaktadır: İnterstar 54.180.805, Teleon 731.690, Show 79.095.034, Kanal 6 68.891.502, ATV 10.711.848 dolar. Buna karşılık, HBB'ye 7.641.545, TGRT'ye 4.409.563 dolar düşebildi. TRT'nin toplam reklam girdisi ise 23.993.663 dolar oldu. TRT'nin 1993 reklam gelirinde bir önce yıla göre, yüzde 22 düşüş yaşandı.

Medya sektörü, ekonomik bir faaliyettir ve piyasa koşullarına göre hareket etmektedir. Ticaretin bir riski vardır. Bu yüzden medyanın, aynı zamanda hem özgür bir meslek hem de sınav bir kuruluş olması güçleşmektedir².

²Henry Wickham Stead, *The Press*, London, Penguin Books, 1938, s. 20.

Ticari bağımsızlıkla düşünce bağımsızlığı arasında adaletli bir denge nasıl kurulabilecektir? Bu, çözümü güç bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira medya teknolojisinin gerektirdiği maliyet çok yüksektir.³

Medyanın mülkiyet yapısı hızla değişmekte, yerli-yabancı sermayenin yararı ön plana çıkmakta ve tekelleşme eğilimi artmaktadır. 1983-1993 dönemine, sonuçları itibarıyla damgasını vuran en önemli gelişmedir bu. Medya sektöründeki kuruluşların, kârlı ve rasyonel işletmeler olduğunu söylemek güçtür. Ancak, kamuoyundaki etkinlik ve politik güç, medya kuruluşu bazındaki kârı geri plana atabilmektedir.

Sermayedarlar, toplumda etkin olmak arzusuyla yayın kuruluşu sahibi olmak istemektedir. Sermayesi az olanlar, radyo kurmakta, biraz daha varlıklı olanlar gazete çıkartmakta, daha fazla sermayeye sahip olanlar televizyon kanalları açmaktadır. Çok daha fazla sermaye bulanlar, ikisine veya üçüne birden sahip olmaktadır.⁴

Türkiye'de satış ve yayın ağının çok önemli bir bölümünün, 3-4 grubun elinde bulunduğu ve gelir pastasını paylaştığı görülmektedir.

Bağımsızlık ve bağlantısızlık, medya kuruluşunun sahibinin mali gücü ve medya dışı iş yapıp yapmamasıyla doğrudan bağlantılıdır. Bağımsızlık bu anlamda sağlansa bile, herhangi bir medya kuruluşunun tarafsız olabileceğini ileri sürmek mümkün değildir. Çünkü her medya kuruluşu ve mensubunun, bir dünya görüşü vardır. Medya mensupları, içinde doğdukları sosyo ekonomik ve siyasal ideolojik ortamın ürünüdür. Onlardan etkilenerek ve onların güdümünde biçimlenirler. Ayrıca haber toplama süreci, haber organizasyonunun kapitalist merkezli yapısından da etkilenir. Aynı görüşü birebir paylaşmasalar da, medya sahibinin ya da genel yayın yönetmeninin çizdiği çerçeveye uymak zorundadırlar.

Tekelleşmiş medya tarafından yaratılan eşit olmayan ortam, rekabetin reklamcılar tarafından körüklenmesiyle daha da bozulmaktadır. Reklamcılık,

³ s.g.e., s. 22.

⁴ Nezih Demirkent, *Medya Medya*, İstanbul, Dünya Yayınları, 1985, s. 202.

televizyon program çizelgelerinde çeşitlilikten hafif eğlence türüne doğru genel yönelimi teşvik etmektedir.⁵

Medya kuruluşlarında muhabirlere ya da yöneticilerine verilen en yüksek primler de, genellikle idari yöneticilerle reklam departmanları sorumlu ve çalışanlarına verileden daha az olmaktadır.⁶

Daha fazla satma ve daha fazla seyredilme arzusunun yarattığı soruna bir çözüm bulamayan ve giderek içeriksizleşme tehlikesiyle karşılaşmaya başlayan medyanın reklam gereksinimi, medyanın ve mensuplarının bağımsızlığı konusunu da gündemin en önemli maddesi haline getirmektedir.⁷

Büyük sermayenin medya sektörüne egemen olması ve reklam sorunu, eleştiriyi önemli ölçüde sınırlamaktadır. Bu dolaylı baskı, geleceğini garantilemek isteyen medya mensubunun giderek artan bir şekilde oto-sansür uygulamasına yol açabilecektir.⁸

Bu durumda haberin, kâr amacı karşısında geri plana düşmesi doğaldır. Haber herhalükarda verilmektedir, ama büyük ölçüde değişime uğramaktadır. Haberin ve bilginin, sermayenin sözünü ettiğimiz yönlendirmesini yenebilmesi için ciddi ama sonunda zafer getirmesi şüpheli bir savaş vermek zorunda kalmaktadır.⁹

Medyada, sermayenin gücü giderek artarken, toplumun haber alma ve bilgi edinme hakkı sınırlanmaktadır. Rekabet beraberinde, dolaylı sansürü de ortaya çıkarmaktadır. Bilgi üretim ve dağıtım ağını ellerinde tutan medya tekelleri, hangi ürünlerin kitlesel çapta üretileceğini saptamakta ve böylece hangi görüşlerin topluma sunulacağını kararlaştırmaktadır.

Halbuki sansür, bu durum dikkate alınmadan çok dar anlamda algılanmaktadır. Bu bakışa göre, sansür, haber ve bilgi akışının devlet tarafından denetlenmesinde kullanılan güçtür. Sözünü ettiğimiz dolaylı sansürün ortaya çıkmasının nedeni, medya tekellerinin müşterilerinin tiraj ve rating getirmeyecek

⁵ John Keane, *Medya ve Demokrasi*, çev. Haluk Şahin, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1992, s. 33.

⁶ Henry. W. Stead, s.g.e., s. 35.

⁷ Ahmet Oktay, *Toplumsal Değişme ve Basın*, İstanbul, BFS Yayınları, 1987, s. 93.

⁸ s.g.e., s. 93.

⁹ s.g.e., s. 91.

tercihlerine aldırış etmemeleridir. Onların dikkatleri, müşterilerinin taleplerini tiraj-rating sınırları içinde karşılamak üzerinde yoğunlaşmaktadır. Medya tekellerinin, okuyucu, dinleyici ve seyircisine sağladığı alternatifler ise çoğunlukla ticari alternatiflerdir.¹⁰

Rekabetin, bireysel seçim özgürlüğünü artırdığına da kuşkuyla yaklaşılmaktadır. Rekabet altında, Yeşiller, marjinaler ve sosyalistler gibi grupların seçim özgürlüğünü zedelemektedir. Çünkü medyacılar, izleyicileri için en iyi yöntemin kitlelere cazip gelecek programlar ve sayfalarla toplumun ortadaki kesimine seslenmek olduğunun farkındadırlar. Bunun sonucunda da programlarda ve sayfalarda çeşitlilik sınırlandırılmakta, program ve sayfalar birbirine benzemektedir. Bütüne bakıldığında, program ve haber türlerinin azaldığı, tekrarların çoğaldığı görülmektedir. Kaçınılmaz şekilde, ratingler ve ratingler belirleyici olmaya başlamaktadır.¹¹

Kalitenin yerini, ticaretin ölçüleri almaktadır. Çok kanallı seçim, daha fazla alternatif diye sunulan, ucuz yarışma programları, dışardan alınmış eski programların tekrarları, eğlence programları nedeniyle karşımıza daha kötü bir medya çıkabilecek, kötü bulvar gazetelerinin düzeyine inilecektir.¹²

Rekabetin, sektöre girişteki yapay engelleri kaldırdığı, tek bir firmanın fiyatları kontrol etmesine ya da rakiplerini ortadan kaldırmasına engel olduğu, malların fiyatlarının maliyet fiyatlarına mümkün olduğu kadar yakın olmasını sağlayacak koşulların yaratılmasını sağladığı genel görüşü hakimdir. Ancak, sınırsız rekabet, her zaman yeni üreticilerin sektöre girme özgürlüğünü garantilememektedir.

Medya sektörü gibi birçok sektör, giriş için gerekli yatırım düzeyinin çok yüksek ya da riskli olması, var olan tekellerin o sektörün aslan payını kapması gibi nedenlerle rekabete kapalıdır. Sektörler, bazen de firmaların üretim, iletim ve dağıtım ağlarının bir kez daha kurulmasını maliyet açısından uygun bulamamaları sonucunda kapalı kalabilir.¹³

¹⁰ John Keane, s.g.e., s. 91.

¹¹ s.g.e., s. 80.

¹² s.g.e., s. 71.

¹³ s.g.e., s. 71.

Yüksek riskler ve yüksek yatırım maliyetleri, medya sektörüne girmek isteyen potansiyel girişimcilerin cesaretini de kırabilmektedir.¹⁴ Türkiye'de, 25-30 milyon kişinin seyredebileceği bir TV kanalı yatırımı için 400-500 milyon dolar gerekmektedir.¹⁵

Bu çerçevede bakıldığında, Türkiye'de medyanın müdahaleciliğinin bir diğer boyutu haberlerde de dikkati çekmektedir. Buna en tipik örnek olarak TRT ile başlayıp, özel televizyonlarca sürdürülen, "... tarafından hazırlanan haberleri izlediniz" klişesinde ortaya çıkmaktadır. Böylece medya, toplumu iki kademeli bir denetimle vesayet altına almaktadır. Önce neyin haber olduğuna karar vermekte ve bu haberi yönlendirmekte, sonra da bu haberin toplumca nasıl anlaşılması gerektiğini anlatmaktadır.¹⁶

Medya geniş kitlesi itibarıyla, toplumu siyasetin aktörleri olarak değil, seyircileri olarak kabul etmekte ve tavrını buna göre düzenlemektedir. Ne var ki, medya bu duruma ulaşırken, kendi müdahalesi dışında toplumun siyaset dışı bırakıldığı ortamı hazır buldu, ancak bu ortama direnmedi.¹⁷

12 Eylül darbesinden sonra, medya yeni kısıtlamalar ve düzenlemelerle karşı karşıya kaldı. Medya ile ANAP iktidarı arasında, özellikle 2.5 gazete kalacağını söyleyebilen Özal döneminde ilişkiler gerginleşti. Gerginlik, gazete manşetlerine yansdı. Medyaya iktidarlar tarafından getirilen baskı ve yasaklar, anayasa, yasalar gibi doğrudan, resmi ve hammadde zammı gibi dolaylı yoldan yapıldı.

Değiştirilmeyip aynen muhafaza edilen yasalar dışında, Muzır Yasası, SS Kararnameleri, Terörle Mücadele Yasası, Medeni Kanun ve Radyo Televizyon Üst Kurulu Yasası gibi medyayı kısıtlayan yeni yasalar çıkarıldı.

Turgut Özal, medyanın üzerine öncelikle kağıt ve benzeri hammadde fiyatlarının artırılması ve kamu ilanlarının kesilmesi gibi dolaylı yollardan da gitti. Verdiği demeçler, yaptığı açıklamalarla medyayı toplum önünde küçük düşürmeye

¹⁴ a.g.e., s. 78.

¹⁵ Levant Kılıç, "TV büyüklerin harcı," *Ekonomik Forum*, s. 20.

¹⁶ Mehmet Ali Kılıçbay, "Medium size medya", *Türkiye Günü* 24, Güz 1993, s.19.

¹⁷ a.g.e., s. 19.

çalıştı. Bir çeşit oto-kontrol mekanizması olan, Basın Konseyi'nin kurulması yönünde baskıda bulundu.

Medya kuruluşları, bu dönemde Asil Nadir'in sektöre girmesi ve hemen ardından promosyonun serbest bırakılmasıyla büyük bir yarışa girdi. Akide şekerinden uçağa kadar her türlü araç, gereç, yiyecek kuponla okuyuculara verildi. Gazete sahiplerinin bile uyuşturucu alışkanlığına benzettiği bu yarış sırasında, gazeteler promosyonlarını duyurmak için TRT televizyonuna sadece 1991'de 112 milyar liralık reklam verdi. Özel televizyonlar geri kalmadı. Promosyondaki artış, birim başına gazete kârını yüzde 16 dan yüzde 2'ye kadar düşürdü. Promosyon yarışı yüzünden medya kuruluşlarının birbirlerine saldırmasıyla, basın saygınlığının zedelenmesi sorunu başgösterdi.

Düşünce ve ifade özgürlüğünün sınırlanmasının yanı sıra, medya mensuplarının ekonomik çıkarlarını ve bağımsızlıklarını savunmaları da zorlaştı. Bir yandan toplu sözleşme ve grev yasalarında yapılan değişiklikler, bir yandan taşeronlaşma, medya mensubunu güçsüzleştirdi. Buna rağmen gazetecilerin hiç değilse bir bölümü,, işveren karşısında düşünce özgürlüğünü ve maddi çıkarlarını savunabildi.¹⁸

Muhabir, hatta yönetici düzeyindeki medya mensubu güçsüzleşirken, medya patronları büyük imtiyazlar elde etti. İşadamlı-medya patronu, başbakanla görüşmeye çalışırken, bir anda başbakanın onu aradığına tanık olundu. Çünkü politikacılar için medya dünyası tehlikeli hale geldi, onlarla iyi geçinmek hatta isteklerini karşılamak gerekli oldu.

Siyasi partiler ve politikacılar, kamuoyunun istek ve arzularının nasıl karşılanacağı yolundaki mesajlarını çoğunlukla medya aracılığıyla iletmek zorundadır. Onun için, medyaya özel önem vermektedirler. Ancak olaylar ve gelişmeler her zaman planladıkları ve arzuladıkları biçimde olmayabilir. Bu gelişmeleri lehlerine çevirebilmek için politikacılar, haberleri yönlendirmeyi ve bilgiyi kontrol etmeyi, gündemi istedikleri yöne çevirmeyi amaçlamaktadır.

¹⁸ Ahmet Oktay, a.g.e., s. 133.

Politikacılar, bunu gerçekleştirmek isterken, devlet tekeliindeki TRT, Anadolu Ajansı gibi kurumlardan yararlanabileceği gibi, toplumu son dönemde daha çok etkileyen gazete ve özel televizyonları da kullanmak istemektedir.

Medya ve politikacı çıkarının örtüşmesi, bir sorun çıkarmayacaktır. Ama farklı görüşler çatışacaktır. Burada iki gücün, medya ve politikacının güçlerini birbiri lehine veya aleyhine kullanmaları gündeme gelecektir.

Medya elindeki güçle, kamuoyundaki tartışmaları kanalize eder ve böylece, hangi konuya öncelik verilmesi gerektiği yolundaki düşünce ve kararları etkiler. Bu güç, zaman zaman başta iktidar üyeleri olmak üzere politikacıların gündem belirleme teşebbüslerinde kullanılır. Ama bu güç, aynı zamanda bağımsız medyanın elinde önemli bir araçtır.

Medyanın gündem belirlemesi, politik sonuçlar doğurduğu için, politik tercihleri etkileyebilmektedir.

Politikacılar, haber yönlendirme ve bilgi kontrolünde özellikle şematik ilişkileri kullanmaktadır. Politikacılar, standart tersine üçgen, yani muhabirden başlayarak gazete sayfasına girecek haber yerine, bu üçgenin çeşitli evrelerinde haber oluşumuna müdahale etmeye çalışmaktadır.

İlişkilerin yakınlığı ve sıklığı sayesinde, istenilen haberin girmesi, istenilmeyenin girmemesi ya da değiştirilmesi sağlanırken, politikacı da buna karşılık medyaya elindeki olanaklar ölçüsünde özel haber vermekten, kredi ve teşviğe kadar uzanan bazı çıkarlar sağlamaktadır. Sanki, iktidarlardan açık veya kapalı para almak kurallaşmaktadır. Medyaya para akıtan iktidarlar var oldukça sermayedarlar yayıncılığa hiç şüphesiz ilgi gösterecektir.¹⁹

İktidarların, medya üzerinde denetim kurmak için kullandığı gayri resmi yöntemler olarak teşvikler, krediler ve kamu ilanları karşımıza çıkmaktadır. Süleyman Demirel Hükümeti'nin, iktidarının sadece ilk 500 gününde 2.6 trilyon lira teşvik dağıttığı belirtilmektedir.

¹⁹Nezih Demirkent, a.g.e., s. 198.

Kamu ilanları, medya kuruluşları için önemli gelir kaynağıdır. Özellikle seçim dönemlerinde bu ilanların arttığı izlenimi vardır. Kamu ilanlarının dağıtımı başbakanın uhdesindedir. Ve bu silah, medyayı hem ödüllendirmek hem de cezalandırmak için ustaca kullanılmaktadır.

Halbuki, patron dahil gazetecinin dostluğunu kazanmak da, ona para vermek de zor olmalıdır.²⁰ Gerçi bütün çıkar ilişkileri, sadece medyaya özgü bir ahlak sorunu değildir. Ama, saygınlığın yitirilmesi medya içi savaşlarda ve belli çıkarlar doğrultusunda kamuoyu yaratma kampanyaları sırasında ortaya çıkmaktadır.²¹

Toplumun demokratikleşmesi sürecinde önemli bir rol oynayan medya, artık tiraj ve rating kaygısı kadar, toplumsal beklentileri sezebilmeli ve bunlara karşılık verebilmelidir. Medya, demokratik her türlü talebini iletmede toplumu teşvik etmelidir.²²

Özgür medya, toplumu yaklaşan tehlikeler konusunda zamanında uyarmalıdır.²³ Baştan beri ifade etmeye çalıştığımız gerçek basın özgürlüğü, siyasal iktidarlara politikacılara, medyanın kölelik etmesini engelleyebilecektir.

Medyanın büyük bölümü tekелci sermayenin denetimine girmiş olsa bile, medya ürünlerinin yalnızca sermayeden ibaret olmadığı, varlığının önkoşulunun gazetecilere bağlı olduğu unutulmamalıdır. Demokratikleşme süreci, ekonomik ya da politik hiç bir iktidar odağının, bilginin ve haberin dolaşımını da içeriğini de tümüyle yönlendirmesine izin vermeyecektir. Doğru haber her zaman var olacak, her zaman topluma ulaşacaktır. Bu konuda en büyük güvence, "gazeteci"dir.²⁴

²⁰ a.g.e., s. 61.

²¹ Mehmet Ali Kılıçbay, a.g.e., s. 19.

²² Ahmet Oktay, a.g.e., s. 133.

²³ John Keane, a.g.e., s. 31.

²⁴ Ahmet Oktay, a.g.e., s. 110.



FAYDALANILAN KAYNAKLAR

KİTAPLAR

- 1) Akpınar, Selahattin ve diğ., İletişim Olayları ve Türk Basınının Sorunları, İstanbul; Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1984.
- 2) Aksoy, Metin haz., Devlet ve Basın, Ankara, ÇGD Yayınları, 1993.
- 3) Aksoy, Metin haz., Basın Kurultayı 92, Ankara, ÇGD Yayınları, 1993.
- 4) Alemdar, Zeynep, Oyunun Kuralı, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1990.
- 5) Arcayürek, Cüneyt, Namı 864 Rakımlı Tepe Çankaya, 2. B., Ankara, Bilgi Yayınevi, 1989.
- 6) Arol, Ender, Özal'a Laf Söyletmem Arkadaş, İstanbul, Say Yayınları, 1989.
- 7) Arol, Ender, Abdülhamit'in Asil Nadir'e Selamı var, 2. B., İstanbul, Boyut Yayınevi, 1990.
- 8) Atılgan Semra, Gazetecilerin Korunması, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991.
- 9) Ateş, Toktamış, Ne oldu bize?, İstanbul, Çınar Yayınları, 1994.
- 10) Barlas, Mehmet, Turgut Özal'ın Anıları, İstanbul, Gençlik Yayınları (Sabah Kitapları), 1994.
- 11) Basın Konseyi, Gazeteci Kimdir?, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1993.
- 12) Berberoğlu, Güneş N., Basın İşletmeciliği, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991.
- 13) Berkman, Ronald ve Kitch, Laura W., Politics in the Media Age, New York, McGraw-Hill, 1986.
- 14) Cemal, Hasan, Tank Sesiyle Uyanmak, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1986.
- 15) Cemal, Hasan, Özal Hikayesi, 4. B., Ankara, Bilgi Yayınevi, 1989.
- 16) Çam, Esat, Siyaset Bilimine Giriş, İstanbul, İÜ İktisat Fakültesi Yayınları, 1975.
- 17) Çaplı, Bülent, Televizyon ve Siyasal Sistem, Ankara, İmge Kitabevi, 1995.
- 18) Çekirge, Fatih, İktidar Oyunu, İstanbul, Simavi Yayınları, 1992.
- 19) Çetin, Celalettin, İşte Babıali, İstanbul, Cem Yayınevi, 1991.
- 20) ÇGD, Basın '80-84, Ankara, ÇGD Yayınları, 1984.
- 21) ÇGD, Bir Basın Emekçisi Rafet Genç, Ankara, ÇGD Yayınları, 1990.
- 22) Charon, Jean-Marie der., Medya Dünyası, çev. Oya Tatlıpınar, İstanbul, İletişim Yayınları, 1992.
- 23) Chomsky, Noam, Medya Gerçeği, İstanbul, Tümm zamanlar yayıncılık, 1993.

- 24) Dalkıran, Nesrin, *Siyasal Reklamcılık ve Basının Rolü*, İstanbul, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1995.
- 25) Davis, Richard, *The Press and American Politics*, New York, Longman, 1992.
- 26) Demirkent, Nezi, *Sayfa Sayfa Gazetecilik*, İstanbul, Altın Kitaplar, 1982.
- 27) Demirkent, Nezi, *Medya Medya*, İstanbul, Dünya Yayınları, 1995.
- 28) Desmoulins, Nadine Toussaint, *Medya Ekonomisi*, çev. Galip Üstün, İstanbul, İletişim Yayınları, 1993.
- 29) Deva, Ercan, *Özal'ın Yan Bakanları*, 2. B., Ankara, Engin Yayınlar, 1991.
- 30) Donat, Yavuz, *Yavuz Donat'ın Vitrininden 2 Buyruklu Demokrasi 1980-1983*, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1987.
- 31) Donat, Yavuz, *Yavuz Donat'ın Vitrininden 3 Özallı Yıllar 1983-1987*, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1987.
- 32) Erel, Nursun ve Bilge, Ali, *Tansu Çiller'in Siyaset Romanı*, İstanbul, Bilgi Yayınevi, 1994.
- 33) Gemalmaz, Mehmet Salih ve Doğru, Osman, *Türkiye'de Basın Özgürlüğü Mevzuatı*, İstanbul, Basın Kanseyi Yayınları, 1990.
- 34) Groombridge, Brian, *Televizyon ve İnsanlar*, çev. İbrahim Şener, İstanbul, Der Yayınları, 1994.
- 35) Güvenir, O. Murat, *2. Dünya Savaşında Türk Basını*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991.
- 36) Güventürk, Görgülü, *Basında Ekonomik Bağımlılık*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1991.
- 37) Hatemi, Hüseyin, *Basın Ahlakı*, İstanbul, Çığır Yayınları, 1976.
- 38) Holloran James D. et. al., *Televizyonun Etkileri*, İstanbul, İstanbul Reklam Yayınları, 1973.
- 39) İçel, Kayhan, *Kitle Haberleşme Hukuku*, 2.B., İstanbul, İÜ Yayınları, 1985.
- 40) İnönü, Erdal, *Anılar ve Düşünceler 1*, 6. B., İstanbul, İdea İletişim Hizmetleri, 1996.
- 41) İnü, Nuri, *Türk Basın Tarihi*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992.
- 42) Kabacalı, Alpay, *Türkiye'de Basın Sansürü*, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1990.
- 43) Kabacalı, Alpay, *Türk Basınında Demokrasi*, Ankara, Kültür Bakanlığı Yayınları, 1994.

- 44) Karaca, Emin, Cumhuriyet Olayı, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1994.
- 45) Karaca Emin, Milliyet Olayı, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1995.
- 46) Kavaklı, Oğuzhan, Türk Basınında Tiraj Çıkması, İzmir, Kendi yayını, 1989.
- 47) Keane, John, Medya ve Demokrasi, çev. Haluk Şahin, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1992.
- 48) Kozanoğlu, Can, Cilalı İmaj Devri, İstanbul, İletişim Yayınları, 1992.
- 49) Küçük, Mehmet der-çev., Medya İktidar İdeoloji, Ankara, Ark Yayınevi, 1994.
- 50) Mills, Wright, İktidar Seçkinleri, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1974.
- 51) Münir, Metin, Sabah Olayı, İstanbul, Altın Kitaplar Yayınevi, 1993.
- 52) Oktay, Ahmet, Toplumsal Değişme ve Basın, İstanbul, BFS Yayınları, 1987.
- 53) Oskay, Ünsal, Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş, 4. B., İstanbul, Der Yayınları, 1992.
- 54) Özdoğan, Cemalettin, Özeleştir-Basının Prestij Sorunu, İzmir, Kendi yayını, 1993.
- 55) Patterson, Thomas E., The Mass Media Election, New York, Praeger, 1980.
- 56) Perin, Cevdet, Tarih Boyunca Düşünce ve Basın Özgürlüğü, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1974.
- 57) Rigel, Nurdoğan, Elektronik Rönesans, İstanbul, Der Yayınları, 1991.
- 58) Rigel, Nurdoğan, Kağıt Kaplanlar, İstanbul, Der Yayınları, 1993.
- 59) Seguela, Jaques, Anneme Reklamcı Olduğumu Söylemeyin, 4. B., İstanbul, Afa Yayıncılık, 1988.
- 60) Shaw, Donald L. ve McCombs, Maxwell E., The Emergence of American Political Issues, Minnesota, West Publishing, 1977.
- 61) Smoller, Fredric T., The Six O'Clock Presidency, New York, Praeger Publishers, 1990.
- 62) Steed, Henry Wickham, The Press, London, Penguin Books, 1938.
- 63) Şenyapılı, Önder et. al., TV'nin Türk Toplumuna Etkileri, İstanbul, Milliyet Yayınları, 1977.
- 64) Tanju, Sadun, Çetin Emeç-Bir Basın Şehidinin Anatomisi, 2. B., İzmir, İzmir Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları, 1993.
- 65) Tavus, Yusuf, Basın Kartı Meselesi, İstanbul, Kendi yayını, 1974.
- 66) Tokgöz, Oya, Temel Gazetecilik, 3. B., Ankara, İmge Yayınevi, 1994.

- 67) Topuz, Hıfzı et. al., Basında Tekelleşmeler, İstanbul, TÜSES-İLAD ortak yayını, 1989.
- 68) Topuz, Hıfzı, Siyasal Reklamcılık, İstanbul, Cem Yayınevi, 1991.
- 69) Trent, Judith S. ve Friedenberg Robert V., Political Campaign Communication, New York, Praeger Publishers, 1983.
- 70) Turam, Emir, Medyanın Siyasi Hayata Etkileri, İstanbul, İrfan Yayıncılık, 1994.
- 71) Turan, İlter, Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış, İstanbul, İÜ İktisat Fakültesi Yayınları, 1977.
- 72) Tuşalp, Erbil, Evreninki mi Özalınki mi?, Ankara, Bilgi Yayınevi, 1992.
- 73) Yengin, Hülya, Ekranın Büyüsü, İstanbul, Der Yayınları, 1994.
- 74) Zenger, Erkal, Siyaset Cambazhanesinin Cazgırı, Ankara, Ümit Yayıncılık, 1993.
- 75) —, Türkiye'de Dergiler Ansiklopediler, İstanbul, Gelişim Yayınları, 1984.
- 76) —, Yasaya Saygı, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 1992.
- 77) —, Radio and Television in Turkey, Ankara, Directorate General of Press and Information, 1991.
- 78) —, The Press, 2. B., Ankara, Directorate General of Press and Information, 1991.
- 79) —, Türk Basınının Beş Sorunu, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1989.

MAKALELER

- Alkan, Ahmet Turan, "Medyaya karşı fert", Türkiye Günlüğü, Sayı: 24, Güz 1993.
- Arslan, C. Hakan, "Medya-siyaset ilişkisi içinde bir 'siyasi analiz' örneği", Türkiye Günlüğü, Sayı: 24, Güz 1993.
- Atsız, Yağmur, "Dördüncü kuvvet mi, beşinci lastik mi?", Türkiye Günlüğü, Sayı: 24, Güz 1993.
- Bostancı, M. Naci, "Siyasal kampanyalar ve profesyoneller", Türkiye Günlüğü, Sayı: 26, Ocak-Şubat 1994.
- Çelik, Hüseyin, "Gazete icat oldu mertlik bozuldu", Türkiye Günlüğü, Sayı: 24, Güz 1993.
- Kılıçbay, Mehmet Ali, "Medium size media", Türkiye Günlüğü, Sayı: 24, Güz 1993.

"Nerede o eski ihtiyarlar", Nabi Avcı ile mülakat, Türkiye Günlüğü, Sayı: 24, Güz 1993.

DERGİLER

Babıali Magazin, Yıl: 1, Sayı: 1, Haziran 1989. Babıali Magazin, Yıl: 1, Sayı: 2, Temmuz 1989. Babıali Magazin, Yıl: 1, Sayı: 3, Ağustos 1989. Babıali Magazin, Yıl: 1, Sayı: 4, Eylül 1989. Babıali Magazin, Yıl: 2, Sayı: 23, 15 Nisan-15 Mayıs 1993. Babıali Magazin, Yıl: 3, Sayı: 25, 15 Haziran-15 Temmuz 1991. Babıali Magazin, Yıl: 3, Sayı: 29, 15 Ekim -15 Kasım 1991. Babıali Magazin, Yıl: 3, Sayı: 31, 15 Aralık-15 Ocak 1991-92. Babıali Magazin, Sayı: 42, 14 Kasım-15 Aralık 1992. Babıali Magazin, Sayı: 47, 15 Nisan-15 Mayıs 1993.

Nokta, Yıl: 3, Sayı: 10, 17 Mart 1985. Nokta, Yıl: 5, Sayı: 44, 8 Kasım 1987. Nokta, Yıl: 10, Sayı: 30, 26 Temmuz 1992. Nokta, Yıl: 10, Sayı: 34, 30 Ağustos 1992. Nokta, Yıl: 10, Sayı: 49, 29 Kasım-5 Aralık 1992. Nokta, Yıl: 11, Sayı: 11, 7-13 Mart 1993. Nokta, Yıl: 11, Sayı: 21, 16-22 Mayıs 1993. Nokta, Yıl: 11, Sayı: 28, 4-11 Temmuz 1993. Nokta, Yıl: 11, Sayı: 29, 11-17 Temmuz 1993. Nokta, Yıl: 11, Sayı: 31, 25-31 Temmuz 1993. Nokta, Yıl: 11, Sayı: 32, 1-7 Ağustos 1993. Nokta, Yıl: 11, Sayı: 36, 29 Ağustos-4 Eylül 1993. Nokta, Yıl: 11, Sayı: 37, 5-11 Eylül 1993. Nokta, Yıl: 12, Sayı: 22, 22-28 Mayıs 1994.

Tempo, Yıl: 4, Sayı: 20, 12-18 Mayıs 1991. Tempo, Yıl: 5, Sayı: 24, 14-20 Haziran 1992. Tempo, Sayı: 33, 18 Ağustos 1993. Tempo, Sayı: 44, 3 Kasım 1993. Tempo, Sayı: 49, 8 Aralık 1993. Tempo, Sayı: 11, 16 Mart 1994. Tempo, Sayı: 14, 6 Nisan 1994. Tempo, Sayı: 40, 5 Ekim 1994.

Ekonomik Panorama, Yıl: 1, Sayı: 39, 8 Ocak 1989. Ekonomik Panorama, Yıl: 2, Sayı: 19, 14 Mayıs 1989. Ekonomik Panorama, Yıl: 5, Sayı: 16, 19 Nisan 1992. Ekonomik Panorama, Yıl: 5, Sayı: 24, 14 Haziran 1992.

Marketing Türkiye, Yıl: 3, Sayı: 69, 1 Mart 1994. Marketing Türkiye, Yıl: 5, Sayı: 113. Marketing Türkiye, Yıl: 5, Sayı: 109.

Cuma, Sayı: 95, 8-14 Mayıs 1992. Cuma, Sayı: 96, 15-21 Mayıs 1992.

Yön, Yıl: 1, Sayı: 1, 5 Haziran 1994. Yön, Yıl: 1, Sayı: 3, 19 Haziran 1994.

EP, Sayı: 46, 10-17 Ekim 1993. Sayı: 53, 28 Kasım-5 Aralık 1993.

Aktüel, Sayı: 157, 7-13 Temmuz 1994.

Yüzyıl, Sayı: 1, 10 Şubat 1991.

3D, Yıl: 1, Sayı: 1, Ekim 1994.

Star, Sayı: 25, 29 Mart 1992.

Panorama, Yıl: 1, Sayı: 52, 6-12 Nisan 1994.

Fiesta, 12 Aralık 1993.

2000'e Doğru, 14 Haziran 1992.

Intermedya Ekonomi, Yıl: 1, Sayı: 18, 5 Haziran 1994.

Ekonomik Forum, Yıl: 2, Sayı: 11, 15 Kasım 1995.

Parlamentodan, Yıl: 3, Sayı: 23. Nisan 1994.

Çağrışım, Yıl: 1, Sayı: 4, Kasım 1992.

Yapı, Sayı: 149, Nisan 1994.

Sosyal Demokrat, Sayı: 39, Temmuz 1991.

Türk-İş, Ağustos 1991.

Finans Dünyası, Yıl: 3, Sayı: 26, Şubat 1992.

İnterpress Posta, Yıl: 1, Sayı: 2, Mart 1993.

GAZETELER

Bizim Gazete, Sayı: 1, Temmuz 1990. Bizim Gazete, Sayı: 2, Ağustos 1990. Bizim Gazete, Sayı: 3, Eylül 1990. Bizim Gazete, Sayı: 5, Kasım 1990. Bizim Gazete, Sayı: 7, Ocak 1991. Bizim Gazete, Sayı: 8, Şubat 1991. Bizim Gazete, Sayı: 9, Mart 1991. Bizim Gazete, Sayı: 11, Mayıs 1991. Bizim Gazete, Sayı: 12, Haziran 1993. Bizim Gazete, Sayı: 13, Temmuz 1991. Bizim Gazete, Sayı: 14, Ağustos 1991. Bizim Gazete, Sayı: 15, Eylül 1991. Bizim Gazete, Sayı: 16, Ekim 1991. Bizim Gazete, Sayı: 17, Kasım 1991. Bizim Gazete, Sayı: 19, Ocak 1992. Bizim Gazete, Sayı: 20, Şubat 1992. Bizim Gazete, Sayı: 22, Nisan 1992. Bizim Gazete, Sayı: 23, Mayıs 1992. Bizim Gazete, Sayı: 25, Temmuz 1992. Bizim Gazete, Sayı: 27, Eylül 1992. Bizim Gazete, Sayı: 29, Kasım 1992. Bizim Gazete, Sayı: 30, Aralık 1992. Bizim Gazete, Sayı: 31, Ocak 1993. Bizim Gazete, Sayı: 33, Mart 1993. Bizim Gazete, Sayı: 34, Nisan 1993. Bizim Gazete, Sayı: 35, Mayıs

1993. Bizim Gazete, Sayı: 36, Haziran 1993. Bizim Gazete, Sayı: 37, Temmuz 1993. Bizim Gazete, Sayı: 38-39-40, Ağustos-Eylül-Ekim 1993. Bizim Gazete, Sayı: 31, Ocak 1993. Bizim Gazete, Sayı: 33, Mart 1993.

Bizim Gazete, Sayı: 35, Mayıs 1993. Bizim Gazete, Sayı: 36, Haziran 1993. Bizim Gazete, Sayı: 45, Nisan-Mayıs 1994. Bizim Gazete, 24 Kasım 1995.

Özgür Basın, Ocak-Şubat 1989. Özgür Basın, Nisan-Mayıs 1990. Özgür Basın, Mayıs 1991. Özgür Basın, Eylül-Ekim 1992. Özgür Basın, Nisan 1993. Özgür Basın, Ocak-Şubat 1994.

Cumhuriyet, 10 Ekim 1991. Cumhuriyet, 21 Ekim 1991. Cumhuriyet, 25 Ekim 1991. Cumhuriyet, 8 Kasım 1991. Cumhuriyet, 11 Kasım 1991. Cumhuriyet, 12 Ocak 1992. Cumhuriyet, 13 Ocak 1992. Cumhuriyet, 22 Nisan 1992. Cumhuriyet, 1 Mayıs 1992. Cumhuriyet, 13 Mayıs 1992. Cumhuriyet, 26 Ocak 1992. Cumhuriyet, 20 Mayıs 1993. Cumhuriyet, 21 Mayıs 1993. Cumhuriyet, 14 Haziran 1993. Cumhuriyet, 17 Haziran 1993. Cumhuriyet, 9 Kasım 1993. Cumhuriyet, 9 Ocak 1994. Cumhuriyet, 21 Nisan 1994. Cumhuriyet, 11 Ağustos 1994. Cumhuriyet, 21 Ekim 1994. Cumhuriyet, 2 Aralık 1994. Cumhuriyet, 19 Aralık 1994.

Hürriyet, 15 Haziran 1984. Hürriyet, 10 Nisan 1986. Hürriyet, 9 Ekim 1989. Hürriyet, 17 Nisan 1990. Hürriyet, 12 Ocak 1991. Hürriyet, 18 Ekim 1991. Hürriyet, 6 Kasım 1991. Hürriyet, 7 Kasım 1991. Hürriyet 23 Şubat 1992. Hürriyet, 3 Mayıs 1992. Hürriyet, 3 Ekim 1992. Hürriyet, 22 Haziran 1993. Hürriyet, 30 Haziran 1993. Hürriyet, 4 Ekim 1993. Hürriyet, 5 Ekim 1993. Hürriyet, 6 Ekim 1993. Hürriyet, 9 Ekim 1993. Hürriyet, 14 Ekim 1993. Hürriyet, 16 Kasım 1993. Hürriyet, 18 Aralık 1993. Hürriyet, 19 Aralık 1993. Hürriyet, 2 Ocak 1994. Hürriyet, 4 Mart 1994. Hürriyet, 11 Mart 1994. Hürriyet, 19 Mart 1994. Hürriyet, 26 Mart 1994. Hürriyet, 28 Mart 1994. Hürriyet, 17 Nisan 1994. Hürriyet, 23 Nisan 1994. Hürriyet, 31 Nisan 1994. Hürriyet, 11 Haziran 1994. Hürriyet, 29 Haziran 1994. Hürriyet, 2 Temmuz 1994, Hürriyet, 25 Temmuz 1994. Hürriyet, 2 Temmuz 1994. Hürriyet, 19 Ağustos 1994. Hürriyet, 20 Ağustos 1994. Hürriyet, 11 Aralık 1994. Hürriyet, 26 Eylül 1995. Hürriyet, 21 Şubat 1996.

Milliyet, 29 Şubat 1988. Milliyet, 18 Ekim 1991. Milliyet, 26 Mart 1992. Milliyet, 30 Nisan 1993. Milliyet, 25 Temmuz 1993. Milliyet, 14 Kasım 1993. Milliyet, 16

Kasım 1993. Milliyet, 18 Kasım 1993. Milliyet, 17 Aralık 1993. Milliyet, 10 Aralık 1993. Milliyet, 29 Aralık 1993. Milliyet, 18 Mart 1994. Milliyet, 18 Mart 1994. Milliyet, 19 Mart 1994. Milliyet, 21 Mart 1994. Milliyet, 22 Mart 1994. Milliyet, 23 Mart 1994. Milliyet, 24 Mart 1994. Milliyet, 25 Mart 1994. Milliyet, 1 Nisan 1994. Milliyet 4 Nisan 1994. Milliyet, 16 Nisan 1994. Milliyet, 11 Mayıs 1994. Milliyet, 14 Mayıs 1994. Milliyet ,23 Mayıs 1994. Milliyet, 2 Haziran 1994. Milliyet, 11 Haziran 1994. Milliyet, 12 Haziran 1994. Milliyet, 28 Temmuz 1994. Milliyet 18 Ağustos 1994. Milliyet, 18 Eylül 1994. Milliyet, 14 Aralık 1994, Milliyet, 29 Aralık 1994. Milliyet TV Bayram Eki, 14 Mart 1994. Milliyet Ekran, 11 Kasım 1994.

Sabah, 19 Ekim 1991. Sabah, 25 Kasım 1991. Sabah, 16 Mayıs 1992. Sabah, 17 Haziran 1992. Sabah, 24 Ekim 1992. Sabah, 14 Haziran 1993. Sabah, 28 Ağustos 1993. Sabah, 13 Eylül 1993. Sabah, 8 Ekim 1993. Sabah, 7 Kasım 1993. Sabah, 15 Kasım 1993. Sabah, 2 Aralık 1993. Sabah, 8 Aralık 1993. Sabah, 16 Aralık 1993. Sabah, 21 Aralık 1993. Sabah, 23 Aralık 1993. Sabah, 30 Aralık 1993. Sabah, 31 Aralık 1993. Sabah, 5 Ocak 1994. Sabah, 18 Ocak 1994. Sabah, 30 Ocak 1994. Sabah, 20 Mart 1994. Sabah, 23 Mart 1994. Sabah, 24 Mart 1994. Sabah, 25 Mart 1994. Sabah, 2 Nisan 1994. Sabah 4 Nisan 1994. Sabah 16 Nisan 1994. Sabah, 21 Nisan 1994. Sabah, 17 Nisan 1994. Sabah, 27 Haziran 1994. Sabah, 2 Temmuz 1994. Sabah, 11 Temmuz 1994. Sabah, 3 Temmuz 1994. Sabah, 13 Temmuz 1994. Sabah, 17 Ağustos 1994. Sabah, 18 Ağustos 1994. Sabah 10 Aralık 1994. Sabah, 22 Aralık 1994. Sabah, 25 Mayıs 1995. Sabah, 29 Mayıs 1995.

Resmî Gazete, Sayı: 21354, 23 Eylül 1992. Resmî Gazete, Sayı: 21911, 20 Nisan 1994. Resmî Gazete, 22117, 20 Kasım 1994. Resmî Gazete, Sayı: 22229, 16 Mart 1995.

Tercüman, 24 Mayıs 1992. Tercüman, 2 Temmuz 1993.

İstanbul Bayram, 5 Nisan 1992. İstanbul Bayram, 14 Haziran 1992.

Çağdaş Gazetecilerin Gazetesi, Yıl: 3, Sayı: 26, Eylül 1993. Çağdaş Gazetecilerin Gazetesi, Yıl: 3, Sayı: 27, Ekim 1993.

Güneş, 20 Haziran 1990. Güneş, 5 Mart 1991.

Pazar Postası, 8 Ocak 1994. Pazar Postası, 5 Kasım 1994.

Dünya, 9 Mayıs 1986.

Özgür Ülke, 7 Ekim 1994.

Ortadoğu, 12 Ekim 1994.

Barometre, 29 Mart 1989.

Yeni Yüzyıl, 20 Aralık 1994.

Turkish Daily News, April 25, 1994.

RAPORLAR

Basın Konseyi Faaliyet Raporu 6 Şubat 1988-6 Şubat 1989, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1989.

Basın Konseyi Faaliyet Raporu 6 Şubat 1989-6 Şubat 1990, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1990.

Basın Konseyi Faaliyet Raporu 1990, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1991.

Basın Konseyi Faaliyet Raporu 1991, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1992.

Basın Konseyi Faaliyet Raporu 1992, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1993.

Basın Konseyi Faaliyet Raporu 1993, İstanbul, Basın Konseyi Yayınları, 1994.

Turkey's 500 Large Industrial Establishments, Journal of the Istanbul Chamber of Industry, Year: 21, Number: 247, September 15, 1986.

Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu, İstanbul Sanayi Odası Dergisi, Yıl: 22, Sayı: 260, 5 Ekim 1987.

Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu, İstanbul Sanayi Odası Dergisi, Yıl: 23, Sayı: 272, 15 Ekim 1988.

Turkey's 500 Large Industrial Establishments, Journal of the Istanbul Chamber of Industry, Year: 24, Number: 282, 15 August 1989.

Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu, İstanbul Sanayi Odası Dergisi, Yıl: 25, Sayı: 294, 22 Ağustos 1990.

Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu, İstanbul Sanayi Odası Dergisi, Yıl: 26, Sayı: 306, 22 ğustos 1991.

Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu, İstanbul Sanayi Odası Dergisi, Yıl: 27, Sayı: 318, Ağustos 1992.

Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu, İstanbul Sanayi Odası Dergisi, Yıl: 28, Sayı: 330, Eylül 1993.

Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu, İstanbul Sanayi Odası Dergisi, Yıl: 29, Sayı: 342, Eylül 1994.

Türkiye Gazeteciler Sendikası 1989-1992 Yönetim Kurulu Çalışma Raporu, İstanbul, 1992.

Türkiye Gazeteciler Cemiyeti 1992-1993 Çalışma ve Hesap Raporu, İstanbul, 1994.

Basın Güncesi (ÇGD 12. Olağan Genel Kurulu Çalışma Raporu), Ankara, ÇGD Yayınları, 1994.

Türk Toplumunun Değerleri, İstanbul, TÜSIAD Yayınları, 1991.

TÜĞİAD'ın 1993 Yılı Beklentileri ve Bu Beklentiler Doğrultusunda Önerileri, İstanbul, TÜĞİAD Yayınları, 1992.

PARTİ PROGRAMLARI

DYP Tüzüğü ve Programı, 15 Mayıs 1988.

SBP Tüzük ve Program, 15 Ocak 1991.

DSP Program, 1994.

CHP Programı, Ocak 1994.

SHP Programı'nda Uygulama Politikaları, Mart 1991.

ANAP Programı, 1983.

Refah Partisi Seçim Beyannamesi.

ALBÜMLER

17. Dönem TBMM Albümü, 1985. 18. Dönem TBMM Albümü, 1988. 19. Dönem TBMM Albümü, 1992.

YASALAR

Yeni Anayasa 1982, İstanbul, Serhat Yayınları, 1994.

YILLIKLAR

- Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Türkiye 1987.
 Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 13.12.1983-12.12.1984, Ankara, Başbakanlık Basımevi, 1984.
 Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 13.12.1985-12.12.1986, Ankara, Başbakanlık Basımevi, 1986.
 Başbakan Turgut Özal'ın Konuşma, Mesaj, Beyanat ve Mülakatları 13.12.1986-12.12.1987, Ankara, Başbakanlık Basımevi, 1987.

ANSİKLOPEDİLER

- AnaBritannica, Cilt: 11, 1988.

TEZLER

- Erkebay, Nurdan, Kitle İletişim Araçlarının Seçimlere Etkileri, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi, İÜ Basın Yayın Yüksek Okulu, 1982.
 Işınbank, Ayşe, Seçim Kampanyalarında Ajans-Parti İşbirliği, İstanbul, İÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1991-92.
 Özdemir, Muhammet, 1980'lerde Haftalık Haber Dergiciliği: Nokta Dergisi Örneği, İstanbul, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 1992.