

T.C
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANA BİLİM DALI
GENEL GAZETECİLİK BÖLÜMÜ

TÜRKİYE’DE YAZILI VE GÖRSEL BASINDA SAHİPLİK YAPISI
VE EDİTORYAL BAĞIMSIZLIK İLİŞKİSİNİN ELEŞTİREL
EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Tezi

SERVET BÜŞRA ÇAKMAKÇI ŞEN

İstanbul 2019

T.C

**MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI
GENEL GAZETECİLİK BÖLÜMÜ**

**TÜRKİYE’DE YAZILI VE GÖRSEL BASINDA SAHİPLİK YAPISI
VE EDİTORYAL BAĞIMSIZLIK İLİŞKİSİNİN ELEŞTİREL
EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM ÜZERİNDEN İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

SERVET BÜŞRA ÇAKMAKÇI ŞEN

Danışman: Dr. Şevket SAYILGAN

İstanbul 2019



T.C.
MARMARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ

TEZ ONAY BELGESİ

GAZETECİLİK Anabilim Dalı GENEL GAZETECİLİK Bilim Dalı TEZLİ YÜKSEK LİSANS öğrencisi SERVET BÜŞRA ÇAKMAKÇI'nın TÜRKİYE'DE YAZILI VE GÖRSEL BASINDA SAHİPLİK YAPISI VE EDİTORYAL BAĞIMSIZLIK İLİŞKİSİNİN ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM ÜZERİNDEN İNCELENMESİ adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 4.07.2019 tarih ve 2019-20/25 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oy birliği / oy çokluğu ile Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi 26.../...08.../...2019....

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

1.	Tez Danışmanı	Dr. Öğr. Üyesi ŞEVKET SAYILGAN	
2.	Jüri Üyesi	Doç. Dr. LEVENT ELDENİZ	
3.	Jüri Üyesi	Doç. Dr. MUSTAFA YILMAZ	

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve Marmara Üniversitesi Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamiyle uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup Marmara Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.



GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyisim	:	Servet Büşra ÇAKMAKÇI ŞEN
Ana Bilim Dalı	:	Gazetecilik
Program	:	Genel Gazetecilik
Tez Danışmanı	:	Dr. Şevket SAYILGAN
Tez Türü ve Tarihi	:	Yüksek Lisans –Temmuz 2019
Anahtar Kelime	:	Sahiplik, Medya, Söylem, Editoryal

ÖZET

Medyanın eleştirel ekonomi politiği kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı ve buna bağlı olarak medya-iktidar ilişkileri ve bu ilişkilerin medya metinlerine nasıl yansıdığıyla ilgilenir. Kitle iletişim araçlarına kimlerin sahip olduğu, nasıl bir sahiplik yapısının söz konusu olduğu, kurumsal yönetimin hangi ilişkiler çerçevesinde belirlendiği, medya patronlarının diğer güçlerle ilişkisi, medya sektörünün değişen dinamikleri, kuruluşların holdingleşmesi, içerik çeşitliliğinin azalması, günümüzde yaşanan ilişkilerin kökeni medyada eleştirel ekonomi politik alanında incelenen başlıklar arasında yer alır.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım bir yapıyı ekonomik, toplumsal ve siyasal olmak üzere tüm açılardan değerlendirir. Bu nedenle medya sektöründe sahiplik yapısının editoryal sürece etkisi eleştirel ekonomi politik yaklaşımla ele alınmıştır.

Eleştirel bakışa göre Marksist görüş medyanın en önemli etkisinin ideolojik olduğunu ve bunun toplumda egemen ve bağımlı grup arasındaki bir çatışma olduğunu ifade eder. Maddi üretim araçlarına sahip grupların zihinsel üretim araçlarına da hâkim olduğunu belirtir. Bundan dolayı öncelikle kitle iletişim araçlarının sahiplik yapısı incelenir. Medya araçlarının hangi kesimi ne kadar etkilediğinden ziyade hangi grupların elinde bulunduğuyla ilgilenir.

Medya sektöründe 1980 yıllarından sonra sermaye sahiplerinin el değiştirmesi, gazetecilerin sahiplik yaptığı dönemden iş adamlarının sahip olduğu döneme evrilmesi, medyada holdingleşme dönemini başlatmıştır. Bu durum meydana gelen yeni mülkiyet yapılanması medyanın özgürlük ve bağımsızlığına ilişkin yeni sorunlara yol açtı. Yeni medya patronlarının haber üretim süreçlerini etkilemiş, kurumun yayın politikasına uygun içerikler hazırlanırken diğer taraftan iktidar ile olan ilişkilerinden dolayı baskı altında kalınmıştır. Haberlerin hazırlanmasında çalışan editör, muhabir, kameraman dahil tüm ekibin kendi kararlarının etkisinin sınırlı olduğu, yayınlanmasına kadar geçen tüm aşamalarda tüm çıkar ilişkileri göz önünde tutulmaktadır.

Bu çalışmada medya kurumunun editoryal kadrosunun haber içeriklerinin hazırlanma sürecine olan etkisi incelenmiştir. Bu çerçevede CNN TÜRK TV'nin sahiplik yapısında meydana gelen değişikliğin, Doğan grubundan Demirören Grubuna geçmesinin ardından haberlerin veriliş tarzında ne gibi bir değişiklik olduğuna bakılmıştır. Söylem analizi yöntemiyle Doğan grubu ile Demirören grubunun sahiplik dönemleri kıyaslanarak haberlerin nicelik olarak olumlu ya da olumsuz bir bakış açısıyla verilmesi incelenmiştir.

GENERAL KNOWLEDGE

Name and Surname	:	Servet Büşra ÇAKMAKÇI ŞEN
Field	:	Journalism
Program	:	General Journalism
Supervisor	:	Dr. Şevket SAYILGAN
Dissertation type and date	:	Master Degree –April 2019
Keywords	:	Ownership, Media, Discuss, Editorial

ABSTRACT

The critical political economy of the media deals with the ownership and ownership structure of mass media and, consequently, the relationship between media and power and how these relations are reflected in media texts. Who owns the mass communication media, what kind of ownership is this, in which frames does the institutional relationship occur, the relation between the media bosses and other powers, the changing dynamics of the media sector, the conglomerate of the establishments, decreasing of the variety of content, origin of the actual relationships in the media are examined in the field of critical politics headings.

According to critical view marxist paradigm; the most important effect is ideologic and this causes the conflict between the dominant and dependent group. The ones who owns the material production instruments also owns mental production instruments. Because of this, firstly, ownership of the mass communication media is examined not the effects of the which groups but who owns them is the primary interest.

After 1980, changing of the capital, changing of the time that owners are journalist to businessman causes the conglomeration of media. In this situation of the ownership structure causes the new problems about independancy and freedom. This effects the new boss' news making process, while making the contents related to establishment policy, they feel under pressure because of the relationships between government. All interest

relations are taken into consideration in all stages of the publication, including the editor, reporter and cameraman working in the preparation of the news

În this study we examined the effect of the news preparation process which is made by the editorial staff of the media company in this frame we search the difference with the presentation of the news after the CNN Türk TV's ownership change from Doğan group to Demirören Group. With the discourse analysis method comparing the Doğan Group ownership and Demirören Group ownership about the presentation of the news in positive quality or negative quality.



ÖNSÖZ

Bu çalışmanın hazırlanmasındaki amaç medya mülkiyeti sahiplerinin iktidar ile var olan ilişkilerini eleştirel ekonomi politik açıdan incelenmesidir. Bunu yaparken de söylem kaynağı olarak ana haber bültenleri üzerinden çalışma gerçekleştirilerek editoryal bağımsızlık konusunda ne durumda olduğumuz tespit edilmeye çalışılmıştır. Gazetecilik bağlamında ekonomi politikçi görüş, haberin devlet ile sahiplik yapıları arasındaki ilişkiyi ön planda tutarak, haberde verilecek mesajın hazırlanma aşamalarını dikkate alır.

Tez sürem boyunca desteğini her zaman hissettiğim, zor anımda güç veren, bana her zaman inandığını söyleyen canım annem HADİYE ÇAKMAKÇI'ya ve babacığım OSMAN ÇAKMAKÇI'ya en içten teşekkürlerimi sunarım. Yoğun bir çalışma temposu içerisinde bana eşlik eden, birlikte çalışma programları hazırlayıp uyguladığımız, güne çok erken saatlerde başlayıp ders çalıştığımız, bu zorlu süreci beraber atlattığım, tüm kaynak ve kitap taramalarında bana yardımcı olan eşim YASİN ŞEN'e teşekkür ederim.

Tez çalışması boyunca tüm sorularımı cevaplayan, yol gösteren, karşılaştığım zorluklarda çözüm üreten, yardımlarını esirgemeyen başta danışman hocam Dr. ŞEVKET SAYILGAN'a, Dr. OSMAN ÇALIŞKAN, Dr. LEVENT ELDENİZ, arkadaşım NURTEN NİHAL ERDOĞAN ve abim YUSUF DERYA ÇAKMAKÇI'ya çok teşekkür ederim.

Tezimi bitirmem konusunda beni motive eden, istediğim herşeyi yapabilecek gücüm olduğunu bana hatırlatan, kendi yolumu nasıl çizeceğimi öğreten, yolumdaki fener olan ve bana koçluk yapan ÜNSAL SÖZBİR'e teşekkür ederim.

Ve son olarak kütüphane ve kitap ile çok erken yaşta tanışan, yolumu gözleyen 3 yaşındaki minik kızım İNCİ ŞEN'e en büyük teşekkürlerimi sunarım..

İstanbul

Servet Büşra ÇAKMAKÇI ŞEN

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ.....	vi
KISALTMALAR.....	x
GİRİŞ.....	1
1.KAVRAMSAL AÇIDAN MEDYANIN ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİĞİ YAKLAŞIMI.....	4
1.1.Ekonomi Politik Kavramı	4
1.2. Marksist Paradigma:Materyalist Tarih Anlayışı	6
1.3. Frankfurt Okulu/Eleştirel Kuram	12
1.4. Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşımlar	15
1.4.1.Araçsalcı Ekonomi Politikçiler: Herman, Chomsky ve Schiller	18
1.4.1.1.Rızanın İmalatı:Propaganda Modeli	19
1.4.2.Yapısalcı Ekonomi Politikçiler	25
1.4.2.1.Althusser ve Gramsci Yaklaşımları	25
1.4.2.1.1.Althusser'in İdeolojik Devlet Aygıtları.....	25
1.4.2.2.Gramsci: Hegemonya Kuramı	27
2.EDİTORYAL BAĞIMSIZLIK VE SAHİPLİK İLİŞKİSİ	30
2.1.Editoryal Bağımsızlık Kavramı.....	30
2.2. Türk Basın Tarihinde Sahiplik Durumu	36
2.3.Yakın Dönem Türk Basımında Sahiplik Süreci	40
2.3.1. Doğu Grubu	40
2.3.2.Ciner Grubu.....	42
2.3.3.Turkuvaz Medya Grubu	42
2.3.4.İhlas Grubu.....	43
2.3.5.Uzan Grubu	44
2.3.6.Çukurova Grubu	45
2.3.7.Doğan Grubu	46
2.3.8. Demirören Grubu.....	47

3.SAHİPLİK VE EDİTORYAL BAĞIMSIZLIK İLİŞKİSİNİN ELEŞTİREL SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİCNN TÜRK TV’NİN SAHİPLİK YAPISININ DEĞİŞMESİNİN HABERLERİNE YANSIMASI	49
3.1.Araştırmanın Konusu	49
3.2. Araştırmanın Amaç ve Önemi	50
3.3. Araştırmanın Problemi	51
3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	51
3.5. Varsayımlar/Hipotezler	52
3.6.. Evren ve Örneklem.....	52
3.7. Araştırmanın Yöntemi	52
3.7.1. Eleştirel Söylem Çözümlemesi.....	53
3.7.2.Teun A.Van Dijk Eleştirel Söylem Çözümlemesi.....	54
3.7.2.1. Makro Yapı Analizi	56
3.7.2.2. Mikro Yapı Analizi.....	57
3.8. Bulgular ve Yorum.....	58
3.8.1. Haber Metinlerinin Eleştirel Söylem Çözümlemesi	58
3.8.2. Ekonomi Haberleri Eleştirel Söylem Çözümlemesi	59
3.8.2.1. 11 Ocak 2016 Orta Vadeli Plan (OVP) Haberi ile 20 Eylül 2018 Yeni Ekonomi Programı (YEP) Haberi Kıyaslaması	59
3.8.2.2. 28 Kasım 2016 Tarihli ‘Bir Süre Sonra Düşer’ Haberi ile 13 Ağustos 2018 Tarihli ‘Hafızamı mı Okuyorsunuz’ Haberi Kıyaslanması	68
3.8.2.3. 14 Şubat 2017 Tarihli‘Cari Açık’ Haberi ile 11 Mart 2019 Tarihli ‘Cari Açık’Haberi Kıyaslanması.....	73
3.8.2.4. 16 Mart 2017 Tarihli ‘Merkez Faiz Kararı’ Haberi ile 13 Eylül 2018 Tarihli‘Merkez Bankasından Rekor Faiz Artış’ Haberi Kıyaslaması	76
3.8.2.5.12 Haziran 2017 Tarihli ‘Büyüme Haberi’ ile 11 Mart 2019 Tarihli ‘Büyüme Haberi’ Kıyaslaması.....	79
3.8.2.6. 13 Kasım 2017 Gıda Fiyatları Haberi ile 13 Şubat 2019 Gıda Fiyatları Haberi Kıyaslaması	86
3.8.2.7. 8 Şubat 2016 Tarihli ‘Turizmin Zor Yılı’ Haberi ile 31 Mayıs 2019 Tarihli ‘Turizmde Nisan Rüzgârı’ Haberi Kıyaslaması.....	90
3.8.2.8. 26 Nisan 2017 Tarihli ‘Türk-İş Araştırması’Haberi ile 27 Eylül 2018 Tarihli ‘ Açlık Sınırı Asgari Ücreti Geçti’ Haberi Kıyaslaması:	93
3.8.2.9 26 Nisan 2017 ‘Fasulyede Vergi Sıfırlandı’ Haberi İle 11 Mart 2019 ‘Patatese İthalat Yolu Açıldı’ Haberi.....	96
3.8.3. Yatırım Haberleri Eleştirel Söylem Çözümlemesi	103
3.8.3.1.20 Aralık 2016 Tarihli‘Avrasya Tüneli’ Haberi ile 13 Mart 2019 Tarihli ‘Gebze-Halkalı Marmaray Banliyö Hattı’ Haberi Kıyaslaması	103

3.8.3.2. 9 Ağustos 2012 Tarihli ‘İstanbul 3. Havalimanı’ Haberi ile 29 Ekim 2018Tarihli ‘İstanbul Yeni Havalimanı’ Açılışı Haberi Kıyaslaması	110
3.8.3.3. 26 Nisan 2017 Tarihli ‘Galataport’a Mühür’ Haberi ile 6 Haziran 2019Tarihli ‘Kruvaziyer Turizmi Canlandırdı’ Haberi Kıyaslaması	112
3.8.4. Siyaset Haberleri Eleştirel Söylem Çözümlemesi	115
3.8.4.1. 28 Şubat 2017Tarihli ‘Liderlerin Referandum Gündemi’’ Haberi İle 28 Şubat 2019 Tarihli ‘28 Şubatın 22. Yıl Dönümü’ Haberi Kıyaslaması	115
3.8.4.2.23 Mart 2017 Tarihli Referandum Haberi ile 28 Mart 2019 Tarihli ‘GBT’ler Elimizde, Adım Atarız’ Haberi Kıyaslaması	118
3.9.Sahiplik Sürecinin Habercilik Fonksiyonuna Etkisinin Yorumları	121
3.9.1.Haber Analizlerinin Değerlendirilmesi	122
4.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME	136
5.KAYNAKÇA.....	139

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	Amerika Birleşik Devletleri
ANAP	Anavatan Partisi
AŞ	Anonim Şirket
BDDK	Borsa Denetleme Düzenleme Kurumu
BİST	Borsa İstanbul
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi
CNBC-e	Consumer News And Bussines Channel
DİA	Devletin İdeolojik Aygıtları
DP	Demokrat Parti
DYP	Doğru Yol Partisi
FED	Amerikan Merkez Bankası
GBT	Genel Bilgi Toplama
GSYH	Gayri Safi Milli Hâsıla
HDP	Halkların Demokratik Partisi
HGS	Hızlı Geçiş Sistemi
KDV	Katma Değer Vergisi
NTV	Nergis Televizyon
OGS	Otomatik Geçiş Sistemi
OVP	Orta Vadeli Plan

ÖTV	Özel Tüketim Vergisi
TGRT	Türkiye Gazetesi Radyo Televizyon
TİM	Türkiye İhracatçılar Meclisi
TMSF	Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSİAD	Türkiye Sanayici İş Adamları Derneği
TV	Televizyon
YEP	Yeni Ekonomi Planı

GİRİŞ

Medyanın ekonomi politiği kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı ve buna bağlı olarak medya-iktidar ilişkileri ve bu ilişkilerin medya metinlerine nasıl yansdığıyla ilgilenir. Haber içeriklerinin oluşturulmasında en etkili unsur sahiplik ve kontrol yapısıdır. Günümüzde medya sektörü holdingleşme şeklinde tasarlanmış yapılarıdır ve medyanın ürettiği her türlü içerik meta olarak kabul edilebilir. Buna bağlı olarak kar/zarar dengesi de göz ardı edilemez.

Medya mülkiyetlerinde bütünleşme, aynı alanda faaliyet gösteren firmaların satın alınmasıyla yatay bütünleşme ya da farklı alanda faaliyet gösteren firmaların birleşmesiyle dikey bütünleşme meydana gelir. Bütünleşmeler sonucu holdingler güçlerini artırarak daha geniş kitlelere farklı kanallardan ulaşma imkânı elde ederler. Bu durum medyanın mülkiyet yapısında oligopolleşmeyi artırdığı için içerik üretimindeki çeşitliliği ve esnekliği sınırlandırır.

Medyada mülkiyet sahibi kesim, kendi çıkar ilişkilerini korumak için toplumu ekonomi, politik ve kültürel olarak yönlendirebilme gücüne sahip olur. Bu sistemin devamını sağlayan içerik üretimi tekrarlanarak sistem sürekli olarak yeniden üretilir.

Çalışmanın birinci bölümünde kuramsal tabanını oluştururken medyada sahiplik ve kontrol yapısının medya içeriklerini nasıl şekillendirdiğini açıklayan 2 farklı yaklaşımda üzerinde duruldu. Bunlar araçsalcı ve yapısalcı yaklaşımlardır. Bu yaklaşımlara değinmeden önce medyada ekonomi politiğin hangi sorulara cevap aradığı üzerinde duruldu. Buna göre kitle iletişim araçlarına kimlerin sahip olduğu, nasıl bir sahiplik yapısının söz konusu olduğu, kurumsal yönetimin hangi ilişkiler çerçevesinde belirlendiği, medya patronlarının diğer güçlerle ilişkisiyle medyada ekonomi politik alanında incelenen başlıklar arasında yer alır. Üretim ilişkileri ve biçimi, üretilenin ne olduğu, izleyiciye ne oranda fayda sağladığı da bu başlıklara dâhil edilebilir.

Ekonomi politikçilerde kendi aralarında liberal ve eleştirel diye ikiye bölünmüş, Adam Smith'in kurucusu olduğu liberal ekonomi politikçilere göre ekonomik yapı ile politik, kültürel ve toplumsal ilişkiler arasındaki düzenlemeye devlet müdahalesi olmamalı, piyasa kendiliğinden düzenlenebilir. Eleştirel ekonomi politikçiler ise tüketicilerin egemenliği yerine mülkiyet ve üretimin örgütlenmesine odaklanır. Bu sorulara cevap arayan düşünürlerin birçoğu da Marksist kökenlidir. Frankfurt Okulu da bu görüşlere sahip olan kişilerin çalışmalarını derinleştirdiği kitle iletişim araçlarını açıklayan ve çözümleyen bir okuldur. Toplumsal ilişkilerde ve toplumun kültür yapısındaki değişikliklerde ekonominin belirleyici olduğunu savunurlar.

Frankfurt Okulundan sonra araçsal ve yapısalci yaklaşımlara yer verilerek 2 farklı yaklaşım ele alınmıştır. Araçsalci yaklaşım kamusal bilgi akışını sağlayan, bunu kendi çıkarlarını koruyarak kitle iletişim araçlarını egemen sınıfların kontrol ettiği bir güç olarak görür. Bu yaklaşımda Herman, Chomsky ve Shiller'in görüşleri ön planda tutulmuş, propaganda modeli olarak rızanın imalatına yer verilmiştir. Yapısalci yaklaşımda ise medya ideolojik bir güç olarak kabul edilir. Kapitalist ekonomi kitle iletişim araçlarının işleyiş ve içerik üretimlerini etkiler ve bunu kapitalist ideolojiyi destekleyecek şekilde yapar. Bu nedenle yapısalci yaklaşım kitle iletişim araçlarının holdingleşmesi ve oligopolleşmesi üzerinde durur.

Çalışmanın ikinci bölümünde editoryal bağımsızlık ve medyada sahiplik ilişkisi üzerinde duruldu. Editoryal bağımsızlık medya sahiplerinin gazeteci ailelerden iş adamlarına doğru el değiştirmesinden sonra ortaya çıkan bir süreç oldu. Medyada holdingleşmenin artmasıyla içerik üretimlerinin çıkar ilişkilerini koruyacak şekilde oluşturulması editoryal bağımsızlığı gündeme getirdi. Editoryal bağımsızlık gazetecilerin mesleki gereklerine göre içerik üretmeleridir. Bir medya kurumunda sermaye sahibinin içerikler üzerindeki etkisi ne kadar az hissediliyorsa editoryal bağımsızlık o kadar korunabiliyor demektir. Editoryal kadroya tercih edilecek kişinin kurumun yayın politikalarıyla da uyumlu olması ve yakın görüşe sahip olması önceliklidir. Bu kısımda Türk basın tarihine kısaca yer verilmiş ardından yakın dönem

ve günümüzde halen devam etmekte olan medya sahiplerinin geçmişi hakkında bilgilendirme yapılmıştır.

Üçüncü ve dördüncü bölümde tezin en önemli kısmı olan uygulama hakkında temel taşlar oluşturulmuş, araştırmanın çerçevesi belirlenmiştir. Van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılarak ana haber bültenlerinde analiz yapılmıştır. Söylem çözümlemesi ile bir metnin aslında ne anlatmak istediği analiz edilir. Burada amaç, söylemin dünyayı temsil eden, zaman, mekân, sosyal, politik, kültürel ve ideolojik bağlamlar kurularak, sadece dil bilgisel özelliklerin seçilmiş olmasına bağlı kalmaz. Bunun yanında iktidar ilişkilerini destekleyen, yeniden üretilmesini sağlayan, yorumlama olanağına kapı açan bir yöntemdir. Kapitalist sınıfın etkisini sürdürebilmek için kamunun rızasının ancak ikna yoluyla elde edilebileceği savunulmuş ve bunun medya aracılığıyla etkili olarak gerçekleştirileceği kabul edilmiştir.

Örnekleme olarak CNN Türk TV ele alınmıştır. Doğan grubunda olan CNN Türk 2018 yılında sahiplik yapısında değişikliğe gitmiş ve tüm haklarını Demirören grubuna devretmiştir. Demirören grubu bu satın alma sonrasında medyada kayda değer bir büyüklüğe erişmiştir.

Uygulamada esas alınan nokta CNN Türk TV'nin sahiplik yapısının değişmesinin ardından ana haber bültenlerinde içerik üretiminde nasıl bir farklılık olduğunu ortaya koymaktır. Doğan grubunda iken içerik üretiminde dikkat edilen unsurlar ile Demirören grubunda ön plana çıkarılmak istenen noktalar arasındaki farklara dikkat çekilmiştir. Bunu yaparken haberler ekonomi, yatırım ve siyaset haberleri olmak üzere 3 ana konu başlıklarına ayrılmış, kullanılan olumlu ve olumsuz kelime sayısına dikkat çekilmiştir. Böylece medyada sahiplik yapısı ile editoryal bağımsızlığın birbiriyle ne kadar iç içe olduğu eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi ile kanıtlanmış oldu.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.KAVRAMSAL AÇIDAN MEDYANIN ELEŞTİREL EKONOMİ POLİTİĞİ YAKLAŞIMI

Bu bölümde ekonomi politik kavramı incelenirken, Marksist yaklaşımların etkisi üzerinde durulmuştur. Eleştirel ekonomi politik yaklaşımların ifade edildiği çerçeve kapsamında araçsalcı ve yapısalcı görüşlere yer verilmiştir.

1.1.Ekonomi Politik Kavramı

Ekonomi politik toplumsal gerçekliği anlamak için epistemolojik ve metodolojik bir yaklaşımdır. Toplumsal yaşamda denetim ve mücadelenin incelenmesi olarak tanımlanabilir.(Olkun, 2013, s. 7)İnsanlar arasındaki üretim ilişkilerini inceleyen ekonomi politik, mülk edinme şekilleri, üretim içinde bulunan farklı grupları ve aralarındaki ilişkileri inceler. Ekonomi politik insanlar arasındaki ekonomik ilişkilerin gelişmesinin bilimidir.(Nikitin, 1973, s.16)

Ekonomi politik, üretimden ziyade üretim alanında insan ilişkileriyle üretimin sosyal yapısıyla ilgilenir. Bunun yanında üretim güçleri ile üretim ilişkileri arasındaki bağda ihmal edemez. Yani üst yapıdan ayrılmaz çünkü üst yapı alt yapıdan meydana gelir ve bu alt yapıya kuvvetli etkisi vardır. (Nikitin, 1968, s:19) Medyanın oligopolleşmesi, ticarileşmesi, uluslararası hale gelmesi, kar amacı gütmesi, reklamlar gibi medya pratiklerini sorunsallaştırır. Ekonomi-politik bu düzenin incelenmesini içerir.

Ekonomi politik Klasik Marksizm'le beraber gelişme göstermiştir. Klasik Marksizm ham madde ve üretim araçlarının mülkiyeti üzerindeki sahiplik kavramını kapitalist toplumlardaki dengesiz servet dağılımının sebebi olarak kabul eder. Yani emek ve emekle ilişkilerini kontrol eden sermaye sahibini temsil ederler. Dolayısıyla medyada güç ve ilişkilerini denetiminde tutanlar kendi politikalarının propagandasını

yapma hakkını görürler. Ekonomi politik, medyanın kurumsal yapı ve pratikleri, içerik üretimi ve bunun etkileri ile ilgilenir. (Laughey, 2010, s.69-70)

Vincent Mosco'ya göre eleştirel ekonomi politiğin üretimi, dağıtımı ve tüketimini karşılıklı olarak kuran egemen ilişkilerini incelemiş ve şu şekilde sonuçlar çıkarmıştır. Ekonomi politik toplumsal değişim ve tarihsel dönüşümü izler, toplumsal ilişkileri ortaya çıkaran ekonomik, politik, kültürel alanları inceler ve toplumsal değerler ile ahlaki ilkelerle ilgili bir ahlak felsefesine bağlı olduğunu savunur. (Adaklı, 2001,s.25)

Mosco'ya göre eleştirel ekonomi politik, maddi ve maddi olmayan kaynakların üretim, dağıtım ve tüketimini karşılıklı olarak oluşturan iktidar ilişkilerini inceler. Bunu yaparken iletişim araçlarının üretimini, tüketimi ve dağıtımında iktidar ile olan ilişkiler incelenir. Dolayısıyla bu süreçte etkisi olan sahiplik, pazar mekanizması, siyaset gibi kavramları ele alır. Bu etkilerin hepsi belli bir toplumsal yapı içerisinde gerçekleşir. Siyaset ve pazar mekanizmasının arasındaki ilişki sınıf sömürsünden kaynaklanır. Buna göre devlet ile pazar yani ekonomi arasındaki ilişki, toplumda egemenlik kurulabilecek kesim üzerindeki etkisini sürdürmek için, egemen sınıfların üretim, dağıtım ve tüketim ilişkilerine odaklanır. (Yaylagül, 2019:138)

Peter Golding ve Graham Murdock 1970'li yıllardan sonra ekonomi politik alanında önemli çalışmalarda bulunmuştur. '*Kitle İletişiminin Ekonomi Politikası*' adlı makaleye göre, medya meta üretip ve dağıtan ticari bir kurumdur. Sahibi oldukları grubun kontrolündedirler. Medyanın ekonomi politikası sadece içeriklerin üretimi ve dağıtımına odaklanmaz ve içeriklerin ideolojik işlevlerini de hesaba katmalıdır.

Golding ve Murdock ekonomi politiğe daha eleştirel bir bakış açısı kazandırmışlar ve onlara göre bu durum epistemolojik açıdan gerçekçi ve maddeci bir kavrayışa sahiptir. Eylem ve yapı sorunlarıyla ilgilenir. Bunun yanında tarihsel bir analize de dayanır. (Adaklı, 2001,s.25)

Golding ve Murdock' un yaklaşımına göre ekonomi politikçiler medyayı araçsal ve yapısalci yaklaşımlar olarak ikiye ayırır. Yapısalci yaklaşımlar medyayı ideolojik bir güç olarak kabul ederken, araçsalcılar kapitalistlerin kendi çıkarlarıyla uyumlu kamusal bilgi akışını sağlayacak ekonomik güçlerin kullanımına odaklanır ve özel mülk araçları sınıf tahakkümünün araçları olarak kabul edilir. (Adaklı,2001, s.26)

Golding ve Murdock'a göre medyanın ekonomi politiği yalnızca emtiaların üretimi ve dağıtımını üzerine odaklanmaz; onların yerine getirdiği ideolojik işlev ile kendi doğalarının tüm özelliklerinin açıklamasını yapar.(Aras, 2008, s. 15)

Ekonomi politik yaklaşım bizi kapitalistlerin sahip olduğu medya kararlarının ve medya içeriğinin ekonomik iktidara sahip olanları eleştirmeyeceği görüşüne yöneltir. Ancak ekonomi politik görüşe göre medya mülkiyetindeki değişimler iktidar ilişkilerini fazla etkilemez çünkü her medya sahibi sermayenin çıkarlarına göre yayın politikası izlemektedir.((Shoemaker & Reese, 2014, s. 106)

1.2. Marksist Paradigma: Materyalist Tarih Anlayışı

Adam Smith'in çalışmalarıyla ortaya çıkan liberal ekonomi-politik kavramı toplumsal değişimleri ve dönüşümleri anlamaya çalışmak, ekonomik yapılanma ile politik, toplumsal ve kültürel yaşam arasındaki etkileşim ile ilgilenir. Bu yaklaşıma liberal ekonomi politik yaklaşımda denilir. Ekonomik liberalizm meşrulaştırma ve devlet tarafından her türlü müdahaleye karşı çıkar. Dışarıdan müdahale olmadığı müddetçe pazar mekanizmasının sorunsuz işleyeceğini, ülkenin tüm doğal kaynaklarından faydalanılacağını, iş olanaklarını ve iş bölümünün artacağını, sermaye birikiminin çoğalacağını savunur.

Liberal ekonomi politikçiler, girişimcilerin ve seçme özgürlüğü olan tüketicilerin bulunduğu bir pazar sisteminde mübadeleye odaklanırken; eleştirel ekonomi politikçiler tüketicilerin egemenliği ya da bireysel tercihleri yerine mülkiyetin ve üretimin örgütlenmesine odaklanır. (Adaklı, 2001, s.26)

Liberal ekonomiye yapılan en önemli eleştirisi Karl Marks'tan gelmiştir. Bu yaklaşımı tarihsel ve materyalist olmamakla eleştirmiştir. Marks'ın tarih ve toplum anlayışına göre insanlık tarihi sınıf mücadelesi tarihinden ibarettir. Marks için eleştirel ekonomi politik bilimi kapitalist toplumda egemen olan sömürü ilişkilerini inceler.(Yaylagül, 2009)

Meta kavramı kapitalist düzeni ifade edebilmek için temel yapı taşı gibidir ve bu durum eleştirel ekonomi politikçiler açısından da önem taşır. Toplum içinde insanlar arasındaki ilişki şekillenirken metalar arasındaki ilişkinin etkisi söz konusu olur.

İnsan emeği ile ortaya çıkan her şeye *meta* deniyor ve değeri ne kadarlık sürede ortaya çıktığı ile ölçülüyor. Metanın üretim süresi 1 saatlik insan emeğine eşitse, 1 saatte üretilen diğer tüm metalarla aynı değeri görüyor. Meta üretim maliyetinden fazla bir miktara satılıyorsa *artı-emek* ortaya çıkıyor. Böylece karşılığı ödenmemiş emek zamanının sonucu olarak *artı-değer* oluşuyor. Tam da bu noktada klasik ekonomi politikçiler metanın değişim değerini belirleyen şeyin emek zamanı değil arz-talep ilişkisi olduğunu savunur. Bu durum *metayı* üreten gücün emek zamanına göre ücretlendirilmesine engel oluşturur. Marksist görüşe göre değişim değerinin ölçüsü emek zamanı olduğuna göre emekçinin ücreti buna göre belirlenmelidir. Ancak klasik ekonomi politikçiler bu ilişkiyi ayırarak emeği yabancılaştırma yolunu tercih eder ve *artı-değer* üzerinden sermaye birikimini gerçekleştirir.(Kılıçatan, 2011, s.11)

Emeğin yabancılaşması Marks, *Ekonomi Politğin Eleştirisine Katkı* (, s.237) kitabında şu şekilde bahsetmiştir:

“Toplumda üreticiyle ürün arasındaki ilişki, bu sonuncusu tamamlanır tamamlanmaz, bir dış ilişkidir ve ürünün özneye dönüşü, onun öteki bireylerle ilişkilerine bağlıdır. O, doğrudan doğruya ürünün sahibi olmaz. Üstelik ürünü dolaysız mülk edinme, üreticinin toplum içinde [sayfa 259] üretimde bulunurken güttüğü amaç değil midir? Üretici ile ürünler

arasına, toplumsal yasalarla üreticinin ürün kitlesindeki payını belirleyen ve üretim ile tüketim arasında yerleşen dağıtım girer”

Materyalist tarih anlayışında *üretim ilişkilerine* baktığımızda, üretim faaliyetinde bulunan bireylerin etkinliklerini sürdürebilmek için hem doğa ile hem de birbiriyle olan ilişkisi devam etmelidir. Yeni her türlü ekonomik temelli üretim biçimi, ilişkilerin sürdürülebilmesine dolayısıyla siyasal ve toplumsal ilişkilere bağlıdır. Marks ve Engels’e göre, bu durum *iki tür üretim aracı* ile olur. Birincisi, ortak zeka ürünü olan, kişinin bedensel ve zihinsel faaliyetlerinin bir arada olmasıyla gerçekleşen, o döneme ait doğal araç gereçler (*insan bedeni, toprak, hava, su vb*)iken ikincisi, emeğin doğal dünyayı dönüştürdüğü, iş bölümünün yapıldığı, sermaye artırımını ile mülkiyetinin zorunlu olduğu *makine* gibi yapay aletlerdir.

Açıklanan bu kavramlar *üretim ilişkilerini* anlatır. Bireylerin kendi varlıklarını sürdürebilmek için maddi dünyayı şekillendirmesi ve bu şekillendirme esnasında hem doğa hem de birbiriyle girdiği ilişkilerin tümü kastedilmektedir. *Üretici güçler* dediğimizde ise burada üretimi gerçekleştiren bireylerin hepsi anlaşılır.

Üretici güçler ile karşılıklı ilişki arasındaki çelişki tarih boyunca süregelir. Yani üretime katılan bireyler arasındaki rekabet, hem emeğin biriktirilmesi ve sermayenin artmasıyla özel mülkiyetin çoğalmasını hem de emeği verenleri gittikçe mülksüzleştirilmesi sonucunu ortaya çıkarır.

Marks, zihinsel üretimin maddi üretimden ayrıldığını ve zihinsel üretim yapanların toplum üzerinde maddi koşullardan bağımsız olarak özerkliğe sahip olduklarını belirtir. *Alman İdeolojisi*nde fikirlerin üretim ve dağıtımının sınıflar arası ilişkilere bağlamıştır. *Ekonomi Politikin Eleştirisine Katkı* ’da bu düşüncelerini geliştirmiştir. Fikirlerin ve ideolojinin ekonomik koşullara yani üretimdeki sınıf ilişkilerine bağlı olduğunu ifade etmiştir. İdeoloji, egemen sınıfın çıkarlarını beslerken sınıf ilişkilerini aldatıcı bir şekilde temsil eder. Ekonomik üretim koşulları toplumsal değişimin gelişmesini sürdürür. (Alemdar ve Erdoğan, 1994, s.188)

Toplumun gelişiminin önündeki ana unsur üretim araçlarının incelenmesinin yanı sıra bu üretim araçlarının sahiplik yapılarının incelenmesini öngörür. Eleştirel ekonomi politik sahiplik yapılarını incelerken toplumsal yapıyı nasıl şekillendirdiği üzerinde de durur.

Eleştirel yaklaşımlarının sorunsalı temel olarak üretim araçlarının mülkiyetini elinde bulunduran iktidarı kendi çıkarlarının devamlılığı için düzenlenen devlet mekanizması aracılığıyla baskıcı ya da rıza kazanıcı bir şekilde uygulanan merkezi bir kavram olarak ele alırlar ve bu yaklaşımlarının kökeninin Marksizm'e uzandığı çağunlukla kabul görmektedir. (Çiler, 2001, s.19)

Erdoğan ve Alemdar (2002, s.292)'a göre,

Düşünselin üretiminin materyal hayatın üretimiyle bağı sadece günlük materyal yaşamın üretimi sırasında kendiliğinden olmaz. Aynı zamanda "üst yapı kurumları" veya Althusserci deyimle 'devletin ideolojik aygıtları' olarak nitelenen örgütlü yapılar tarafından üretilir. Bu üretim günlük yaşamın üretilmesindeki egemenlik ve mücadelelerin dinamik yansımaları olarak oluşur ve değişir.

İdeolojik düzeyde yapılan bir araştırmada medyayla ilgili daha eleştirel ve radikal görüş savunulur. İktidarların ya da mülk sahiplerinin elinde yoğunlaştığını savunarak medya içeriğinin bu çıkar gruplarının iktidarını ifade ettiğini belirtir. Eleştirel bakış içerisinde yaygın görüş olan Marksist geleneğe göre medyanın en önemli etkisinin ideolojik etki olduğu ve bu gelenek toplumda egemen ve bağımlı gruplar arasındaki sınıf hatları boyunca bir çatışma olduğunu ifade eder. (Shoemaker&Reese, 2014, s.104)

Karl Marks ekonomi politik yaklaşımında egemen sınıfın fikirlerinin her dönem hâkim olduğunu savunur. Maddi üretim araçlarına sahip grupların zihinsel üretim araçlarına da hâkim olduğunu ifade eder. Bundan dolayı öncelikle kitle iletişim araçlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı incelenir. Medya mülkiyeti, yönetici sınıfın

medya kurumlarını kontrol edebilmesi için bir araçtır. Bu anlamda medya araçlarının kimleri ne kadar etkilediğinden çok hangi grupların elinde bulunmasıyla ilgilidir. Üretim araçlarının üzerindeki egemenlik aslında sunulan düşüncenin üretimi ve dağıtımındaki egemenliğin kontrolüdür. (Marx & Engels, 2013)

Bu paragrafta ifade edildiği gibi Marks ideolojiyi, gücünü sermaye grubunu denetlemesinden alan yönetici sınıfla ilişkilendirir. Medya ürünlerinin toplumdaki ekonomik ilişkiler tarafından belirlendiğini savunan ekonomi politikçiler, ekonomik koşullar ile ideoloji arasındaki bağlantının güçlü olduğunu savunurken Marksist görüşler içerisinde fikir uyuşmazlığı mevcuttur.(Shoemaker&Reese, 2014, s. 105)

Marks'ın '*Alman İdeolojisi*' isimli kitabında, üretim araçlarını elinde bulunduran sınıfın ya da grupların zihinsel üretim araçlarına da sahip olduğu vurgulanır. Zihinsel üretimi kendi çıkarları doğrultusunda kullanarak içerik üretirler ve aynı zamanda bu zihinsel ürünlerin dağıtım mekaniğine de sahiptirler.(Murdock, 2006:76-77) Bu durumu medya sektörüyle ilişkilendirdiğimizde medya patronları kapitalist sınıfın liderleridir ve bunların uyguladığı yayın politikaları, toplumsal düzeni destekleyen görüntüleri toplumsal zihin kanallarına aktarırlar.

Gülenç (2015, s.48)'in ifade ettiği gibi

“Marks'ın tarih anlayışına göre, maddi yaşamın üretim tarzı genel olarak, toplumsal, siyasal ve entelektüel yaşam sürecini koşullandırır. (2005.25)Bu tarihsel materyalist yaklaşım, tarihte ortaya atılan dinsel, felsefi, siyasal ve hukuksal görüşlerin anlaşılabilmesi için bu görüşlerle örtüşen çağlardaki maddi yaşam koşullarının anlaşılması gerekir. Marks, Ekonomi politiğin eleştirisine Katkı'nın önsözünde altyapı-üstyapı bağlamında bu düşünceyi şöyle açıklar: Varlıkların toplumsal üretiminde, insanlar, aralarında, zorunlu, kendi iradelerine bağlı olmayan belirli ilişkiler kurarlar; bu üretim ilişkileri onların maddi üretici güçlerinin belirli bir gelişme derecesiyle örtüşür. Bu üretim ilişkilerinin tümü, toplumun iktisat yapısını, belirli toplumsal bilinç

biçimleriyle örtüşen bir hukuki ve siyasal üst yapının üzerinde yükseldiği somut temeli oluşturur.”

Marksist yaklaşımların öncelikli sorularından biri kitle iletişim araçlarının alt yapının mı yoksa üst yapının mı parçası olduğudur. Alt yapı, toplumda üretim güçlerini, biçimlerini ve ilişkilerini içeren ekonomik yapıdır. Üst yapı ise, alt yapı tarafından oluşturulur ve alt yapıyı değiştirmek, geliştirmek için örgütlenmeler, düşünceler, ideolojiler ve ilişkileri meydana getirir. Karşılıklı etkileşim içerisindedirler.

Marksizm'in temel kavramlarından olan alt yapı- üst yapı şeklinde modellenen toplumsal mimari esas alınmıştır. Bu modele göre alt yapı unsurları örgütlenmenin temel etkenidir. Alt yapı bir üretim tarzıdır. İletişim açısından düşünüldüğünde bir medya metninin, üretici güçlerin, yapımcıların ve içinde bulunulan toplumsal koşulların açıklanmasında önemli bir unsurdur.

İletişim en genel tanımıyla fikir,sembol, anlamların iletimi ve değiş-tokuşu olarak ifade edildiği zaman üst yapıya aittir denilebilir. Althusserci yaklaşıma göre de “Devletin İdeolojik Aygıtları”nın yani üst yapıya aittir. “Ancak ideolojik faaliyetleri ve içeriği nedeniyle üst yapıya ve ekonomik örgütler olarak alt yapıya aittir. Altyapı ile üst yapı birbirinden bağımsız iki ayrı şey değildir.”(Erdoğan ve Alemdar, 2002, s.296)

“Marks egemen sınıfın egemen düşüncelerinden ve bu düşüncelerin zihinsel üretim yoluyla zihinsel üretim araçlarına sahip olmayanlara olan ilişkisinden söz ettiğinde, sınıflar arası düşünce, düşünce üretimi, tüketimi ve alışverişini açıklar. Kitle iletişimi açısından belli inceleme konularını ortaya çıkarır:

Birincisi zihinsel üretim araçları olarak kitle iletişim araçlarının sınıfsal sistem içindeki yerinin saptanmasıdır. Bu da bu araçların sahiplik yapısı ve egemen sınıfların bu araçların işleyişi üzerindeki denetleme biçimlerinin incelenmesini gerektirir.

İkincisi, kitle iletişim araçlarının iletlediği dűşünceler, değerler sistemi ve kitle iletişim araçlarının zihinsel üretime nasıl katkıda bulunduğudur. Kitle iletişim araçlarının işleyiş ve üretim yöntemleri, profesyonelleşme, metin çözümlemesi gibi ideolojik pratiğin yapısı, biçimi ve nasıl çalıştığı üzerinde durur.”(Erdoğan & Alemdar, 2002, s. 297-298)

Marks’a göre üretim araçlarının sahipliği kapitalist sınıfın elinde toplanmış olduğu için ekonomik üretimi kendi çıkarları doğrultusunda yönetmesini ve artı değerin büyük kısmını elde etmeleri sonucunu yaratmıştır. (Erdoğan & Alemdar, 2002, s.324)

Kapitalizmin bir eleştirisi olan Marksist ekonomi politik yaklaşım Frankfurt düşünürleri öncülüğünde kitle iletişim araçlarının işleyiş şekillerine uyarlanmıştır. Böylece kitle iletişim araçlarına sahip sermaye gruplarının siyasal ve ekonomik güçlerle olan ilişkisi eleştirel bir açıdan incelenir. (Güngör, 2016, s. 141)Bu yaklaşıma göre toplumsal bilinç yöneticiler tarafından oluşturulur. Toplumda güç kimdeyse toplumsal bilinç de onun istek ve arzularına göre şekillendirilir.

1.3. Frankfurt Okulu/Eleştirel Kuram

Frankfurt Okulu, kitle iletişim araçlarını açıklayan ve çözümleyen Marksist bir okuldur. 20.yüzyılın batı Marksizmi tartışmalarında önde gelen Frankfurt Okulu düşünürleri tarafından ‘Eleştirel Kuram’ ifadesi kullanılmıştır. 1923 yılında Frankfurt Üniversitesine bağlı Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü adıyla açılmıştır. Kuruluşundan itibaren 6 yıl başkanlık yapan Carl Grünberg’in ardından Max Horkheimer başkan olmuş ve yapılan çalışmalara farklı konu başlıkları ilave ederek ekonomi eksenli çalışmalara kültür, psikoloji, felsefe ve sanat alanlarını da dâhil etmiştir.(Gülenç, 2015, s.31)

Frankfurt Okulu düşünürleri analizlerinde toplumsal ilişkilerde ekonominin belirleyici olduğunu ileri sürer. Bu nedenle bireylerin ruhsal durumlarıyla ve toplumun kültürel yapısındaki değişikliği toplumun ekonomik yaşamıyla ilişkilendirerek

açıklamışlardır. Bu ilişki tüm öğeleri kapsayan karşılıklığa bağlı bir ilişkidir. Marksist ifadeyle altyapı ile üst yapı arasında tarihsellik ve toplumsallık ilkeleri çerçevesinde karşılıklı bir ilişki tesis edilmiştir ve alt yapıdan ziyade üst yapıyla ilgili çalışmalar yapmıştır. (Gülenç, 2015, s.48)

Eleştirel kuramın çağdaş toplumlardaki kültür, ideoloji ve kitle iletişim araçlarının işlevlerine yönelik çözümlenmeleri vardır. Hem yüksek kültürün hem de kitle kültürü üzerine yaygın çalışmalar yapılmıştır. Özellikle kültür kuramı aydınlanmanın diyalektiğine ilişkin çözümlenmeyle bağlantılıdır. (Mutlu, 2005, s.233)

Theodore Adorno'nun kültür endüstrisinin temeli standartlaştırmadır. Medya ve kültür endüstrisine ait olan herşey tüketicileri en küçük ortak özelliklere sahip olmasını sağlar. Adorno'ya göre kültürün çoğulu da olmaz. Tüketicilerin politik eylemlilik ve toplumsal ilerlemecilikten uzaklaştıran bir düzen oluşturur. Üretilen herşeyin sanatsal ya da düşüncel niteliğine karşı tüm kaygıyı ortadan kaldırır. Popüler olan şeyler sunulur, dramatik diziler, video oyunları vs. tekrar tekrar üretilir. Adorno, *Aydınlanmanın Diyalektiğinde*, insanların günlük hayatlarında heyecan ve enerjilerini yitirdiklerini, bundan dolayı bir film ya da şarkıdan alınan şey sadece keyif olarak kalır ve bir çaba gerektirmemektedir. Ürün her tepkiyi önceden belirler ve izleyiciyi kendi düşüncelerine ihtiyaç duymaz hale getirir. (Laughey, 2010, s.70)

Modern medyanın gelişimi iki diyalektik tarafından gerçekleştirilir. İlki Horkheimer ile Adorno'nun Aydınlanmanın Diyalektiğidir. Mit ve akıl; akıldışılık ve akla uygunluk; ciddiyet ve eğlence arasındaki diyalektiktir. Mit, akıldışılık ve eğlence sektörü üstünlük kazanıyor ve medya kültürüyle ilgili bu tür değerlendirme derin bir kötümserlik olarak görülüyor. Böylece medya aydınlanmanın, kültürel çeşitliliğin ve eğitimin düşmanı olarak görülüyor. İkinci diyalektik ise demokratik ve anti-demokratik arasındadır. Medya tek boyutluluğun ve baskıcı hoşgörünün, siyasal süreçleri sahteletiren, aşırı derecede anti-demokratik ve güdümlenici pratikleri gizleyen bir maskeye dönüştüren itkilerin müjdecisi olarak görülür.(Lundby&Ronning, 2014, s.23)

Frankfurt Okulu düşünürlerinde Horkheimer ile Adorno'nun birlikte yazmış olduğu *Aydınlanmanın Diyalektiği* çalışmasında kültür endüstrisinin kapitalizmi yaygınlaştırmak ve kültürel anlatımları metaya dönüştürmek için teknolojinin nasıl kullanıldığı aklın nasıl araçsallaştırıldığından bahsedilmiştir. Özel mülkiyet, rekabet ve kara dayalı sosyo -ekonomik sistemlerin insanları entelektüel potansiyellerini kısıtlamak için usalcılık aracılığıyla gelişmiş olduğunu ileri sürerler. Horkheimer ile Adorno özellikle insanların ve kültürlerin kitle iletişim araçları tarafından metalar haline dönüştürülmesi sürecini vurguluyorlardı. (Mutlu, 2005, s.227)

Yani Adorno'ya göre kültür endüstrisi insanın aklını ve düş gücünü köreltmek amacıyla kapitalist düzenin şartlarının yayılmasını amaçlıyordu.

“Eleştirel Kuramcılar ‘kültür endüstrisi’ olarak adlandırdıkları şeyin kültürü, reklamı ve kitle iletişimi ile yeni toplumsal denetim biçimlerini kapitalist toplumun yeni biçimlerine rıza üretmede kullanan kapitalist modernitenin yeni biçimlenişinin merkezi bir parçası olarak gördüler.” (Mutlu, 2005, s.235)

Frankfurt Okulu kuramcılarını kitle iletişimi ve kültürün toplumsal kuram açısından önemini ilk görenler arasındaydı. Farklı temaları eleştirel toplumsal kuramla birleştirme yönündeki ilk çabalayanları da etkilediler. Mesela, 1950 yılında manipülasyon ve toplumsal denetim etkenleri olarak medya modellerini kullanma eğilimi gösteren C.Wright Mills, medyadaki siyaseti kitle iletişim araçlarının hakim siyasal simgeleri ve kişilikleri ele almasına bağlıyordu. Siyasetin metalaşmasına yönelik eğilimleri çözümlüyor, *İktidar seçkinleri* adlı çalışmasında medyanın kamuoyunu şekillendirmesi ve iktidarını güçlendirmedeki manipüle edici rolü üzerinde duruyordu. (Mutlu, 2005, s.237)

“Frankfurt düşünürlerinden olan Erich Fromm ise kitle iletişim araçlarının eleştirel düşünme kapasitesini donuklaştırdığını ifade eder. *Özgürlükten Kaçış* adlı çalışmasında, haber medyasının kamuoyunu nasıl biçimlendirdiği üzerinde durur. Toplumsallaşmanın mahiyetindeki değişmelere ilişkin çözümlenmeleri inceleyen

Marcuse, toplumsallaşmanın etkeni olarak ailenin çöküşü ve kitle iletişim araçlarının yükselişini vurgular. ‘Bilinçteki çöküşle enformasyonun denetimi ve bireylerin kitle iletişim araçları tarafından şekillendirilmesiyle bilgi yönetilmekte ve sınırlandırılmaktadır. *Tek Boyutlu İnsan*’da Marcuse, medyaya ileri kapitalizmin düzgün bir şekilde yeniden üretimi için gerekli ‘yapay gereksinimleri ve tek boyutlu düşünce ve davranışı üreten yeni toplumsal denetim biçimleri olarak önemli bir rol atfeder. *Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü*’nde Jürgen Habermas, kültür endüstrilerinin doğuşunu ve kamusal alanın çöküşünü inceler. Eğitimli bir kamunun siyasal ve toplumsal meseleleri eleştirel olarak tartıştığı demokratik bir kamusal alanı içeren bir liberal kapitalizm biçiminden kamuoyunun kitle iletişim araçları tarafından biçimlendiği ve kültürün kültür endüstrisi seyircileri tarafından edilgin biçimde tüketildiği bir tekelci kapitalizm biçimine geçişi tarihsel olarak çözümler.”(Mutlu 2005, s.236-239)

Tılıç(1998, s.49)’a göre,

Frankfurt Okulu kitle iletişim araçlarını bir popüler kültür yayarak algulamaları öldüren ve pasifizmi artıran örgütler olarak görür. Kitle iletişim araçları modern kapitalist toplumlarda insanların sisteme topyekûn entegrasyonuna hizmet etmektedir. Horkheimer ve Adorno, kültür endüstrisi kavramıyla sanatın pazarda satılan ve izleyici kitlelerini eğlendirmesine hizmet eden bir hale dönüştüğünü ifade eder.

1.4. Eleştirel Ekonomi Politik Yaklaşımlar

Eleştirel ekonomi politik anaakım ekonomi biliminden dört farklı özelliği vardır. Bütüncüdür, tarihseldir, kapitalist teşebbüs ile devlet müdahalesi arasındaki dengeyle ilgilenir ve adalet, eşitlik, kamu yararı gibi temel ahlaki sorunlarla ilgilenmek için verimlilik üzerinde durur. (Golding&Murdock, 2014, s.53) Ekonomik örgütlenme ile siyasal ilişkiler, toplumsal örgütlenmeler ve kültürel yaşam arasındaki etkileşimle ilgilenir.

Eleştirel ekonomi politik medya piyasasının kavranmasıyla medya örgütlerinin mülkiyet yapısının incelenmesi ve mülkiyet yapılarının medya ürünleri açısından çözümlenmesiyle, medya sektörünün değişen dinamikleri özellikle medya endüstrilerinin uluslararasılaşması, yoğunlaşması ve medya kuruluşlarının holdingleşmesi ve medya ürünlerinin çeşitliliğinin azalması gibi gelişmelerin yanında medya araçlarının nasıl bir süreçten geçtiği, günümüzde yaşanan güç ilişkilerinin kökeni, sistem içinde nasıl bir yer aldığı ve sistemin diğer birimleriyle olan ilişkisi eleştirel ekonomi politiğin konuları arasında yer alır.

Eleştirel ekonomi politik kuramı tarihsel olarak kapitalizmin gelişimiyle ilgilidir. Marksist geleneğin temeli olan tarihsel materyalist anlayış eleştirel ekonomi politiğin önemli bir kısmını oluşturur. Ayrıca kültür endüstrilerinde ve mülkiyetin ve üretimin örgütlenmesine kaydırmakta Marks'ı izlerler. Kültür üretici ve tüketicilerinin sürekli tercihler yaptığını inkar etmezler ancak bunu daha geniş yapılar içinde ele alırlar.(Golding&Murdock, 2014, s.54)

Eleştirel ekonomi politiği diğer yaklaşımlardan ayıran temel özellik, kitle iletişiminin simgesel ve ekonomik boyutlarına odaklanmasıdır. Medya bu açıdan hem ekonomik hem de ideolojik-toplumsal düzlemde sistemin sürekliliğini sağlayan bir sektör konumundadır (Yıldız, 2015, s. 57). Anlam üretimi ve tüketiminin toplumsal ilişkilerde etkisinin her düzeyde nasıl şekillendirdiğini ortaya koyar. Haber üretimi sırasında basın sahipleri, editörler ve gazeteciler ile haber kaynakları arasında varolan ilişkiler tarafından yapılandırılma tarzından, tv izlemenin ev yaşantısını düzenlemenin ve ev içerisindeki iktidar ilişkilerinin etkilenmesi tarzına kadar uzanır. (Golding&Murdock, 2014, s.54)

Medyanın ekonomi politiği alanında Adam Smith'in öncülüğünü yaptığı neo-klasik ve liberal yaklaşımı benimseyenler, medya içeriklerinin üretimlerinin artması ve erişimlerinin kolaylaşması, medya ve iletişim sektörünün tamamen özelleşmesini savunarak devleti medya üzerinde kısıtlayıcı bir güç olarak görürler. Liberal bakış

açısından medya ve iletişim pazarlarının serbestleşmesi ve özel sektöre bırakılması rekabeti arttırmaktadır.

Sektörde yaşanan mülkiyet yoğunlaşmasının yarattığı kaygıların başında demokrasi ve siyasal sistem üzerinde tek sesliliğin hakim olması gelir. Medya şirketlerinin güç kullanarak tek bir görüşün hakim olmasına izin vermeleri demokrasiyi doğrudan tehdit edecek bir durumdur.(Olkun, 2013, s. 14)

Medya mülkiyetine ve medyanın kontrolüne yönelik eleştiriler modern kitle medyasının gelişiminden günümüze kadar yapılmıştır. Pazarı yeni yatırımcılara açık tutmak ve editoryal bağımsızlığa zarar verecek tekelci oluşumlara karşı olmak için ele alınmıştır. Bunların başında rekabetçi medya yapısının gerekliliği ve medya alanında çoğulculuğu sağlamak gelir. Ayrıca kültürel ve ekonomik yapıyı koruyabilmek için ulusal sahiplik yapılarını koruyucu bir düzenleme yapmaktır.

Eleştirel ekonomi politikçiler, izleyici tercihlerinin üzerinde de durur. Klasik ekonomi politikçiler, bireylerin özgür satın alma ve kullanma imkânlarına sahip olduklarını savunurlar ancak eleştirel ekonomi politikçiler böyle bir özgürlüğün asla olmadığını ifade eder. Eleştirel ekonomi politikçiler, bireylerin tercihlerinin kendi seçimleri olmadığını, başkaları tarafından oluşturulmuş tercihler olduklarını savunur. Frankfurt Okulu düşünürü olan Herbert Marcuse'a göre bireylerde yapay gereksinimler oluşturulur ve bu gereksinimlerin karşılanması için ürünler sunulur. Ancak temelde bu sunulan ürünler özü itibariyle birbirinin aynıdır.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, mülkiyet, iktidar ve bilgi arasındaki ilişkiyi inceler. Kapitalist toplumlarda devletin konumu, rolü ve işlevini göz önünde bulundurarak, sınıflı toplumları "sınıf mücadelesi" ile açıklar. Burada devletin rolü incelenir. Devlet ile kapitalist sınıf arasında yapısal bir ilişki vardır ve devlet, kapitalist sınıfın çıkarlarına uygun hareket etmektedir. Eleştirel ekonomi politikçiler sınıf mücadelesi ve kapitalist devlet arasında araçsal ve yapısal yaklaşım olduğunu ileri sürer.(Yaylagül, 2019:138)

Murdock'a göre eleştirel ekonomi politik yaklaşımlar araçsalcı yaklaşım ve yapısalcı yaklaşım olarak ikiye ayrılır. Araçsalcı yaklaşımda medyayı yönetici sınıflara ve kişilere bağılılıkları çerçevesinde ele alır. Yapısalcı yaklaşım ise sınıf, iktidar ve ideoloji bağlamında üretim tarzı ya da mülkiyet sahipleri ile bireyler arasında bir sınırlılık yükler.(Çiler, 2001, s.20)

1.4.1.Araçsalcı Ekonomi Politikçiler: Herman, Chomsky ve Schiller

Araçsalcı yaklaşıma göre egemen sınıfın egemenliğini korumak için işlev görür. Egemen sınıf ve bu sınıfın kontrol ettiği aygıtlar bu sınıfın çıkarlarını korumakla görevlidir. Kamu ya da özel sektör olsun, bu sınıf üyelerinin bilinçli olarak devlet politikalarına müdahalesini içerir. (Yaylagül, 2019, s.138)

Medya, egemen sınıfların üretim ilişkileriyle olan çıkarlarının devam edebilmesi için kitlelerin bilinçlerinin şekillendirilmesi rolünü araçsalcı yaklaşım adı altında sürdürür. Bu yaklaşıma göre ekonomik düzeyin aşağıdan yukarıya her şeyi mekanik bir şekilde belirlediği için medyanın, yönetici sınıfının çıkarlarına uygun olarak hizmet ederken yönetici sınıfın müdahalesine açık olduğunu savunur. Medya kapitalist sınıfın çıkarını temsil eder. (Çiler, 2001, s.27)

Araçsalcılar, kapitalistlerin kamusal enformasyon akışının kendi çıkarlarıyla uyumlu olması için ticari pazar sistemi içinde ekonomik güçlerini kullanma üzerinde durur ve özel mülkiyet altındaki iletişim araçlarını sınıf tahakkümünün araçları olarak görürler. (Golding&Murdock, 2014, s.54) Ayrıca medyanın seçkinlere hizmet ettiği varsayımında bulunurlar. Bunun devletin denetimi altındaki medyada olduğu kadar özel mülkiyet medyası içinde olduğunu savunur. Medyanın görevini yerine getirmesi için düzenli olarak propaganda yapılması gerektiğini söyler.(Shoemaker&Reese, 2014, s.110) Herman ve Chomsky, hükümet ve iş çevrelerinin iletişim alanları üzerindeki etkisine odaklanır.

1.4.1.1.Rızanın İmalatı: Propaganda Modeli

Propaganda modelinde güçlülerin söylemin öncüllerini saptama, halkın neyi göreceğine, duyacağına ve düşüneceğine karar verme ve düzenli propaganda kampanyalarıyla kamuoyunu yönetme yetkisine sahip oldukları savunulur. Hükümet ve bazı seçkin kesimlerin haberlere ayrıcalıklı ulaşımı olduğu, bazı reklam verenlerin gazete ve televizyon programlarını destekleyerek ruhsat verme otoritesi gibi iş yaparlar. Böylece medya sahipleri gazete ve televizyonların yorum çizgisini belirleyebilir. Ancak araçsalcılar için yapılan eleştirilerin başında bu tür stratejik müdahalelere odaklanarak sistemdeki çelişkileri göz ardı ederler. Örneğin medya sahipleri ve reklamcılar gibi etkili kesim her zaman istediklerini yapamazlar. Kolaylaştırdığı kadar kısıtlayan fırsat sunduğu kadarını koyan yapılar içinde işlerler. (Golding&Murdock, 2014, s.55)

Eleştirel ekonomi politikçi yaklaşıma katkıda bulunan Marksist anlayışa sahip olan Edward S. Herman, Noam Chomsky kitle iletişim araçlarının kamusal bilgi akışı çerçevesinde ele alan önemli araçsalcıları arasındadır. Herman ve Chomsky'nin eleştirilerinin başında Walter Lippman'ın 'Rızanın Üretimi' geliyor. *Rızanın Üretimi: Kitle İletişim Araçlarının Ekonomi Politikası* adlı çalışmada Herman ve Chomsky, kitle iletişimi ile propaganda arasındaki ilişki üzerinde durmuştur. Propagandanın sürece olan katkısından bahseder.

Medyada neyin haber olarak verileceği ve nasıl yayımlanacağı üzerinde durulurken yönetici sınıfın baskınlığını ve gücünü devam ettirmek için kamu rızasının ancak ikna yoluyla elde edilebileceği ve bu rızanın üretiminde medyanın çok önemli bir görevi olduğu savunulur. Dünyayı olduğu gibi yansıtmayan, yayınlanma kararı alınırken sadece nesnellik ilişkisine bakılmadan oluşturulmak istenen dünyaya dair algı, bilgi ve inançlar oluşturmak amacıyla üretim süreci gerçekleştirilir. (Ülkü, 2004:384)

Propaganda modelini ele alırken, medya seçimleri çıkarlar doğrultusunda güç ve servet eşitsizliğini temel alarak medya üzerindeki çeşitli ve geniş etkisine odaklanmaktadır. Model, medya haber seçimi yaparken hedef kitlesinin ve güç

ilişkilerinin haberlerin seçiminde etkisini gözönünde bulundururken iktidarın mesajlarını hangi kitleye nasıl ulaştıracağını belirlemektedir. Medyanın kendini denetleyen ve finansmanını sağlayan toplumsal grupların çıkarımlarına hizmet ettiğini ve onların çıkarlarına uygun propaganda geliştirdiğini savunur. (Gadimov,s.217) Bu çıkarların temsilcilerinin gündeme getirmek istedikleri konuları olduğunu ve medya politikasının şekillendirilmesi ve dayatılması açısından oldukça elverişli bir konuma sahip olduklarını belirtmektedir.(Herman ve Chomsky, 2012)

Herman ve Chomsky propaganda modelinden bahsederken medyada beş adet filtre olduğunu, bunların haberin yayınlanmasından önce geçtiği aşamalar olduğunu ifade eder. Böylece haber üretim aşamalarında medyanın kapitalist ideolojiyi tekrarladığı belirtilir. Bu filtreler Herman ve Chomsky (2012)'nin Propaganda Modelinde şu şekilde belirtilir:

1. Süzgeç: Kitle Medyasının Büyüklüğü, Mülkiyeti ve Kâr Yönelimi

James Curran ve Jean Seaton 19. yy'de yaptıkları bir analizde bir işçi sınıfı okuyucu kitlesinin radikal basından nasıl etkilendiğini ortaya koymuştur. Radikal basın işçi sınıfının sınıf bilincini pekiştiriyor, alternatif bir değer sistemi üreterek dünyaya bakış açılarını geliştiriyordu. Çalışan kesimin bir araya gelme, örgütlü eylemler yapma ve toplumsal değişimi etkilemek için potansiyel gücü vurgulayarak daha büyük bir güven oluşturarak işçileri birleştiriyordu. Ancak bu durum yöneticiler için bir tehdit unsuru olarak kabul edildi ve radikal medyayı piyasadan çıkarmak için maliyetleri artırıcı vergiler konuldu. Fakat etkili olmadı. Bir süre sonra devlet müdahalesiyle yapılmaya çalışılan şey piyasada kendi kendine oluştu. 1853-1863 yılları arasında gazetelerdeki cezalandırıcı vergilerin kaldırılmasının ardından yerel günlük basın ortaya çıktı ancak bunların hiçbiri günlük işçi sınıfı gazetesi değildi. Bunun en önemli nedeni teknolojik gelişmelerin ilerlemesi gazete kurmak için sermaye maliyetlerini artırmasıydı. Geniş okuyucu kitlesine ulaşmak içinde büyük bir sermayeye sahip olmak

gerekiyordu. Ancak serbest piyasanın oluşması basının endüstrileşmesine yol açtı. (Herman ve Chomsky,2012, s.72)

Büyük medya şirketleri hedef kitlenin büyük bir kısmını ellerinde tuttuğu için haber üretiminde bir tekelleşme söz konusudur. Bunun bir nedeni egemen medya şirketlerinin piyasayla bütünleşmesidir. Bu bütünleşme ile hissedarlar, yöneticiler ve bankacıların üzerlerinde yaptıkları bilanço baskısı esastır. Bunun yanında şirketlerin çıkarlarının uyumlu olması ile hükümetler, bankalar ve diğer etkili sektörlerin çıkarlarının uyumlu olmasıdır. Bunlar medya firmalarının haber tercihlerini etkileyecek ilk süzgeç olarak kabul edilir.

Bir diğer yapısal ilişki, medya kuruluşlarının hükümetle olan bağlantısı ve karşılıklı bağımlılığıdır. Medya kuruluşlarının ihtiyaç duyduğu ruhsatlar ve işletme hakları sebebiyle hükümetin kontrolüne tabidir. Bu bağımlılık medya kuruluşlarının disiplin altında tutulmasına neden olurken medya kendini siyasi ilişkiler geliştirerek ve izlediği yayın politikasına sadık kalarak kendini korumaktadır.

2. Süzgeç: İş Yapmak İçin Reklamcılık Ruhsatı

Curran ve Seaton, reklamcılığın gelişmesini, devletin cezalandırıcı vergilerinin ve baskısının yapamadığı etkinin piyasanın yapmaya gücünün yettiği bir alan olarak görür. Reklamcılık işçi sınıfı basını zayıflatan güçlü bir mekanizma olarak kabul edildi ve reklam veren kuruluşlar fiili bir ruhsat verme hakkı kazandı çünkü onların desteği olmadan gazetelerin ayakta kalma şansı yoktu.

Reklam sektörünün gelişmesiyle aldığı reklam sayısını artıran yazılı basın üretim maliyetlerini düşürmeyi başaramamıştır. Reklamcılığın önem kazandığı süreçten önce, medya kuruluşları yaptıkları satışlar ile orantılı elde ettiği gelirle ayakta durmaya çalışıyorlardır. Reklamın devreye girdiği 2. Süzgeçte reklam alamayan medya kuruluşları ya da dezavantajlı rakip kuruluşlara karşı güçlü olma olanağına sahip bulunuyordu.

Reklam veren kuruluşlar televizyon programlarını satın aldıkları ve kitle iletişim araçlarına maddi destek sağladıkları için söz sahibi olurlar.

3.Süzgeç: Kitle Medyasının Haber Kaynakları

Kitle medyası, bilgi kaynaklarıyla ekonomik bağıllık ve karşılıklı ilişkilerinde çıkarlarını gözetmek zorundadır. Medya kuruluşları haber üretim süreçlerinde güvenilir bir haber akışına sahip olmalıdır. Hükümet ve belli başlı kuruluşlarının kaynaklarının geçerli ve güvenilir olma özelliği vardır. Medya kuruluşlarının haber değeri taşıyan yerlerde her daim olması hem maliyetleri artıran hem de pek mümkün olmayan bir durumdur. Böyle durumlarda güvenilir kurumlardan bilgi sağlamak, haber üretme maliyetlerini en aza indirerek araştırma masraflarını da minimuma çeker. Resmi haber kaynakları, haber ajansları, hükümete bağlı kuruluşlar, meslek grupları, belediyeler, polis merkezleri güvenilir kaynaklar arasında sayabiliriz.

Büyük kuruluşlar kitle medyasını sübvanseder ve medyanın haber malzemesi edinme, haber üretme maliyetlerini azaltmaya katkı sağlayarak medyada sesini duyurma imkânı sağlamış olur. Bu sübvansiyonu sağlamaya çalışan kuruluşlar rutin haber kaynaklarını oluşturur ve medyada kendilerine bir alan açılır. Rutin olmayan haber kaynakları ise medyada var olabilmek için daha fazla çaba sarfederler.

Bu durumun yanında medya ilişkilerini korumak için şüpheli haberleri yayımlamama ya da bazı konularda eleştiri yapmama durumunda kalabilir. Eleştirel haber kaynaklarından sakınabilir. Güçlü haber kaynakları da eleştirilerin medyada fazla yer almaması için prestijlerini ve medya üzerindeki etkilerini kullanabilir. Ya da özel bir gündemi takip etmesi için medyayı yönlendirmek ya da manipüle etmek için rutin işleyiş ve bağımlılığını kullanabilir. Böylece bazen medyaya belli bir çizgiyi ya da çerçeveyi medyaya kabul ettirmek istenebileceği gibi bazen de istenmeyen olayların hikâyelerin daha fazla ön planda tutulması sonucunu yaratabilir.

Güç ve haber kaynakları arasındaki ilişki bir başka konu olan ‘uzman arzını’ da şekillendirir. Uzmanları ücretli danışman olarak işe almak, yaptıkları çalışmalarını desteklemek, mesajların iletilmesine katkı sağlayacak düşünce kuruluşları oluşturulabilir. Böylece tarafgirlik yapısal hale gelir. Uzmanı seçen kesim, savunulan görüşlerde çıkarı bulunan gruptur. İhtiyaç duyulan uzman kadronun oluşturulması süreci bilinçli ve kapsamlı bir şekilde gerçekleştirilmiştir.

4.Süzgeç: Tepki Üretimi ve Zorlayıcılar:

Medyada gündeme gelen herhangi bir konu ya da program için ifade edilen olumsuz tepkidir. Merkezi ya da yerel olarak örgütlenebilmesinin yanında kişisel tepkilerde oluşabilir. Tepki üretimi geniş bir kitle ya da güçlü bir grup tarafından yapılması medya açısından riskli bir ortam oluşturabilir. Reklam veren kuruluşlar, tepki oluşturabilecek herhangi bir adımdan kaçınarak izleyici kitlesini incitmeden program yapmaya özen gösterir yada haber akışının değiştirilmesi denetim sürecinde yer tutar.

Herman ve Chomsky (2012, s.96)'ye göre güçlüler kendi dayandıkları tabana medyayı şikayet ederek, yine şikayet işlevi gören kurumsal reklamlar üretirek ve medyaya saldırmak üzere tasarlanmış sağ-kanat izleme ya da düşünce kuruluşlarının operasyonlarını desteklemek, medya üzerinde dolaylı olarak etkili olabilir. Güçlüler aynı zamanda siyasal kampanyaları destekleyebilir ve medyadaki herhangi bir sapkınlığı önleyerek özel güçlerin çıkarlarına daha doğrudan hizmet edecek muhafazakar siyasetçilerin iktidara gelmesine yardımcı olabilir.

Tepki üretim mekanizmaları sürekli olarak medyaya saldırdığı halde, medya onları hoş karşılar. Tepki üretim mekanizmaların karşı saygılı bir dikkat örgütlenir. Propagandacı rolleri ve şirketler dünyasının daha kapsamlı programıyla bağlantıları nadiren ele alınır ve analiz edilir.

Tepki üreticileri birbirlerinin gücüne güç katarlar ve siyasi otoritenin haber yönetimi faaliyetlerindeki komutasını pekiştirirler. Hükümet sürekli medyaya saldıran, onu tehdit eden ve düzelteren ve resmi çizgiden sapmaları önleyen büyük bir tepki üreticisidir.

5.Süzgeç: Bir Denetim Mekanizması Olarak Anti-Komünizm:

Komünizm mülk sahipleri için statü ve konumlarını tehdit eden bir unsur olarak görülmektedir. Anti-komünizm denetim mekanizması kitle medyası üzerinde önemli derecede etkili olmaktadır. Haberciler, medyanın ekonomik ve mülkiyet ilişkilerini gözönünde bulundurarak anti-komünist tarafta yer alır. Bu durum haber çeşitliliğini azaltırken nitelik olarakta sınırlı bir durum yaratır.

Bir diğer önemli Marksist görüşü savunan araçsalcı ise Herbert I. Schiller'dir. Schiller, araçsalcıların yaptıkları çalışmalara uluslararası çerçevede bir anlam kazandırmıştır. Eleştirel ekonomi politiğe, kapitalizmin evrenselleşme ilkesine bağlı olarak katkı sunmuştur. "Ulus-aşırı medya ve Ulusal Gelişme"adlı çalışmasında emeğin uluslararası bölüşümünün ve kaynakların dağılımı küresel sanayi merkezlerinin etkisi altında yapılmaktadır. Yani, sisteme bağlı ancak sanayisi gelişmemiş ülkelerin ilerlemesini ulusal bir bakış açısıyla değerlendirmek eksik olur. Bu ülkelerin ekonomilerini etkileyecek kararlar ulusal sınırlar dışındaki küresel güçler tarafından alınmaktadır ve bu süreçte kitle iletişim araçlarını, ekonomisi güçlü küresel şirketleri ideolojik olarak destekleyecek bilgi aktarımı sunan alt yapı olarak kabul etmektedir. Ulus aşırı medya, çok uluslu şirketlerin çıkarları doğrultusunda mesajların iletilmesi görevini yerine getirir.

Schiller, uluslararası bağımlılık çerçevesinde üçüncü dünyanın sömürülmesi sorununu ekonomi politik araştırmalarına dâhil etmiştir. Sermayenin dağılımı gerekliliği, iç pazarların tükendiği noktada dışarıya açılma ihtiyacını belirtirken 'kültür emperyalizmi' ile 'medya emperyalizmi' kavramlarını çalışmalara katmıştır. Reklamın gücünü ön plana çıkararak insanın zamanının çoğunu tüketime ayırdığını ifade ediyor

ve makro-ekonomik ihtiyaçlarla medya içerikleri arasında bir paralellik sağlayarak araçsalcı bir yaklaşım sunuyor. (Adaklı, 2001, s.24)

1.4.2.Yapısalcı Ekonomi Politikçiler

Yapısalcı yaklaşım, sermayenin mantığı ile devlet politikaları arasındaki ilişkileri inceler. Kapitalist düzende devlet, sermayeye karışmaz, kendi devamını sağlamak için gelir elde etmek amacıyla kapitalist düzenden faydalanır. Bu anlayışa göre, devlet kendi varlığını sağlamak için sermayenin gelirini düzenli bir şekilde garanti etmesini sağlar. Bundan dolayı devlet, zaman zaman ekonomik sistem içerisinde meydana gelen krizlere müdahale eder. (Yaylagül, 2019, s.139)

1.4.2.1.Althusser ve Gramsci Yaklaşımları

Yapısalcı incelemeleri göz önünde bulundurarak medya kuruluşlarının ekonomi politikası ile medya metinleri arasındaki ilişkiye bağlı kalarak, bu metinler üzerinde kültürel ve ideolojik çözümlenmeler yapmayı öneren kültürelcilerin mihenk taşı, Louis Althusser'in ideolojik devlet aygıtları ile Antonia Gramsci'nin hegemonya ve dil üzerinden gerçekleştirdiği çalışmalarıdır. (Kılıçatan, 2011, s.23)

Toplumsal düzen içinde ekonomik, politik ve ideolojik olmak üzere farklı başlıkları inceleyen ve aralarındaki ilişkiyi ortaya koyarken en önemli belirleyici olanın ekonomik düzey olduğunu belirten (Çiler, 2001, s.28) Althusser'in Devletin ideolojik aygıtları kitabında, kitle iletişim araçları ile ideolojiyi ilişkilendiren araştırmaları iletişim bilimcilerin dikkatini çekti.(Güngör, 2016, s.268)

1.4.2.1.1.Althusser'in İdeolojik Devlet Aygıtları

Yapısalcı analizleri dikkatte alarak ekonomi politik ile metinler arasındaki ilişkiye bağlı kalarak bu metinlerin kültürel ve ideolojik çözümlenmesini öneren kültürelcilerin çalışmalarının dayanağı Louis Althusser ile Antonia Gramsci'ye ait olan hegemonya ve dil üzerinde gerçekleştirdiği mücadele kavramları oluşturur. (Kılıçatan, 2011, s.40)

Althusser, incelemelerinde ideolojinin nasıl çalıştığını, özneyi nasıl yapılandırdığı üzerinde çalışmıştır. Medyanın ideolojinin yeniden üretiminde etkin bir rol oynadığını söyler. Medyayı, devletin ideolojik aygıtı olarak tanımlar ve yapısalcılığın çıkış noktasını oluşturur. Althusser, ideolojinin zihnin işleyişinin ürünü tasarımlar olarak kabul ederken bunun belli aygıtlarda gerçekleştiğini ifade eder.(Güngör, 2016,s.222) Marks'ın 'ideolojinin tarihi yoktur' önermesini olumlu açıdan kullanarak ideolojilerin sınıf mücadelesiyle belirlense bile kendilerine özgü tarihleri olduğunu kabul eder ve genel olarak ideolojinin tarihinin olmadığını savunur.

Devlet, üretim araçlarının mülkiyet haklarını koruyarak kapitalist toplumun devamını sağlayarak, kapitalist ekonomik düzenin kapitalist devleti olarak adlandırılır. Bunu yaparken, ideolojik aygıtları kullanarak kapitalist sistemin ihtiyaçlarının toplumun ihtiyaçları olarak göstererek evrenselleştirmeye çalışır. Medya dâhil olmak üzere düşünce üreten ve yayan tüm kurumları kullanır. (Yaylagül, 2019, s.139)

Althusser, Marksist devlet kuramını geliştirerek, devlet iktidarı ve devlet aygıtı ayrımına ek olarak, devlet aygıtını devletin baskı aygıtı ve devletin ideolojik aygıtı olarak ikiye ayırır. Devletin çok sayıda DİA olmasının yanında özel alanlarda da mevcuttur. Devletin baskı aygıtlarını, asker, polis, yargı, hükümetin yönetsel güçleri doğrudan baskı araçlarıdır. İdeolojik aygıtlar ise okul, din, aile kitle iletişim araçları vb ideoloji üretimi, yeniden üretimi ve dağıtımını yapan araçlardır. (Güngör, 2016)

Bir ekonomik temelin yani üretim tarzı veya araçlarının politik ve hukuki yapıdan oluşan bir üst yapı ile ideolojik yapının olduğunu savunur. Üst yapı, kapitalizmin varlığını sürdürmeye yarayan koşulları sağlarken yeniden üretimini mümkün kılar. Devletin İdeolojik Araçlarını medya, dini sistem, eğitim vb oluşur. (Kılıçatan, 2011, s.22)

Althusser, ideolojiyi üretim tarzı ve ilişkileri temelinden hareketle şekillenen bir form olarak ele alır ve bu form kendini var ettiği medya metinlerinden hareket ederek

bu metinleri şekillendiren ideolojinin sınıfsal temelini bütünlükçü bakış açısıyla ele alır. (Golding&Murdock, 2014, s.69)

Marksizm'in alt yapı-üst yapı modelinin yerine üst belirlenim yaklaşımıyla ekonomik ilişkiler tarafından belirlenmeyen kültür ve ideoloji arasında bir ilişki modeli geliştirdi. İdeolojiyi bütün sınıfların katıldığı pratiklerin süregiden ve yayılan bir seti olarak tanımlamıştır. (Çiler, 2001, s.30)

1.4.2.2.Gramsci: Hegemonya Kuramı

Kültürel çalışmalar yaklaşımı temel olarak ekonomi-politik ile medya metinleri üzerindeki Marksist yapısalcı görüşü birleştirir. Alt yapı-üst yapı kuramını kabul etmez, toplum ve medya arasındaki ilişkilere daha yakından bakar.

Hegemonya kuramı, Gramsci tarafında ortaya atılan iktidar ile pratik arasındaki ilişkiyi araştıran medyanın eleştirel çözümlerinde kullanılan güçlü bir akım olmuş ve ekonominin etkisini kabul ederek ideolojinin rolünü vurgulamıştır. “Gitlin, hegemonyayı kurulu düzene gösterilen kitle rızasının sistemli biçimde yönlendirilmesi olarak tanımlar. Raymond Williams'a göre ise bir egemenlik biçimi olarak edilgin olarak var olamaz. Sürekli yenilenmek, yeniden yaratılmak, savunulmak ve değiştirilmek zorundadır.” (Shoemaker&Reese, 2014, s.112)

Marksist gelenekten beslenen Gramsci, alt yapının üstyapıyı belirlemesinden ziyade iki düzeyinde etkileşim içerisinde olduğunu diyalektik bir süreç yaşandığını ifade eder. Hegemonya ve sivil toplum kavramları ideolojiden daha önemlidir. (Çiler, 2001, s.31) Gramsci'nin yapmak istediği şey, ekonomi ve kültürün işbirliği halinde daha bütüncül bir devrim mücadelesiydi. İdeoloji, kültür ve devlet gibi üst yapı unsurları hegemonyayı şekillendirir.(Güngör, 2016, s.272) “Hegemonya, yönetici sınıfın egemenliğini sürdürme araçlarına gönderme yapan bir terimdir.”(Shoemaker&Reese, 2014, s.112)

Gramsci, hegemonya kavramını bağımlı ve egemen kesim arasındaki güç ilişkisini farklı bir bakış açısıyla anlatır. Hegemonya, güç ilişkilerinin dolaylı ve örtük işlediği bir alan olarak kabul eder ve bu alanın işleyişini gücü elinde tutan tarafın belirlediğini savunur. Hegemonya, egemen iktidarın kendi yönetimi için hâkimiyeti altındaki insanların rızalarını kazanmada başvurduğu stratejilerdir. Hegemonya oluşturmak ise egemen gücün kendi dünya görüşünü toplum bünyesine yayarak kendi çıkarları ile toplum çıkarlarını örtüşürüp ahlaki, siyasi ve entelektüel anlamda önderlik yapmasıdır. (Çiler, 2001, s.31)

Gramsci'ye göre bir grubun diğeri üzerinde etkinliği iki şekilde olur. Bunlardan ilki egemenlik, diğeri ise entelektüel-ahlaki yönlendirmelerdir. Egemenlik devletin yapabileceği bir üstünlük iken, hegemonya sivil topluma ait bir kavramdır. Hegemonya, kültürel formlar ve bu formların aracılığıyla üretilen rıza ile mümkündür. Kültürel formlar, ideolojinin kendini gösterdiği alan olan dilsel çıktılardır. Gramsci'ye göre dil sınıflar arasındaki çatışmanın kendini gösterdiği ideolojik bir mücadele alanıdır. (Kılıçatan, 2011, s.24)

Gramsci'nin dil üzerine söylediği mücadeleye göre, medya metinleri aracılığıyla sunulan egemen ideolojinin tüm medya izleyicileri tarafından aynı şekilde yorumlanmadığını savunur. Medya metinlerinin anlamlandırılmasında bireyin dikkati ele alınır. Birey bu süreçte 3 tür okuma gerçekleştirir. Egemen okuma, karşıt okuma ve müzakereli okumadır. Egemen okumada, kodlanan ile okunan metin aynıdır. Metin kodlandığı anlam doğrultusunda okunur. Karşıt okumada, birey medya metinlerini onları hazırlayanların verdiği anlam doğrultusunun tam tersi şekilde anlamlandırır. Müzakereli okumada, birey medya metinlerini kendi çıkarlarına göre yorumlar. (Erdoğan ve Alemdar, 2002, s.42)

Konuyu özetlediğimizde ekonomi politik yaklaşımlar ekonomik yapıyı vurgulayarak kapitalist üretim dinamiklerini incelerken yapısalcı yaklaşımlar medyayı ideolojik bir güç olarak kabul eder. Yapılan kültürelci çalışmalar ise medyanın

toplumsal rızanın kazanıldığı ya da kaybedildiği bir mücadele alanı olarak görür. Bunun yanında eleştirel yaklaşımları incelediğimizde ideolojiyi, metinleri çözümlmek ile medya mülkiyeti ilişkilerine baktığımızda çok büyük bir fark olmadığı ortaya çıkmaktadır. (Çiler, 2001, s.20)



İKİNCİ BÖLÜM

2.EDİTORYAL BAĞIMSIZLIK VE SAHİPLİK İLİŞKİSİ

Bu bölümde editoryal bağımsızlık kavramı kapsamında Türk basın tarihinde sahiplik durumu ile yakın dönem basında sahiplik yapıları hakkında bilgiler verilmiştir.

2.1.Editoryal Bağımsızlık Kavramı

Editoryal bağımsızlık, basın özgürlüğünün ihtiyaçları karşılamaya yetmediği durumda ortaya çıkmıştır. Basın özgürlüğü savı devlete karşı kendini koruyabilen gazeteci-medya sahibi ilişkisini içerir. Egemen kuram, basın özgürlüğünü devlet müdahalesinden bağımsız olarak kabul ediyor iken medya sektöründe sermaye sahiplerinin el değiştirmesi yeni mülkiyet yapılanması medyanın özgürlük ve bağımsızlığına ilişkin yeni sorunlara yol açtı. (Iliç,2014, s.102-103)

Editoryal bağımsızlık, medya kuruluşunda haber üretim aşamalarında bulunan bir editörün gazetecilik mesleğinin gereklerine bağlı olarak içerik üretmesidir. Editoryal bağımsızlığın korunamadığı bir kurumda yani medya patronlarının etkilerinin hissedildiği basın kuruluşlarının, doğru bilgilendirilmiş eleştirel düşünceye sahip vatandaşların yaratılmasına katkı sınırlı kalmaktadır.(Tılıç, 1998, s.240)

Ancak medya kuruluşlarının siyasal iktidara, güç odaklarına ve kurum sahibinin çıkarlarına karşı gazeteciliğin temel ilke, etik değer ve kamusal hizmet gibi yayın politikası açısından bağımsız olması gerekir. Bu durum editoryal bağımsızlığın öncelikleri arasında yer alır.(Özsever, 2004, s.143)

Birçok medya kurumu haber bülteninde nelere yer verileceğine dair toplantıyla güne başlar. Bu toplantılarda muhabirlerin haber önerileri dikkate alınarak sadece aşağıdan

yukarıya öneriler göz önünde bulundurulmaz; yukarıdan aşağıya diyebileceğimiz medya sahibinin, genel yayın yönetmeninin veya başka bir çıkar ilişkisinde bulunan bir kurum tarafından önerilerde olabilir. (Tılıç,1998, s.224)

Hanlin'e göre gazeteciye gazetenin siyasi ve etik konulardaki tercihlerini bile etkileme şansı verilmiyor. Haber merkezinin işleyiş aşamasında, muhabirlerden gelen haberler, yazı işleri müdürleri veya yönetici editörler tarafından yeniden elden geçirildikten sonra yayına koyulur. Varsa siyasi törpülükler düzeltilir ve haberin açısı değiştirilir. (Belsey ve Chadwick, 2011, s.66)

Editoryal bağımsızlık kavramı muhabirlerin de yazı işlerine karşı bağımsız olmasını gerektirir. Habere konulacak başlık, içerisindeki değişiklik yapılması durumlarında muhabirlerin izni alınmalıdır. Haberlerin işleniş şeklinin yatay ilişkilere olanak tanınması okur, muhabir ve yazı işleri kadrosu arasında demokratik bir ilişki zemini sağlar. Aksi bir durumda editoryal bağımsızlığın olmadığı bir yerde gazeteciliğin doğru bilgilendirme yapma ve bilinçli vatandaşlar oluşturma yolunda katkısından söz edilemez. Editoryal bağımsızlık kavramının yerleşmesi için gazetecilerin, medya sahipleri karşısında özerk olmaları gerekir. (Özsever, 2004, s.143)

1980'li yıllardan sonra değişen medyada sahiplik yapısıyla gazetecilerin bireysel çabalarıyla editoryal bağımsızlıktan bahsedilemez. Bu çerçevede gazeteci, olaylar ve konular hakkında editoryal kadronun etkisinden tamamen uzaklaşıp kendi vicdanıyla hareket edemez. (Adaklı, 2001)

Çapraz medya mülkiyetinin oluşmasıyla beraber medya sahibinin çıkarları haber üretim sürecini etkilemiştir. Gazeteciler çalıştığı medya grubunun dayatmalarına uygun içerik hazırlarken devletin ve çeşitli güç erklerinin baskılarına maruz kalıyor ve bu süreçte gazeteci neyi ne kadar yazması gerektiğini öğreniyor, diğerleri ise sistem dışına itiliyordu. (Özsever, 2004, s.147)

Gazetecilerin çalışmak için kendi ideolojik görüşlerine yakın kurumları tercih etmek istemeleri haber üretim aşamalarında daha rahat esnek olmalarını sağlıyor. Ancak yine de kurumun yayın çizgisi aşması söz konusu olmuyordu. Medya sahipleri ve genel yayın yönetmenlerinin editörler üzerinde hegemonik etkisinin olmadığı bir içerik üretimi düşünülemez. Bundan dolayı editoryal kadroya gazeteci seçilirken uyumlu oldukları tahmin edilen tercihler yapılır. (Tılıç, 1998, s.222)

Oligopolleşmeyle beraber piyasa kavramına uygun gazetecilerin işe alım süreci başlamıştır. Sorgulayan, araştıran gazeteci yerine medya patronunun çıkarlarına göre politika üreten, siyasi iktidar ve bürokrasiyle ilişkilerini koruyan gazeteciler işe alınmıştır. (Özsever, 2004, s.149)

Hanlin (Belsey ve Chadwick, 2011)'e göre,

Gazete sahipleri her zaman, ayrıntılarda farklılıklar olsa bile genel siyasalarını paylaşan, en azından kabul eden bir editörle anlaşarak kendi konularını sağlama almaya çalışırlar. İdeal olarak editörün görevi de bu genel siyasanın takip edilmesini temin etmektir.

Gazetede yayınlanacak haberler kurumun yayın politikasıyla ilişkilidir ve çalışan gazetecilerde kurumun siyasi ve ideolojik çizgisine göre haberler üretirler. Gündemle ilgili olarak muhabirden gelen haber önerileri yazı işleri toplantısında değerlendirildikten sonra yayınlanmasına izin verilir. Diğer taraftan gazeteciliği doğruyu söyleme mesleği olarak ifade ederken etik değerlere sahip ve araştırmacı gazeteci anlayışıyla hareket edenler bu çerçeveyi zorlayarak eleştirel bir yaklaşımla habercilik yapabilirler. (Özsever, 2004, s.140)

Adaklı(2001, s.69)'nın ifade ettiği gibi,

Medya sektöründe mülkiyet ilişkileri; sınıf eşitsizliğini ve bunun uzantısı olarak çeşitli tahakküm biçimlerini meşrulaştırmada içerik üreticisi olarak oynadığı rol nedeniyle özel bir önem kazanmaktadır. Medya sahipleri, medyadaki üretim süreçleri ve medya içerikleri üzerinde doğrudan ve dolaylı bir kontrole de sahiptir.

Pahl ve winkler'e göre medya sektöründe iki farklı kontrol şekli vardır.

1.Operasyonel Kontrol: Gündelik üretim sürecine ait olan kontrol şeklidir. İçerikle ilgili karar alma aşamalarında editoryal kadronun sorumlulukları bu kısma dâhil edilir. Genel yayın yönetmeni, editörler ve program müdürleri gibi kadrolar, manşete girecek haberin seçimi dâhil olmak üzere hangi habere hangi kameramanın gönderileceğine kadar birçok konuda yetkilidir.

2. Tahsisatla İlgili Kontrol: Bir bütün olarak medya firmalarının yapısı ve gelişimi, eylemlerinin ölçeği ve kapsamı, kaynakların kullanımı ve tahsisini oluşturan süreçtir. Medya firmalarının temel politikalarının oluşturulması, personelin işe alınması ve çıkarılması, firmanın genişleme ve daralma tercihleri veya satma ve kapatma kararı almak bu sürece dâhildir.(Murdock akt. Adaklı,1977)

Bu kontrol süreçleri de göz önünde bulundurulduğu zaman Bruce Hanlin'in görüşleriyle de bir tutarlılık söz konusudur. Gazete sahipleri editoryal kadroya dahil edecekleri gazetecilerin ya da editörlerin kurumun politikalarıyla ters düşmeyecek şekilde içerik oluşturmalarını ve kendi ilkeleri ve gerçekleriyle çelişkiye düşecek konulardan uzak durmalarını isterler. Editörün yaptığı şeyde haber üretim sürecinde genel siyaseti sağlamaktır. "Editoryal bağımsızlık, patron tarafından belirlenen siyasi düzen ve temel meseleler hakkında stratejik kararlar alma konusunda değil; günlük üslup, içerik ve editoryal bütçesi konularıyla sınırlıdır."(Hanlin, 1994,s.66)

O'Neill'e göre vatandaşların demokratik, sorumluluk sahibi olmaları için gereken görüş farklılığını serbest piyasa şartları sağlar ve bilgiye ulaşmada özgür basını da beraberinde getirir. Serbest piyasayı demokrasinin yaşanması için önemli bir gereklilik olarak kabul eder. Ancak serbest piyasada demokrasi ve gazeteciliğin birbirini desteklemediğini savunur.(O'Neill, 1994)

O'Neill'in görüşleri serbest piyasanın özgür ifadeyi garanti altına aldığına dayanır. Özgür basın da özgür ifadenin temelini oluşturur. Özgür basından kast edilen ifade özgürlüğünün daha genel düzeyde olmasıdır. Ancak özgür basın ile editörün kendi istediklerini yayımlama hakkının ifade edilmesi yanlış olacaktır. (O'Neill, 1994)

O'Neill'e göre basın meşruluğunu mülkiyet haklarından alır ve medya ürünlerini kurumun özel mülkü olarak kabul eder. Editörü toprak sahibi bir işletmeciye benzeterek, başkalarını özel mülke yani medya kurumuna alma ya da almama hakkının olduğunu savunur ancak mülk sahibi olmayanların özgürlüklerini kısıtlayan bir sonuca yol açar. Bir başka benzetme olarak editörü, akademik bir derginin hakeminin haklarına sahip olmaya daha yakın bulur. Editoryal denetim sistemleri, topluluğu oluşturan kişilerin topluluğun değerlerine göre oluşan yargılarını yansıtabilir. (O'Neill, 1994, s.33- 34)

Editoryal bağımsızlıkla ilgili düzenlemeler gazeteciliğin kendi etik değerlerini ve hedeflerini benimseyen editörün yargılarını yansıtır. Bundan dolayı editoryal bağımsızlığın konu olduğu özgür basın tanımlaması sahiplik yapısından ziyade gazetecilik ilkelerine hitap ediyor demektir.(O'Neill, 1994, s.35)

Basın sektörünün kamusal bir yayın kurumu olmasının yanında özel ticari kuruluş olma özellikleri de korur. Editoryal bağımsızlık sayesinde demokratik kararların doğru bir şekilde alınması için bilgi aktarımı yapar, kamuoyu ve toplumsal değerlerin

temsilcisi olarak hareket eder. Basın sektörü, ticari başarısını sürdürdüğü müddetçe demokratik varlığını devam ettirir. (Hanlin,1994, s.69)

Ayrıca gazetenin satış rakamları yükseldikçe editörler üzerindeki gazeteciliğin esaslarına göre iş yapma becerisinin zarar görme ihtimali de artacaktır. Alınan ticari kararlar yayıncının sorumluluğunu gölgeleyebilir, gerçeklik, geçerlilik ve etik kuralları uygulamakta zorluklar yaşanabilir. (Hanlin, 1994)

Bir medya sahibinin medya kuruluşunun kar sağlama için meslek ahlakı ve etiğiyle örtüşmeyen işlere imza atması eleştirilen bir konu olmuştur. Hanlin (1994, s.240)'in makalesinde ifade ettiği gibi;

Editörlerin asli görevlerinin medya kuruluşlarını gazeteciliğin içsel hedeflerinden; doğruyu söyleme ve daha iyi bir demokrasi için eleştirel vatandaşlar yaratılmasına katkıda bulunma, değişik düşünceler için forum olma işlevinden saptırmamak olmaması gerekir. Bunu yapabilmeleri ise medya sahipleri karşısında özerkliklerinin, bağımsızlıklarının olmasıyla mümkündür

Medya sahipleri kendi kontrol ve güçlerini genel yayın yönetmenleri aracılığıyla gösteriyorlar ancak genel yayın yönetmenlerinin mesleki kurallar ve ilkelere göre hareket etmesi de önem taşıyor. Editörün, gazetecilik mesleğinin kurallarına bağlı olması editöryal bağımsızlık olarak ifade edilirken bunun olmadığı durumlar, gazeteciliğin doğruyu söyleme mesleği olması veya doğru bilgilendirilmemiş kitlelerin oluşmasını sağlar.

Toplumun ekonomik, siyasal ve ideolojik boyutlarını temsil eden medya araçlarında editörler yayın bağımsızlığına yönelik piyasa baskılarına önlem almalı. Gazetecilik için önemli özelliklerden biri olan bağımsızlık işveren, reklam veren bazen de ülkenin ekonomik durumu nedeniyle tehlikeye girebilmektedir. Piyasa değerlerinin

güçlendiği bir ortamda editörlerin bağımsızlığını korumak için 3 tercihi olduğu ifade edilir:

Gazeteci mesleğinin gereklerini yerine getirirken, okuyucuya hizmet ederken kendi mesleğinin kurallarına da saygı göstermelidir. Editör böyle durumlarda hem okuyucusunun hem de çalıştığı kurumun çıkarlarını koruyabilir. İkinci tercihe göre, mesleğin yazı işleri ile ticari kısmını birbirinden ayırmak gerekir. “Editör kendini para mecrasında bulduğu zaman, yayın bağımsızlığı ve mesleki ilkeler ikinci plana atılıyor.”(Duran:1999, s.50)Gazetenin okurlarına sağladığı güven ve inandırıcılık tüm iş dünyası açısından gazetenin gücünü kanıtlayan bir durum oluşturur. Böyle bir gazetenin yöneticisinin iş dünyası ile siyaset dünyası arasında ayrıcalıklı ilişkilere girmesine gerek kalmıyor. Son olarak üçüncü tercihte ise editörlerin çalıştıkları kuruma nasıl daha fazla para kazandırılacağına odaklanması gerektiği belirtiliyor. Editörlerin pazarlamacı gibi çalıştıklarını, ürünün satılması için satın alacak kitlenin isteğine göre üretilmesi ya da şekillenmesi ifade ediliyor. (Duran:1999)

2.2. Türk Basın Tarihinde Sahiplik Durumu

“Geleneksel sahip ile yeni sahip arasındaki fark, birincinin doğrudan medya sektörü içinden gelmesi ve gazeteciliğin tek işi olmasa da, asıl işi olmasına karşılık, yeni sahiplerin servetlerini medya dışı sektörlerde edinmiş ve kendilerine yabancı olan bu alana sonradan girmiş olmasıdır. Girdikleri bu sektör, diğer sektörlerle karşılaştırıldıklarında daha az karlıdır. Gazetenin günlük hazırlanışıyla ilgilenmezler amademokratik bir ülkenin basınında olması gereken farklı ses ve fikirlerin ortadan kalkmasına yol açabilecek bir medya imparatorluğu yaratma güçleri vardır.” (Tılıç, 1998, s.246)

Ülkemizde 1950 yıllarına gelene kadar gazete sahiplerini gazeteciler oluşturmaktaydı. Sedat Simavi-Hürriyet, Yunus Nadi-Cumhuriyet, Ahmet Emin Yalman-Vatan, Ali Naci Karacan-Milliyet bunun başlıca örneklerindedir. 1950’li

yıllardan sonra sermaye grubu gazetecilik sektörüne girmeye başladı ve Babıali’de yeni bir dönem açıldı.

Gazete, dergi ve televizyonların yanı sıra reklam ve pazarlama alanlarına da girilmesi holding çatısı altında toplanmayı gerektirdi. 1960 yılında anonim şirkete dönüşen Hürriyet Gazetesi 10 yıl sonra holding statüsü almıştır.(Adaklı, 2006, s. 326)

Safa Kılıçoğlu’nun Yeni Sabah’ı ve Malik Yolaç’ın Akşam gazetesini satın almasıyla başlayan süreci Tercüman, Son Havadis, Hürriyet ve Günaydın grubu takip etti. Hürriyet ve Milliyet Gazetesinin Türk basınının endüstrileşme sürecinde önemli bir yeri vardır. Milliyet’in gazetecilikten gelmeyen bir sermaye grubunun eline geçmesi 1980’lerden itibaren Türk basınının dönüşümünde etkili olmuştur. Yatay-dikey bütünleşme ve farklı sektörlerin bir arada olması karşımıza çıkmıştır. Böylece meslekten gazeteciliğin yerini oligopol nitelikte bir medya piyasası aldı.(Adaklı, 2006, s. 131)

Medyada özel radyo ve TV yayınlarının artması devlet televizyonunun ağırlığının azalmasına neden oldu. Kamu yayıncılığında demokratik ve sosyal değerler üzerine kurulu olan yayın, özel sektörde pazar güçlerine ve rekabete yerini bırakmıştır. Yapılan birleşmelerle medya sektöründe bulunan firmalar güçlerini artırmışlardır.

1940’lardan sonra medya, sermaye sahiplerinin ilgi alanına girmeye başladı. Teknolojik yenilikler, reklam ve lotarya gibi satış artırıcı yöntemler kullanıldı. Yeni basım teknolojilerinin ithal edildiği, ekonomilerin gelişmesiyle gazetelerin ekonomi haberlerine daha geniş yer verdiği bir dönem oldu. Reklam pastası da büyüdü ve basım teknolojisinin ithalatıyla tirajlar yükseldi. Alt yapının gelişmesiyle daha çok okuyucuya ulaşıldı. “Türk basınında bu anlamda ticari gazetecilik yapan Simavi kardeşler oldu. Hürriyet ve Günaydın gruplarını oluşturarak önemli birikimler sağladılar. Bunlara Milliyetin eski sahibi Karacan ailesi, Tercümanın sahibi Ilıcak aileleri de katıldı. Yunus Nadi’in kurucusu olduğu Cumhuriyette bu gazeteci kökenli aile işletmeleri yelpazesinin Kemalist sol kanadındaki temsilcisi oldu.”(Sönmez, 2003, s. 33)

1960 yıllarından itibaren basım teknolojilerinde değişiklik olmuş, Günaydın gazetesinin ofset baskıya geçmesinin ardından tüm basın ofset baskıya geçilmiştir. Fotoğraf ve renklerin canlılığı dikkat çekmiş, tirajlarda büyük artış meydana gelmiştir. Ofset baskıya geçildikten sonra 1970’li yıllarda toplam günlük gazete satışı 2 milyonu aştı ancak 20 milyon baskı kapasiteli makineler mevcuttu. Bu durum renkli, kısa haberli ve boş içerikli gazetelerin ortaya çıkmasına neden oldu.(Görgülü, 1991, s. 30)

Teknolojik gelişmeler tirajların artmasına katkı sağlasa da maliyetleri artırmıştı. Böylece basının ekonomik olarak zorlanmasıyla yeni dengeler kuruldu. Maliyetleri karşılamak isteyen basın, özel ilanlara daha çok ihtiyaç duydu. Maliyetlerin ön plana çıkması özel sermaye ile yaklaşma sonucunu doğurdu. Böylece basın yavaş yavaş sermayenin kontrolüne girmeye başladı. “Sermaye-basın arasındaki bu ilişki basının sermaye gruplarının maddi desteğine bağımlılığı (reklam, ilan, yardım vb.) ve basın sektörünün doğrudan büyük sermaye denetimine girmesi olarak açıklanabilir.” (Bulut, 2009, s. 70)

Sonuç olarak beklentinin altında satış meydana geldiği için gazetelerin içeriklerinde ilan yüzdeleri azaldı. Böylece sayfa sayısını artıran gazetelerin masraflarını karşılamak için kar oranları düşüş gösterdi. Reklamdan geriye kalan kısımda az maliyetli içeriklerle oluşturulmaya başlandı. Medya kuruluşları ürettikleri haber ve fikirlerle topluma yön vermeye çalışan çeşitli çevrelerin beklentilerini karşılayan ve kar elde etmek zorunda olan kuruluşlardır. Basın dışı sermayenin ilgisini çeken şeylerden biri de basında parti yanlısı gazetelerin varlığıdır. Örneğin dünya ve ulus CHP yanlısıyken; Zafer ve Vatan gazeteleri DP’yi destekliyordu. 1946 ‘da çok partili döneme girilmesiyle partiler, iktidarı eleştirmek ve halka seslenmek için gazetelerle yakınlaşmaya başladılar.

Reklam ve ilan geliri konusunda devletin yerini özel sermayenin alması mülkiyet yapısında meydana gelen değişikliğin en önemli sebeplerindendir. Reklam sektörünün gelişmesi de basın-sermaye ilişkisini kuvvetlendirdi. Üretim artışı ve ürün

çeşitliliğinin yarattığı rekabet tüketicinin dikkatini çekmek için reklamın önemini ortaya koydu.

Basının reklamları duyurmada bir araç olması bu ilişkiyi pekiştirdi. “1950’li yılların ortalarına kadar basın hükümet ve parti yanlısı ve hükümet muhalifi olarak belirgin bir karakter ortaya koyarken, hükümetlerin basına maddi yardımlarının dağılımları da bu yakınlığa göre ayarlanıyordu. Demokrat Parti iktidarında 1950-1959 yılları arasında gazetelere verilen resmi ilan ve reklamlardan en yüksek miktarı DP yanlısı Zafer almıştı.”(Bulut, 2009, s. 68)

1980’li yıllardan sonra yönetim anlayışındaki dönüşüm işletme odaklı yöneticilere evrilmiştir. Basın hayatındaki yazı işleri ve idari işler kategorik olarak birbirinden ayrılmış olmasına rağmen sıkıntılı süreç devam ediyordu. Gazetenin içeriği hakkında söz sahibi olan köşe yazarları ve editörler ile idari işler arasında anlaşmazlıklar çıkıyordu. Basında sermaye grubunun arttığı ve ilişkilerin çeşitlendiği dönemlerde bu durum daha fazla görülmeye başlandı.

Türk medyası, 1980’li yıllarda Avrupa’da TV yayıncılığında yaşanan gelişmeleri gecikmelide olsa takip etmiştir. Yasal ve kurumsal alt yapının 1990’lı yıllara doğru uygun hale gelmesi özel ve ticari televizyon kanalları sayısını artırmıştır. Yeni uydu kapasitesinin olması, ucuz ve ulaşılabilir olması kanal sayısındaki artışı desteklemiştir. Ayrıca Avrupa’daki çapraz mülkiyet Türk medyası içinde geçerli hale gelmiş, gazete sahipleri de televizyon alanına girmiştir.(Akdemir, 2011, s. 9)

1980’li yılların bir özelliği de devlet tarafından sübvansiyonla sağlanan gazete kâğıdı uygulamasının sona ermesi oldu. Bu durum basın sektöründe bulunan firmaların daha fazla maliyetle karşılaşmasına yol açtı. Serbest piyasa ekonomisine geçişle maliyet ve finansman konusunda sıkıntılar ortaya çıktı. Finansmanı güçlü olan reklam ve ilan geliri elde edenler faaliyetlerine devam ederken, yüksek maliyetlere katlanamayanlar ya piyasadan çekilme ya da birleşme kararı aldılar.

Medya sektöründe sermaye sahiplerinin bulunması kendilerine birçok fayda sağlamıştır. Medya sektörü yatırımcısına kar sağlamanın yanında başka faydalarda sağlıyordu. Geniş kitlelere ulaşabilmesi, istenilen mesajın verilmesi, iktidarı etkileme ya da kullanma, medyanın gücünü siyasi erke karşı savunma ya da saldırı olarak kullanmak medyanın önemli işlevlerindendir. “Medya artık sanayisi, finansı ve diğer sektörleriyle sinerjik bir alışverişte bulunan entegre bir yapının parçasıdır. Ama aynı zamanda, tekil bir grubun mülkiyetinde olsa da yıllık 1 milyar dolarlık reklam desteği veren büyük sermaye fraksiyonları adına da kullanılan bir hegemonya aracı bir iktidar alanıdır.” (Sönmez, 2003, s. 10)

2001 krizi medya sektöründe de dengeleri değiştirdi. Finans ayağı olan bir dizi medya patronundan, bankası krizde yara alanlar ve TMSF’ye devrolanların medya etkinliği azalmış ya da yok olmuştur. (Kılıçatan, 2011, s.117)

Bu dönemde yaşanan değişimler biride İslamcı medya gruplarının güçlenmesi oldu. İhlas Holding’e bağlı Türkiye Gazetesi ve TGRT ile Zaman gazetesi grubu bu dönemin en büyük gruplarından olmuştur.(Kılıçatan,2011, s.118) 2008 yılında medya sektörüne giren Çalık Grubu etkinliğini artırmaya devam etmiştir.

2.3.Yakın Dönem Türk Basınında Sahiplik Süreci

Türk basınında holdinglerin medya grupları ile olan sahiplik ilişkileri Doğuş, Doğan, Ciner, Turkuvaz, İhlas ,Demirören, Uzan ve Çukuroaa grupları bu kapsamda incelenmiştir.

2.3.1. Doğuş Grubu

Doğuş holding medya sektörüne 1990 yılının ortalarında katılmıştır. Doğan holding ile beraber “DTV Haber ile Görsel Yayıncılık A.Ş.” şirketi ile Kanal D’nin ortaklarından olmuştur. 1995 yılında Kanal D’nin tüm hisselerini Doğan Grubuna devretmiş ardından 1999 yılında Cavit Çağlar’dan NTV’yi satın almış ve medya alanındaki en güçlü çıkışı yapmıştır. Bunun ardından “Radyo Pop” radyosu ile Kanal

E'yi satın almıştır. Kanal E ile CNBC ortaklığı kurarak CNBC-e adıyla yayın hayatına başlamışlardır. Radyo Pop 'untarzını değiştirerek NTV radyo olmuş bunun yanında Kaya Çilingiroğlu'ndan Radyo 2000'i satın alarak Radyo Eksen adıyla yayın yapmaya başlamışlardır. 2003 yılında Discovery Channel kablolu yayınına başlamış, 2004'de Telekom ile anlaşarak NBA TV'yi kurdu. 2006 yılında e2'yi açtı ve Discovery Channel kanalını Doğan Grubuna sattı. Doğuş Grubu 2008 tarihinde TMSF tarafından yapılan Kral Medya Grubunun satış ihalesine katılmış ve 95 milyon dolara kanalı satın almışlardır. Ardından Star TV'yi 327 milyon dolara satın alarak bünyesine katmıştır. Süreç içerisinde CNBC'e'yi diğer ortağı olan Discovery Communications'a satmıştır. Grubun medya dışı yatırımlarına baktığımızda Bankacılık ve Finansal Hizmetler, Otomotiv, İnşaat, Turizm, Gıda, Gayrimenkul ve Enerji alanlarında faaliyet göstermektedir. (Kuyucu, 2012, s:471-478)

Doğuş holdingin kurucusu Ayhan Şahenk 1950 yılında Ankara hukuk Fakültesinde okurken inşaat sektörüyle ilgilenmeye başlamıştır. Demokrat Parti döneminde Adnan Menderes'in teşvikiyle baraj ve otoyol gibi kamu ihalelerini almıştır. 1966-80 yılları arasında Hasan Uğurlu barajı, İskenderun 3.Demir-Çelik Fabrikası ve Kesiksu Barajı gibi büyük ölçekli projeleri alarak Doğuş Yapı Sanayi A.Ş. olmuşlardır. Anıtur ile turizm, Filiz ile gıda sektörüne giren grup 1975 yılında holdinglemiştir. Finans alanına 300 bin liralık Yapı ve Kredi hissesi satın alarak girmiş ve 1970 yılında Yapı Kredi'nin en yüksek hissedarı olmuştur. Bu hisselerin bir bölümünü Çukurova grubuna satıp İmar Bankasını devralmıştır. Koç ve Sabancı gruplarından Garanti Bankası hisselerinden satın alan Doğuş grubu İmar Bankasını 1984 yılında Uzan Grubuna satmıştır. 1994 yılında Bank Ekspres'i, 1977'de Osmanlı Bankasını satın almış, 2000'li yıllarda bütün bankacılık faaliyetlerini Osmanlı Bankasında toplamıştır. Otomotiv sektöründe yabancı sermaye ile işbirliği yaparak General Motors ve Opel temsilciliklerini almıştır. Audi, Seati Skoda, Porche ve Scania markalarının Türkiye dağıtıcılığını üstlenmiş ve 1999'da Doğuş Otomotiv Holding AŞ.'yi kurmuştur. (Adaklı, 2006, s.188-192)

Doğuş Grubunun günümüzde medya sektöründe sahip olduğu varlıklar arasında NTV, Star TV, Euro Star televizyon kanalları, NTV Radyo, ntvspor.net, Puhu TV, Online TV ve Radyo Müzik Kanalı 'Kral Müzik', Vogue Türkiye, GQ, Pozitif ve Mobicel bulunmaktadır.

2.3.2.Ciner Grubu

Ciner Grubunun medyaya ilk adımı 2000 yılında Sabah Gazetesini satın alarak attı. 2002 yılının ilk çeyreğinde 400 bin dolar ile Cumhuriyet gazetesine ortak olmuştur. Turgay Ciner 2005 tarihinde TMSF ile yaptığı anlaşmaya göre Dinç Bilgin'e ait olan ATV ile Sabah Gazetesi Grubunu(Sabah, Takvim, Pas Fotomaç, Yeni Asır) 433 milyon dolara satın aldı. 2006 yılında Kanal 1 ile Türkçe TV'yi bünyesine katarak medya alanındaki büyümesini sürdürdü. 2007'de yeniden yapılanma kararı alan Ciner grubu Ciner Yayın holdingi kurdu ve Ufuk Güldemir'in kurduğu Haber Türk'ü ve Haber Türk Radyoyu vefatının ardından satın aldı. 1 Mart 2009 tarihinde Haber Türk gazete yayımlanmaya başladı. Kanal 1 ile istediği seviyeyi yakalayamayan grup kanalın formatını değiştirerek 2010'da Bloomberg TV'nin yayımına başladı. Radyo yayımına da başlamış ve Bloomberg HT Radyo açılmıştır. Grubun medya alanı dışındaki faaliyetleri Enerji ve Madencilik Grubu ve Ciner Ticaret Sanayi ve Hizmet Grubu adı altında toplanmıştır. (Kuyucu, 2012, s.451-462)

Medya sektöründe şuanda grubun elinde bulundurduğu kanallara baktığımızda, Habertürk Tv, habertürk.com, Bloomberg TV, Show TV'nin yanında Ciner Yayın Holding, C Film Yayıncılık ve Habertürk Matbaacılık bulunmaktadır.

2.3.3.Turkuvaz Medya Grubu

Kurucusu Ahmet Çalık olan grubun medyaya ilk girişi TMSF'nin elinde olan, öncesinde Dinç Bilgin'e ait olup bir süre sonra Ciner Grubuna satılan ancak tekrar TMSF'ye devredilen ATV-Sabah Grubunu 1,1. milyar dolara satın almasıyla oldu.

2008 yılında alık Grubu bünyesinde kurulan Turkuaz Medya Grubunun ATV grubunda 6 tv kanalı (ATV, ATV Avrupa, A Haber, Minika Go, Minika TV, Yeni Asır TV) 5 gazetesi (Sabah, Sabah Avrupa, Yeni Asır, Takvim, Fotomaç) 23 adet dergi ve 2 radyo yayını bulunmaktadır. Sahip olduğu pazar büyüklüğüne göre Türkiye'nin 2. En büyük yayın grubudur. 1981 yılında kurulan alık Holding, enerji, inşaat, madencilik, tekstil, finans ve telekomünikasyon alanlarında faaliyet göstermektedir.

2013 yılında Sabah ve ATV Grubunu gelir kaybı nedeniyle Kalyon Grubuna bağlı Zirve holdinge satmıştır.

2.3.4.İhlas Grubu

Enver Ören'in medyaya girişi 1970 yılında üniversitedeki görevini bırakarak birkaç arkadaşıyla beraber Hakikat Gazetesini kurmasıyla başladı. Daha sonra bu gazete adını değiştirerek Türkiye Gazetesi oldu. Japon dağıtım sisteminin uygulanmasıyla beraber 1989 yılında 300 binlik tiraj yakalanmıştır. İlerleyen zamanlarda 1 milyon 424 bin seviyelerine kadar yükseldi. 1 Ocak 1993 yılında İhlas Haber Ajansını kurmuş olup aynı yıl TGRT ve TGRT FM'i açıldı. 2003 yılında yeni bir yapılanma sürecine girerek İhlas Yayın holdingi kurmuş, her türlü yazılı, görsel, işitsel yayıncılık, reklamcılık ve haber ajanslığı olarak faaliyet alanlarını açıklamışlardır. İhlas holding 500 milyon lira sermaye koyarak 2004 yılında TGRT Haber'i kurdu. 2006 tarihinde TGRT'yi ABD merkezli News Corporation şirketine sattı. İhlas Grubu bünyesinde bulundurduğu tüm varlıkları(İHA, TGRT HABER TV, TGRT FM RADYO, TGRT BELGESEL TV, TÜRKİYE GAZETESİ, İHLAS FUAR HİZMETLERİ, 25 adet sektörel dergi)OYAK Yatırım Menkul Değerler A.ř. liderliğinde halka arz etti.

1992 yılında Güney Kore'den KIA marka otomobil ithalat ve satışını yaparak otomotiv sektörüne girmiş. Daha sonra Japonya'dan Subaru, Fransa'dan Citroen ve Peugeot şirketleriyle yapılan anlaşmalar sermaye birikimine katkı sağlamıştır. 1994 yılında İhlas Finans kuruldu ve sigorta ve finans alanında yatırımlar yapıldı. Altın Sigorta Aş ile Altın Hayat Sigorta Aş kuruldu. Akyazı-Kuzuluk'ta devre mülk ile

Turizme ve Balıkesir Meşrubat Sanayii AŞ ile Kristal markasıyla içecek üretimine başladı. (Adaklı, 2006, s.192-195)

İhlas Grubunun 2019 yılı itibariyle İhlas Yayın Holding bünyesinde İhlas Haber Ajansı, Türkiye Gazetesi, TGRT Haber, TGRT Belgesel, TGRT FM ve Dijital Varlıklar bulunmaktadır.

2.3.5.Uzan Grubu

1965 yılında Kemal Uzan'ın 'Yeni İstanbul' gazetesini satın almasıyla medyaya girmişlerdir. Adını İstanbul olarak değiştiren gazeteyi 1981 yılında Alaettin Koçak'a satmışlardır. Öncesinde Ses ve Hayat dergilerini yayınlamışlar ancak kısa süreli olmuş. Uzan ailesi Doğu grubu başkanı Ayhan Şahenk 'ten 10 milyon dolara yakın bir bedelle aldığı İmar Bankası ile finans piyasasına girdi. 1 yıl sonra 1985 yılında Adabank'ı kurdular. Dövizde yüksek faiz veren İmar bankası 1987 yılında hazinenin denetimine geçse de Özal ile ilişkisi sayesinde tekrar Uzan ailesinin kontrolüne geçmiştir.

Yurt dışında uydu aracılığıyla yayın yapacak bir televizyon kanalı kurmaya karar veren aile Özal ailesinde desteğiyle 50 bin İsviçre Frangı sermayeli Magic Box Incorporated AG adlı şirketi kurdu. Bu şirketin televizyon kanal Star 1, hem TRT'nin izleyicisini çekmeye başladı hem de 1.yılın sonunda reklam pastasından daha çok pay almaya başladı. 1991 seçimlerinde ANAP'ın muhalefet düşmesinin ardından Ahmet Özal'ı ortaklıktan çıkarmanın planını yapmaya başladılar. Star-1'in ardından Teleon adlı ikinci kanal, 1992 yılında Türkçe müzik yayını yapan Süper FM ve Metro FM adlı ikinci radyo açıldı.

Grup 1 Temmuz 1993 tarihinde Detecol, alcatel Cell, Siemens, Teletaş ve Simko ile beraber Rumeli Holding bünyesinde TELSİM Konsorsiyumunu kurdular. 1994 yılında PTT ile imzaladığı anlaşma ile cep telefonu hizmeti vermeye hak kazandılar. 1998 de ise Motorola ile Telsim arasındaki anlaşmayla Türkiye'de cep telefonu sistemini kurmak için 560 milyon dolarlık malzeme için satıcı kredisi sağlamaktı.

1991 seçimlerinde Süleyman Demirel'in başbakan olduğu DYP-SHP koalisyonu döneminde Uzan Grubu çok sayıda özelleştirme almıştır. Televizyon özelleştirmelerinde Aktif Kablo TV Teknik Hizmetler Sanayi ve Tic. A.Ş. ile İstanbul 2. Bölge, Ankara 3.bölge ve Adana ile Konya'nın tamamında kablolu televizyon şebekesinin işletme hakkını devraldı. Star Dijitali kurarak Dijitürk'e rakip oldu ancak istediği başarıyı sağlayamadı. 1999 yılında Türkiye 1. Ligi futbol maçlarının yayın ihalesini aldı. Aynı yıl Sstar gazetesini kurdu ancak dağıtım pazarını kontrol eden Doğan ve Bilgin gruplarının ortak dağıtım şirketi olan Biryay tarafından engellenmesiyle kendi dağıtım şirketlerini kurdular. 2001 tarihinde Türkiye'nin ilk özel televizyon kanallarından olan Kanal 6'yı satın aldılar.

2000'li yıllar Uzan grubu için parlak bir dönem olmadı. TMSF, İmar bankasının 7,5 katrilyonluk borçlarından dolayı grubun 219 adet şirketine el koydu. Medya grubuna gazete ve televizyonların bazıları kapandı, bir kısmı da iş adamları tarafından satın alındı. 2009 yılından sonra Türkiye'den ayrılan Cem Uzan yurtdışında hayatına devam etmektedir.

2.3.6.Çukurova Grubu

Mehmet Emin Karam Mehmet'in başkanı olduğu Çukurova Grubu 1977 yılında küçük bir ilan gazetesi niteliğindeki Akşam Gazetesini satın alarak medya sektörüne ilk adımını attı. 1997 yılında Tercüman Gazetesini satın aldılar.

Tarsus ve Adana'da çiftlikle başlayıp tekstille devam ettikleri iş hayatında 1942 yılında 2 milyon sermaye ile Çukurova Sanayi İşletmeleri AŞ kurmuşlardır. 1950 yılında Dünya bankası aracılığıyla Türkiye Sınai Kalkınma Bankasına ortak olmuşlardır. İplik fabrikası, karayolu ve baraj gibi altyapı yatırımlar, Caterpillar iş makinelerinin dağıtıcılığı gibi çeşitli alanlarda iş yapmışlardır. Pamukbank, Yapı Kredi ve Uluslararası Endüstri ve Ticaret ile pek çok şirketi olan bir holdingdir. İletişim alanındaki yatırımları ise GSM, dijital platform ve internet hizmetleri olmuştur. Özellikle Doğan Medya Grubunun sektördeki liderliğini tehdit eden Turkcell'dir. Turkcell iletişim hizmetleri 1994 yılında faaliyetlerine başlamıştır. Bunun yanında

1996'da Superonline ile internet alanındaki yatırımlarına ek olarak Dijitürk 'ü kurmuştur. (Adaklı, 2006, s.195-202)

2.3.7.Doğan Grubu

1979 yılında Milliyet Gazetesine ortak olmasıyla başlayan medya macerasında yatay ve dikey bütünleşme oldukça gerçekleşmiştir. Gazete, dergi yayıncılığı ve dağıtımı, radyo ve tv yayıncılığı, haber ajansı, kitap yayıncılığı, TV ve reklam içerik üretimi gibi medyada birçok alanda büyük bir pazarın hâkimi olmuştur.

Milliyet gazetesini Aydın Doğan'ın satın almasının ardından Türk basınında endüstrileşme süreci başlamıştır. Gazetecilik kökeninden gelmeyen birinin gazetenin başına geçmiş olması 1980'lerden bu yana basının medyaya dönüşmesinde etkili olmuştur. Milliyet'in satışı normal bir satış işlemi değil, gazetecilik mesleğinde zanaat benzeri çıraklık ilişkisinden sınai üretime geçişin bir simgesi olarak kabul edilir.Bu tarihten itibaren Türk basınında yatay-dikey bütünleşme ve farklı sektörlerin bir arada bulunması artacak, oligopol nitelikte bir medya yapısı oluşacaktı.

Aydın Doğan'ın medya alanında ilerlemesi 1990'lı yıllarda olmuştur. Doğu Holding ile beraber Kanal D'yi kurdular ve 1995 yılında kanalın tüm hakları Doğan Grubuna devredilmiştir. 1995-96 yıllarında "Posta, Fanatik, Radikal, Fanatik Basket, Gözcü, Finansal Forum" gazeteleri yayınlanmıştır.

1994 tarihinde Simavi ailesinin elinde bulunan Hürriyet Gazetesini ve Hür Dağıtımı satın almıştır. Aynı tarihte Doğan, Dışbank yüzde 65'ini satın aldı. 1998 tarihinde Milliyet gazetesini Korkmaz Yiğit'e satan Aydın Doğan bir süre sonra yeniden Milliyet'in sahibi olmuştur.

1999 yılında Time-Warner'la ortak olarak CNN Türk'ü kurmuşlardır. 2000 yılında Petrol Ofisi'nin yüzde %51'lik kısmına bünyesine katmış ve 1961 yılından bu yana faaliyetlerine devam eden Turkish Daily News gazetesini almıştır. 2005 yılında TMSF tarafından satışa çıkarılan Star TV'yi 306,5 milyon dolara satın aldı.

20 Nisan 2011 tarihinde Vatan ve Milliyet Gazeteleri Demirören-Karacan ortaklığına satıldı. 17 Ekim 2011 tarihinde ise Star TV Doğu Grubuna satıldı. 2012

yılına girerken grup, medya sektöründe küçülmeyi durduklarını belirterek CNN Türk, Hürriyet, Posta, Kanal D ile ilgili satış düşüncelerinin olmadığını belirtti.

16 Mayıs 2018 tarihinde yapılan bir açıklama ile medya sektörü faaliyetlerini büyük ölçüde durdurmuştur.

2.3.8. Demirören Grubu

2008 yılında Deniz Feneri davası sürecinde dönemin başbakanı Recep Tayyip Erdoğan'ı suçlayıcı yayınları dolayısıyla Aydın Doğan grubu ile hükümet arasındaki ilişkiler gerilmişti. Aydın Doğan'ın şirketlerine yönelik mali soruşturmalarda 5 milyar TL'ye yakın vergi cezası uygulanmıştır. Bu süreçten sonra Doğan grubun medya sektöründe küçülmeye gitmiştir. (Çam ve Şanlıer, 2015)

2011 yılında küçülme kararı alan Doğan Medya Grubu, Vatan ve Milliyet gazetelerini Karacan ve Demirören ortaklığına satmış ancak ilerleyen zaman içerisinde Şubat 2012 yılında Demirören Grubu tek başına sahibi olmuştur.

Demirören ve Karacan Grubunun ortak girişim şirketi DK Gazetecilik ve Yayıncılık AŞ. İle imzalanan hisse alım sözleşmesine göre Milliyet Gazetesinin tüm marka ve isim hakları ile internet sitesi alan adları (milliyet.com, milliyet.com.tr, milliyetemlak.com) 47 milyon 960 bin dolara satılmıştır. Vatan gazetesinin tüm marka ve isim hakları ile internet sitesi alan adları ise 26 milyon dolara satılmıştır.

Demirören ve Karacan'ın ortaklığı ile kurulan DK Gazetecilik yüzde 50'lik medya ortaklığı 3 ay sonra bozulmuştur. Anlaşmazlık sonucu Karacan grubu istifa eder ve 20 Ocak 2012 tarihinde varılan anlaşmaya göre Milliyet ve Vatan gazeteleri Demirören Grubunun olmuştur. Karacan 6,5 milyon dolara tüm hisselerini Demirören grubuna devretmiştir.

2018 yılı Nisan ayında Türk basın sektöründe önemli bir gelişme yaşanmıştır. Doğan Holding Medya Grubunun Demirören Grubu tarafından 916 milyon dolara satın

alındığı açıklandı. Hürriyet Gazetesi 155 Milyon dolara, Doğan Haber Ajansı 5 milyon dolara, televizyon kanallarını ise 600 milyon dolara satın almıştır.

Aydın Doğan yaptığı veda konuşmasında, hiçbir baskı altında kalmadan bu satışları gerçekleştirdiğini, sektörden çok yorulduğunu, ciddi miktarlarda vergi ödediğini ifade etmiştir. Bu satışın ardından CNN Türk TV’de çok sayıda kişinin istifa edeceği ya da işten çıkarılacağı şeklinde haberler çıkmıştır. CNN Türk’te çalışan gazetecilere baktığımızda yaşanan değişikliğin boyutunun ne derece olduğunu daha iyi anlayabiliriz.

CNN Türk Demirören Grubuna geçtikten sonra yaşanan değişiklikler; CNN Türk genel Müdürü Erdoğan Aktaş, Haber Programları Müdürü Cansel Poyraz, Haber Koordinatörü Ali Güven, ekran yüzlerinden Nevşin Mengü, Şirin Payzın, Saynur Tezel görevlerini bırakanlar arasında yer alıyor. Şuan ki yapıda CNN Türk Genel Müdürü Bora Bayraktar yer almaktadır.

Vatan ve Milliyet gazetelerini Doğan grubundan satın alarak medya sektörüne giren Demirören Grubu sanayi, inşaat, enerji, turizm ve eğitim alanlarında faaliyet göstermektedir. Günümüzde Hürriyet, Posta, Fanatik Gazetesi, Kanal D tv, CNN Türk televizyonunun sahibidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.SAHİPLİK VE EDİTORYAL BAĞIMSIZLIK İLİŞKİSİNİN ELEŞTİREL SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİCNN TÜRK TV’NİN SAHİPLİK YAPISININ DEĞİŞMESİNİN HABERLERİNE YANSIMASI

3.1.Araştırmanın Konusu

Türk medyası 1980’lerden bu yana yapısal bir dönüşüm geçirmiş, artık gazete sahipleri Babıali dönemindeki gibi gazetecilerden değil iş adamlarından oluşmaya başlamıştır. Teknolojinin gelişmesiyle gazete sahiplerine yüklenen mali yük artmış, gerekli araç gereçlerin masrafları karşılanamayacak bir süreç başlamıştır.

2000’lere doğru yaklaştıkça medyanın dördüncü kuvvet olma özelliği iş adamlarının dikkatini çekmiş, iktidar ile olan ilişkilerini güçlendirmek için medya sahibi olma dönemi başlamıştır. Yani medya sektöründe holdingleşme başlamıştır. Bu durum haliyle gazetelerin editoryal kadrolarında farklı sorunlara yol açmış, yeni gelişmeler yaşanmıştır. İktidara yakın olmayı tercih eden medya patronları gazete ve televizyonlarının editoryal kadrolarını da kendi görüşlerine yakın kişilerden oluşturmaya başladılar. Böylece medya kurumları arasında mülkiyet ilişkilerinden dolayı haber içeriklerinde görüş farklılıkları oluşmuştur.

Medya kuruluşlarının siyasal iktidara, güç odaklarına ve kurum sahibinin çıkarlarına karşı gazeteciliğin temel ilke, etik değer ve kamusal hizmet gibi yayın politikası açısından bağımsız olması gerekir. Editoryal bağımsızlığın mülkiyet haklarıyla değil gazeteciliğin esas gereklerine göre işliyor olması gerekir. Ancak yayınlanması istenen haber önerileri her zaman bir muhabirin editöre öneride bulunması gibi aşağıdan yukarıya şeklinde olmaz; genel yayın yönetmeni, medya sahibi ya da bir

çıkar ilişkisi göz önünde bulundurularak yukardan aşağıya şeklinde öneri şeklinde olabilir.

Haberlerde söylemin yeniden inşa edilmesinde editoryal bağımsızlığın belirleyici olduğu, nelerin haber olarak seçileceği, ön planda verilmek istenen mesaj, kamuoyunda oluşturulmak istenen algının nasıl şekillendirildiği incelenmiştir. Bunu yaparken van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi ile CNN Türk TV Ana Haber bültenlerinde yayımlanan haberler analiz edilmiştir. Aydın Doğan dönemindeki haber içerikleri ile Demirören Grubu dönemindeki haber içerikleri kıyaslanmıştır.

3.2. Araştırmanın Amaç ve Önemi

Bu tez çalışmasının amacı editoryal sürecin haber üretiminde kendini nasıl gösterdiğinin tespitidir. Medya kuruluşlarının sahiplik yapılarının iktidar ile olan ilişkileri gözönünde bulundurularak editoryal süreç sonunda ortaya çıkan haberlerin içerikleri incelenmiştir.

Bu amaca uygun olarak CNN TÜRK TV'nin haber verişi tarzı üzerinde bir eleştirel söylem çözümlemesi yapılmıştır. Doğan Grubu bünyesinde bulunan CNN TÜRK TV 2018 Mayıs ayında el değiştirip iktidara yakın olduğu bilinen Demirören Grubuna geçmiştir. Sahiplik yapısında meydana gelen bu değişikliğin ardından CNN TÜRK Ana Haber bültenleri incelenerek, Doğan grubunda iken üretilen haber içerikleri ile Demirören Grubunda iken üretilen haber içerikleri olumlu ya da olumsuz bakış açısının varlığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Buradaki temel amaç iktidara yakın olmayan sahiplik yapısının ardından el değiştirip hükümete yakın haberler üretmeye başlayan özel bir televizyon kanalının editoryal sürecinde yaşanan değişikliğin açığa çıkarılmasıdır.

3.3. Araştırmanın Problemi

Bu çalışmanın problemi temel olarak televizyon haberlerinin sunumunda editoryal kadronun siyasal erk ile ilişkisi göz önünde bulundurularak haber üretim süreçlerini nasıl gerçekleştirdiğidir. Sahiplik yapıları iktidara yakın olan medya kurumları ile iktidara yakın olmayan gazete ve televizyonların haber üretiminde editoryal süreçlerinin nasıl işlediğini ortaya koymaktır. Problemi ortaya koymak için sahiplik yapısı el değiştiren televizyon kanalının ana haber bülteni incelenmiştir.

Haber metinleri, diğer metin türlerinden farklılık göstermektedir. Haber metinlerinin nitelikleri düşünüldüğünde medyanın kamuoyu ve gündem oluşturma özelliklerini sağlamada önemli etkisi vardır.(Ülkü, 2004: s.371)

Buradan hareketle ana haber bülteninin haber üretim aşamalarında nelere dikkat edildiği, neyin ön plana çıkartıldığı, hangi görüşe yakınlık gösterildiği, ima yoluyla verilmek istenen mesajlar, habercilik eğilimlerinin nasıl şekillendiği incelenmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada örneklem olarak alınan CNN Türk TV'nin Mart 2018'de gerçekleştirdiği sahiplik yapısındaki değişiklik göz önünde bulundurularak, Doğan Grubu döneminde editoryal olarak haberlerin işlenmesi ile Demirören Grubunun editoryal kadrosunun haber içeriklerini nasıl oluşturduğu kıyaslanmış, yayıncılık açısından ne gibi değişiklikler olduğu tespit edilmiştir. Bu kıyaslamada iki dönem için de aynı başlıklı konular seçilerek eleştirel söylem çözümlemesi yapılmıştır. Çalışmada 2017 yılı ile 2019 yılı içerisinde gerçekleşen tipik ve önemli bazı olaylar ele alınmıştır. Başta ekonomik gelişmeler olmak üzere, seçim süreçlerinde yapılan haberler ile yol, tünel çalışmalarını içeren yatırım haberleri dikkate alınarak toplam 33 adet haber üzerinde eleştirel söylem analizi uygulanmıştır.

3.5. Varsayımlar/Hipotezler

Araştırmanın hipotezini CNN Türk Televizyonunun sahiplik yapısında meydana gelen değişikliğin haber içeriklerini ne kadar etkilediği oluşturmaktadır. Doğan grubu ile Demirören grubu arasında editoryal kadro ve mülkiyet ilişkisi göz önüne alınarak medya metinlerine olan yansıması incelenmiştir.

Bunun yanında kuruluşundan beri muhalif bir çizgi izleyen CNN Türk Televizyonunun el değiştirmesinden sonra hükümete yakın haber içerikleri üretmesiyle, özel bir haber kanalının editoryal sürecinde meydana gelen değişiklik ifade edilmiştir.

3.6.. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni televizyon haberleri olarak seçilmiştir. Örneklem olarak ise sahiplik yapısı el değiştiren CNN Türk TV tercih edilmiştir. CNN Türk uzun yıllar Doğan Grup bünyesinde muhalefet olarak yayıncılık yapmaktayken sahiplik yapısının değişmesinin ardından hükümete daha yakın bir görüşe sahip olan Demirören Grubuna geçmiştir.

3.7. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada eleştirel söylem analizi yöntemi tercih edilmiştir. İncelenen ana haber bültenlerinde haber aktörlerine, temsil edilen kimliklere, haber metinlerinde kullanılan dile, cümle yapılarına, spikerin ifadelerine, haber başlıkları ve k j ler incelenmiştir. Verilere ulaşmak için Van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi kullanılmış, belirlenen ana haber bülteni arşivine ulaşılmış ve belirtilen özelliklerde incelenmiştir.

Çalışmanın başında araştırmanın kavramları olan eleştirel ekonomi politik ele alınırken Marksist görüşlere ağırlık verilmiş, Hermen ve Chomsky'nin propaganda modeli, Althusser'in İdeolojik aygıtları ve Gramsci'nin Hegemonya kuramı çerçevesinde oluşturulmuştur.

3.7.1. Eleştirel Söylem Çözümlemesi

Eleştirel Söylem çözümlemesi 1960'larda geliştirilmiş, bu tarihe kadar medya metinlerinin çözümlemesinde içerik çözümlemesi tekniği tercih ediliyordu. İçerik çözümlemesi metinlerde nicel bir yol izlerken, anlatı yapısı ve anlam örgüsüyle ilgilenmiyordu. Bunun üzerine söylem çözümlemesi geliştirilerek metnin anlam olarak incelenmesi başlamıştır. (Güngör,2016, s.256)

Bir metnin arka planında saklı olan inançları ortaya çıkarılmaya çalışılır. Tutum ve eylemlerimizi açığa çıkarmayı sağlayan söylem çözümlemesi tarihi ve sosyal bir bağlam içinde değerlendirilmektedir. (Ülkü, 2004:385)

Eleştirel söylem çözümlemesi, söylem pratikleri ile olaylar ve metin arasında bağlantı kurarken kültürel yapılar, ilişkiler ve süreç arasındaki neden- sonuç ilişkisini araştırır. Olaylar ile metin arasındaki ilişkinin nasıl oluştuğu, iktidar ilişkilerinin ideolojik olarak nasıl ortaya çıktığı, söylem ve toplum arasındaki bağın oluşmasını inceler. (Durna, 2010, s.59)

Haber söylemi zamansal bir sıralamaya değil, bağıntıya dayalı, kategorisel ve en önemlinin en üstte verildiği bilgi olarak yer alır. Haber söyleminde özel bilgi verme, zıtlıklar açıklama, genelleme, zamansal, nedensel ve koşulsal olan işlevsel bağlar ön planda yer alır. İletişimin alt yapısı olan bilgi ve inançlar, önermeler arasındaki bağlantıyı sağlamada önemli paya sahiptir.(Ülkü, 2004: 377)

Aynı metinleri farklı kişilerin farklı olarak yorumlamasında konu hakkında daha önce edinilmiş bilgi ve inancın etkili olduğunu ifade etse de Van Dijk, yine de sosyal ve politik olayların yorumlanmasında inanç kalıplarının yerleşmesinde medyanın önemli bir payı olduğunu savunur.(Ülkü, 2004: 384)

Eleştirel söylem çözümlemesi metnin anlamını, kullanılan sözcük ve tümceler aracılığıyla inceler. "Dilin görünürdeki anlamlarına bakmakla yetinmez, sözcüklerin, terimlerin, kavramların içerisinde üretildikleri ilişkilere, tarihsel süreçlere, paradigmaya

da bakar.”(Güngör,2016, s.256) Bir anlamda metnin sosyo-politik, psikolojik ve kültürel anlamlarını da açığa vurur.

Eleştirel söylem çözümlemesinin tarihine baktığımız zaman Gramsci, Althusser, Habermas dahil Frankfurt okulu düşünürleri çıkmaktadır. Rızanın örgütlenmesini Hegomanya kuramıyla açıklamaya çalışan Gramsci, gündelik yaşam ilişkilerinin kapitalist toplumsal ilişkileri normalleştirdiğini savunur. Althusser’in ideolojik devlet aygıtları ile ideolojinin kurumlar içinde yerleşmiş olmasını ifade eder.. (Durna & Kubilay, 2010, s. 59)

Metin çözümlemelerinde yararlanılan bir yöntem olan eleştirel söylem çözümlemesi, dilin kullanım şeklinin toplumla diyalektik bir ilişki kurduğunu ifade eder. Bundan dolayı bir dilin sadece yazlı ve sözlü metinlerini incelemeyiz. Bir metnin üretiminde etkili olan toplumsal süreç ve yapılara ve bireylerin metinle ilişkisi sırasında yaratılan toplumsal yapı ve süreçlere ilişkin imaları tanımlar. (Durna & Kubilay, 2010, s.63)

“Bir ideolojinin hakim olduğu toplumda etkili olabilmek için, o ideolojinin kullandığı dile hakim olmak gerekmektedir. Bir konuda sürekli kullanılan bir söylem, kendisinin işaret ettiği ideolojinin yeniden üretilmesine neden olur. Söylem analizinde temel amaç, insanın algılamasının dil ile ifade edilmesi, hal ve tutumlarının açığa çıkarılmasında dilin analiz edilmesidir. Analizde metinlerin semantik ve sentatik yapısı ile dilbilimsel ve sosyokültürel açıdan incelenir.” (Güllüoğlu, 2012, s. 235)

3.7.2. Teun A. Van Dijk Eleştirel Söylem Çözümlemesi

Medya çalışmalarına eleştirel söylem çözümlemesini uyarlayan Van Dijk, Avrupa’daki etnik grupların temsil edildiği haberleri inceleyerek etnik ön yargı ve ırkçılığı yeniden üreterek söylemini yapmıştır. Haberi bir söylem olarak ele alan Dijk, hem metin içeriği olarak hem de yorumlama düzeyinde çözümleme yapmaktadır.

Dijk, haber metinlerini, metinsel ve yapısal açıdan analiz ederken anlama ve üretim düzeylerinde de çözümleme yapmıştır. Dilbilgisel ötesinde bağdaşıklık, haber metinlerinin genel konularıyla beraber şematik ve retorik gibi üst düzey niteliklerini de dahil etmiştir. Van Dijk'e göre söylem bağımsız bir yapıya sahip olmadığı için üretim ve yorumlama aşamalarıyla birlikte değerlendirilmelidir. Bu bakış açısından dolayı Dijk'in çözümlemeyi ele alış biçimi farklıdır. (Ülkü, 2004:374)

Dijk, okurun metin üzerindeki yorumlama becerisini ön plana çıkartıyor, her okurun ya da izleyici kitlesinin metni kendi dünya görüşüne göre anlamlandırıldığını, ideolojik bakış açısı ve bilişsel algısıyla okuduğunu ve bundan dolayı aynı metinden farklı kişilerin farklı anlamlar çıkardığını belirtmektedir.

Üretim süreçleri incelendiğinde ise bir olay gerçekleştiği zaman, olayı takip eden muhabirin zihinsel sürecinden geçerek algı, yorum ve değerlendirmeleri sonunda habere dönüşür. Haber metni gerçek olayın birebir yansıtılmasından uzaklaşır. Medyada yapılan bütün haber üretimleri gerçek olaya dayansa bile gerçek olaydan beslenmiş ve yeniden üretilmiş süreçlerden geçerek oluşturulmuştur. (Güngör, 2016:262)

İdeolojinin söylemde ifade edildiğini yeniden üretildiğini savunan van Dijk, 'Biz ve Onlar' diye iki ayrı grubun birbirlerinin farklı tanıtımları söylem çalışmalarının çıkış noktasıdır. Söylemdeki çatışmanın tarihsel, politik ve sosyal geçmişin anlatan bağlamın, çatışmaların güç ilişkilerinin ve gruplarının çözümlenmesini, 'Biz ve Onlar'a ilişkin olumlu ve olumsuz görüşlerin belirlenmesini, önvarsayılan ve ima edilen bilgilerin açık hale getirilmesini ve kutuplaşmış grupların görüşlerini vurgulayan sözcük seçimi ve sözdizimsel yapının incelenmesini gerektirir.(Ülkü,2004,s: 375-376)

Haberci ile okuyucu arasında haber üretim aşamalarından kaynaklanan bir huzursuzluk yaşanmaktadır. Bu huzursuzluk habere dair eksik bilgilendirmeden, habercinin ideolojik fikrinin egemen olmasından ya da yayın kuruluşunun sahibinin yani medya sahiplerinin çıkarlarına göre üretim yapılmasından kaynaklanır. (Dursun, 2004, s.40)

Buna bağlı olarak bir olayın en önemli konusu olarak sunulan Şey, gazetecinin zihinsel sürecindeki en önemli konudur. Aksi bir bilgi ya da inanca sahip olmayan izleyici, olayı gazetecinin gördüğü ve sunduğu Şekilde kabul etme eğilimindedir. (Ülkü, 2004:374)

Toplumsal iktidarın dilsel söylemler ile kurulduğunu ve yeniden üretildiğini savunan van Dijk, söylemin yapıları ile iktidarın yapıları arasındaki ilişkileri analiz ederek söylemsel iktidar biçimlerini ortaya çıkarır.

Teun A. Van Dijk, söylemin yeniden üretim olduğunu savunduğu için söylemin üretilme pratikleri üzerine yoğunlaşmaktadır. Yeniden üretimin incelenmesinde hangi söylem yapılarına dikkat edildiği önem kazanır. Bir söylem türü olarak haber metinlerinin yapısal özellikleri incelenir. Haber metinleri, haber başlıkları, üst yapılar, dar anlam, stil, söz dizimi, retorik dikkat edilen unsurlardır. (Tomgüshehan, 2017, s,25)

Metinde kavramsal ilişkilerin kurulması, metinle ilgili önceki bilgilerin örtüşmesini gerektiren metin bağdaşıklığı, kişinin bir durumu anlamlandırması, dünyada neler olup biteceği hakkındaki bilgi ve inançlarına bağlıdır. Metini anlamlandırma bilişsel boyutlarda taşımaktadır. (Ülkü, 2004:376)

3.7.2.1. Makro Yapı Analizi

Dijk, Eleştirel Söylem Çözümlemesinde makro yapıyı incelerken tematik ve Şematik olarak ikiye ayırır. Makro çözümlemenin tematik analizinde haberin üst başlığı, başlık, alt başlık, giriş, spot, fotoğraflar incelenir. Haberinin hiyerarşik bir Őemaya sahip olduğunu vurgulayan Van Dijk, her gün yapılan bir iş olması nedeniyle işlevsel bir özellik olarak kabul eder. (Keskin,2004, s.392) En önemliden daha az önemliye doğru bir çözümleme gerçekleştirilir. Bu makro yapılar haberin özeti niteliğindedir.

Şematik analizi ise habere konu olan olay hakkında bilgileri içerir. Haberinin ele alınış biçimi değerlendirilir. Haber kaynakları ile yorum ve açıklamalar dikkate alınır. Ardalan ve bağlam bilgisinde haberinin sosyal ve politik yönü ele alınır. Ardalan

bilgisinde gerçek olayların tarihi ve öncesinde yaşanan gelişmelerin aktarılması olayı netleştirdiği için önem arz etmektedir. Şematik analizde incelenen bir diğer başlıkta haber kaynaklarıdır. Haber kaynaklarına haber metinlerinde sıklıkla yer verildiği görülmektedir. Siyasi parti sözcüleri, milletvekilleri, bakanlar, resmi kuruluş temsilcileri, akademisyenler vb. (İşkar, 2014, s.124)

3.7.2.2. Mikro Yapı Analizi

Mikro yapı analizinde, sözdizimsel yapı, kelimeler arası bölgesel uyum, kelime seçimleri ve retorik çözümlemesi incelenir. Dijk, haberin analizini semantik ve sentatik çözümleme diye ikiye ayırır. Semantik çözümleme yapılırken haber metninde tercih edilen kelime, cümle yapıları ile genel olarak inşa edilmek istenen anlam üzerine odaklanır. Sentatik çözümlemede ise kelimelerin basit/bileşik, etken/edilgen, uzun/kısa oluşlarına bakılarak haberin ideolojik doğası ortaya konur. Ard arda gelen cümle ve cümleciklerin birbiriyle ilişkilerini irdelediği bölgesel uyumu ifade ederken, seçilen kelimeler özelde muhabirin genelde ise gazetenin ideolojini yansıtır.(Keskin, 2004, s. 393) Cümle yapılarında özne ve yüklem uyumu incelenir. Haber metninde ikna edicilik özelliğini artıran, olayın taraf ve tanıklarının yorum ve sözel tepkilerinin olduğu dikkate alınır. Olayın gerçekliğini ortaya koyan, sayısal veriler, rakamlar, fotoğraf, grafiklerden oluşan her unsur haber retorliğini güçlendirir. (İşkar, 2014, s.69)

Haber metninde üslup aynı olayın farklı kelimelerle anlatılmasıdır. Üslup seçimleri sosyal ve ideolojik etkileri açığa çıkarır. Haber aktörleri ve olayları, sosyal iletişimsel durumlar ve gazetecinin fikirleri hakkında bilgi verir. Böylece anlamlar, fikirler ve ideolojiler hakkında da ipuçları verir. Haberde tercih edilen cümlelerin uzun ya da kısa, etken ya da edilgen veyabasit ya da bileşik olması haberin ideolojik yapısını ortaya koyar. Van Dijk, söylem çözümlemelerinde söylem ile ideoloji arasındaki ilişkiyi inceler.

3.8. Bulgular ve Yorum

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular örnekleme dâhil olan CNN Türk TV'nin ana haber bültenlerinin hem Doğan grubu döneminden hem Demirören grubu döneminden benzer konu başlıklı haberlerin eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle elde edilmiştir. Bunu yaparken belli bir tarih aralığından ziyade konu olarak tipik ve önemli başlıklar tercih edilmiştir.

Çalışmada haberlerin eleştirel söylem çözümlemesi yapılmış, kıyaslamalı olarak değerlendirilmesi dördüncü bölümde ifade edilmiştir.

3.8.1. Haber Metinlerinin Eleştirel Söylem Çözümlemesi

Bu kısımda haberler konu başlıkları olarak ayrılmış, ekonomi, yatırım ve siyaset haberleri adı altında analizler yapılmıştır. Ekonomi haberlerinde 10 ayrı konu başlık altında 22 tane haber çözümlemesi yapılmıştır. Bunlar;

1.Orta Vadeli Plan ile Yeni Ekonomi Programı Haberi Kıyaslaması

2. Dolar Kuru Haberi Kıyaslaması

3.Cari Açık Haberi Kıyaslaması

4. Faiz Kararı Haberi Kıyaslaması

5.Büyüme Haberi Kıyaslaması

6. Gıda Fiyatları Haberi Kıyaslaması

7. Turizm Haberi Kıyaslaması

8. Açlık ve Yoksulluk Sınırı Haberi Kıyaslaması

9. Gümrük Vergisi Sıfırlandı Haberi Kıyaslaması

10. ÖTV ve KDV İndirim Haberi Kıyaslaması

Yatırım haberlerinde 3 konu başlığı altında 7 tane haber çözümlemesi yapılmıştır.

Bunlar;

1. Avrasya Tüneli ile Marmaray Banliyö Hattı Haberi Kıyaslaması
2. Yeni Havalimanı Haberi Kıyaslaması
3. Galataport Projesi Haberi Kıyaslaması

Siyaset haberlerinde 2 konu başlığı altında 4 tane haber çözümlemesi yapılmıştır.

Bunlar;

1. 28 Şubat Haberi Kıyaslaması
2. Referandum Haberi Kıyaslaması

3.8.2. Ekonomi Haberleri Eleştirel Söylem Çözümlemesi

Ekonomi haberleri kapsamında eleştirel söylem çözümlemesi yöntemi ile 10 ayrı başlıkta 22 haber incelenmiştir.

3.8.2.1. 11 Ocak 2016 Orta Vadeli Plan (OVP) Haberi ile 20 Eylül 2018 Yeni

Ekonomi Programı (YEP) Haberinin Kıyaslaması

11 Ocak 2016 Orta Vadeli Plan Haberi:

Orta vadeli planın açıklandığı bu haberin sunumunda kişi başına düşen milli gelir de bir yanılma yapıldığı şeklinde algı oluşturulmaya çalışılmıştır. ‘O iş öyle değil’ ifadesiyle hükümetin uyguladığı politikalara olan güveni sarsıcı, arka planda farklı hesaplar yapılıyor şeklinde düşündürten bir söylem üretilmiştir. 2008’den bu yana kişi başına düşen milli gelirimizin aslında düştüğü belirtilmiştir. Bu bilgilerin ardından orta vadeli program hakkında bilgiler verilmiş ancak yapılan zamlar sonucu vatandaşın daha çok

harcaması vurgulanmış, bu sayede ekonominin bir parça büyüyeceği üzerine yeniden söylem üretilmiştir.

Haberin sunumuna bakıyoruz: *“Türkiye 2018’e kadar ekonomide nasıl bir yol haritası seyredecek, bugün Mehmet Şimşek kameraların karşısına geçti. Tek tek anlattı tabi verilerde rakamlarda şunu görüyoruz, hep bizde kişi başına düşen milli gelir tl üzerinden veriliyor yükselmiş görünüyor ya o iş öyle değil. TL dolar karşısında değer kaybettiği için dolar olarak baktığımızda 2013’ten bu yana aslında 2008 krizinden bu yana hep peyder pey düşmüş, kişi başına düşen milli gelir. Şimdi asgari ücrete zam yapıldı, fiyatlar ücretler yukarı gelecek biraz. Hükümetin beklentisi bu, dolayısıyla vatandaş harçayacak. Harçayarak ekonomi bir parça büyüyecek, orta vadeli planda bir de trafik sigortası, bireysel emeklilik... bu konularda köklü yenilikler planlanıyor.”*

Üst sese baktığımızda OVP’ye göre yapılan açıklamaların yanında planda yer verilmeyen bilgilerde eklenmiş. *‘Satın alma gücü paritesine göre milli gelir açıklamaktan vazgeçti, GSYH 77 milyar dolar azalarak’* ifadeleri programın içeriğinde yer almadığından editoryal bir katılımın göstergesi olarak kabul edilebilir. Bunun yanında yıllara göre milli gelir kıyaslaması yapılmış, programda yer almayan 2013 yılı verisi olan 813 milyar dolarlık milli gelire program çerçevesinde ancak 2018 yılında ulaşılacağı ifade edilmiş, olumsuz bir tablo oluşturularak yeniden söylem üretilmiştir.

Üst ses: *“Yenilenmiş orta vadeli plan açıklandı. Buna göre büyüme 2015 yılında bir önceki planda öngörülenin üzerine çıkarılarak %4 olacak. Büyüme 2016 yılında %4,5, 2017 ve 2018 yılında %5 olacağı tahmin ediliyor. Hükümet bir önceki planda yaptığı satın alma gücü paritesine göre milli gelir açıklama tavrından vazgeçti. Buna göre 2015 yılında GSYH 77 milyar dolar azalarak 722 milyar dolara inecek. Milli gelir 2016’da 736, 2017’de 796 milyar dolara ulaşacak. Milli gelir 2013 yılında tarihi rekor olan 813 milyar dolarlık büyüklüğü ise 2018 yılında 854 milyar dolarla aşabilecek.”*

Haberin devamında kişi başına düşen milli gelir rakamlarına yer verilmiştir. '10 milyon doların altına iniliyor ve 2 yıl boyunca burada kalınıyor' ifadesiyle olumsuzlayan söylem üretilmiştir.

"Plana göre kişi başına gelirden 2015 yılında 10 milyon doların altına iniliyor ve 2 yıl boyunca burada kalınıyor. Kişi başı gelir ise 2015 yılında 9 bin 286 dolara, 2016 yılında 9 bin 364 dolara inecek. Hükümetin tahmini 2017 yılında kişi başına gelirin yeniden 10 bin doları aşarak 10 bin 20 dolara, 2018 yılında 10 bin 659 dolar olacağı yönünde."

Dijk'e göre haberin inandırıcılığını artırmak için sayısal veriler, rakamlar, yapılan alıntılar, röportajlardan oluşan haber retoriği haberin mikro yapısının öğeleridir. (İşkar, 2014, s.69)

Haberin devamında enflasyon konusuna yer verilmiş, Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek'in enflasyonla ilgili olarak *"Enflasyonu düşürmek bizim için çok öncelikli alandır"* açıklaması kullanılarak haberin retoriği güçlendirilmiştir.

Haberde kullanılan sözcük seçimleri mikro analizde sosyal aktörler hakkında toplumda yaygın inanç ve ideolojileri ortaya koyması açısından çözümlemenin önemli kısmıdır.(Özer, 2008:417)

Enflasyon hedefleri yükseltildiği yıllara göre tek tek verilmiş, *'yukarı doğru revize edildi, olması gereken, yarım puan artırılarak'* kelimeleriyle olumsuz bir bakış açısıyla sunulmuştur.

"Enflasyon konusunda hedefler bir önceki yıla göre yukarı doğru revize edildi. Daha önce %6,5 olması gereken 2016 yılı enflasyonu %7,5'e 2017 enflasyonu yarım puan artırılarak %6 olarak açıklanıyor. %5'lik enflasyona 2018 yılında ulaşılması hedefleniyor."

Haberde petrol fiyatlarında görülen gerilemenin cari açığı ve dış ticareti azaltmasını ‘ciddi düşüşler var’ kelimesiyle olumsuz bir algı oluşturarak vermiştir.

“Buna karşın dış ticaret ve cari açık tahminlerinde düşük enerji fiyatlarına bağlı ciddi düşüşler var. Ham petrolün varil fiyatı tahmini 57 dolardan 37 dolara indiriliyor. Böylece cari açığa 2016 yılında 31,7 milyar dolara düşüyor. Cari açığın 2018 yılında da 29,9 milyar dolara düşmesi bekleniyor. Ancak asıl önemli düşüş cari açığın milli gelire oranında bekleniyor. 2015 yılında milli gelirin %4,4 olan cari açığın 2016’da %3,9’a, 2017’de %3,7’ye 2018 yılında ise %3,5’e düşmesi bekleniyor.”

OVP’de dolar tahmini açıklanmadığı halde editoryal bir katılım olarak dolar beklentisi yıllara göre oluşturulmuştur.

“Hükümet orta vadeli planda bir dolar hedefi açıklamıyor. Ancak milli gelir hesabından hükümetin hesaplarındaki ortalama dolar kurunu bulmak mümkün. Buna göre hükümet ortalama dolar kurunu 2016 yılında 2,99 lira, 2017 ortalama dolar kurunu 3,12 lira, 2018 ortalama dolar kurunu 3,24 lira olarak öngörmüş.”

Haberin başlıklarına bakıyoruz:

KJ: Orta Vadeli Plana Göre Büyüme Ve Enflasyon Hızlanacak, Cari Açık Düşecek

Haber başlığı ile belirtilen önerme, açıklayıcı bir şekilde oluşturulmuş ve yerel tutarlılık metine yansıtılmıştır.

Aynı gün Orta Vadeli Plan ile ilgili yapılan bir diğer habere bakıyoruz:

Haberin sunumunda programın içeriğiyle ilgili olarak bilgiler verilirken enflasyon hedefinin düşürülmesi vurgulanıyor. Haberin sunumunda nedensel ve işlevsel ilişkiye dayalı bir anlatım tercih edilmiştir.

“Yeni dönemde 2018’e kadar Türkiye’nin ekonomide hedeflerindedir tanesi enflasyonu düşürmek. Başbakan yardımcısı Mehmet Şimşek açıkladı bugün OVP’yi sunarken basına. Peki, ne yapacak devlet bunun için; bir kere gıda fiyatları bir şekilde denetlenecek, bunun için bir komite kurulacak, bunun dışında bireysel emekliliğe otomatik katılım gelecek diyor Mehmet Şimşek, trafik sigortalarında bir takım değişiklik öngörülüyor, bakalım.”

Trafik sigortasıyla ilgili düzenlemeler ile enflasyon hedefi üzerine kurulu haberde ‘*araç sahiplerinin cebini yakan*’ ifadesine yer verilmiş ve bu konuda düzenleme yapıldığı üzerine Bakan Şimşek’in ifadeleriyle yeniden söylem üretilmiştir. Ayrıca ‘*ayrıntı vermedi*’ kelimesiyle şeffaf olunmadığına dair algı oluşturulmuştur.

Bu haber her ne kadar Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek’in açıklamaları ile oluşturulmuş olsa dahi olumsuzlaştırılarak yayınlanmıştır.

Başbakan Yardımcısı Şimşek’in açıklamasında “*Kaskoyla zorunlu trafik sigortası birleştirilebilir mi veya kasko yapana zorunlu trafik sigortası yükümlülüğü kaldırılabilir mi bunlar yapısal bir çerçevede hazinemiz tarafından çalışılır*” dedi.

Üst sese baktığımızda, “*Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek başta şoför esnafı olmak üzere araç sahiplerinin cebini yakan trafik sigortaları için yeni düzenleme yapılacağını açıkladı ama ayrıntı vermedi.*” ifadeleri yer aldı.

Haberin üst sesinde enflasyon hedefinin nasıl gerçekleşeceği “*%8 dolayındaki enflasyonun nasıl düşürüleceği soruldu*” ifadesiyle vurgulanmış, bunun için gıda komitesinin daha etkili olacağı bakan tarafından belirtilmiştir. Ayrıca Bakan Şimşek’in konuşmalarından “*kısa vadede yukarı doğru baskılar olduğu gerçek*” ifadesiyle olumsuz anlatımla haber retoriği güçlendirilmiştir.

Üst ses: “*Ekonomi yönetimi 2 yıllık hedeflerin belirlendiği OVP hakkında soruları yanıtladı. Enflasyonda hedef %5 seviyesine düşürmek, bakanlara %8*

dolayındaki enflasyonun nasıl düşürüleceği soruldu. Şimşek yapısal reformların yanısıra gıda fiyatlarını kontrol edecek gıda komitesine dikkat çekti.”

Bakan Şimşek'in açıklamaları ise şu şekildeydi, “kısa vadede yukarı doğru baskılar olduğu gerçek. Ama maliye politikasındaki sıkı duruş devam edecek. Gıda komitesini kesinlikle daha işlevsel hale getireceiz, Tarım Bakanımızla görüştük, adım atacaz.”

Haberde ayrıca vergi gelirlerinin beklentinin üzerinde arttığına dair Maliye Bakanının açıklamalarıyla yeniden söylem üretilmiştir.

Maliye bakanı Naci Ağbal'da devletin vergi gelirlerinin 2015'te %15,6 arttığını söyledi. Beklenti 389 milyar liralık vergi geliriyle devletin kasasına tam 407,5 milyar dolar getirdi. Ağbal yeni vergi usul kanunu hazırlığında vergisini ilişkin ispat zorunluluğunun mükellefe yükleneceği haberlerini de yalanladı.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Trafik Sigortası Gündemde

Kj: Şimşek: Trafik Sigortası ile Kasko Birleşir mi, Hazine Müsteşarlığı Çalışma yapacak

Kj: Şimşek, Enflasyonda Düşüş İçin Gıda komitesinin Daha İşlevli Hale Geleceğini Söyledi

Kj: Şimşek: Bireysel Emeklilik Sistemine Otomatik Katılım Getirilecek

Başlık ve kj'lerin metni özetlediği tespit edilmiştir. İzleyicilerin başlıkları okuduğu zaman içeriği anlayabileceği şekilde önermeler tercih edilmiştir. Önermeler açıklama ve belirtme ilişkisini sağlamaktadır.

20 Eylül 2018 tarihli 'Yeni Ekonomi Programı' Haberi:

Haberin girişinde merak edilen bir açıklama olarak verilen Yeni Ekonomi Programının içeriğine yönelik bilgilere ve hedeflere yer verilmiş, daha önce Orta Vadeli Plan adıyla açıklanırken yapılan isim değişikliğinin sebebi ve son olarak bankalarla ilgili yapılan düzenlemeler hakkında bilgi verilmiştir. Haber boyunca etkin bir dil kullanılmış, retorığı güçlendirmek için Ekonomi Bakanı Berat Albayrak'ın cümleleriyle yeniden söylem üretilmiştir.

“Günün en önemli haberlerinden biri. Günlerdir bekleniyordu. Albayrak'ın açıklaması... Yeni Ekonomi Planı... Artık açıklandı. Programda tasarruf tedbirleri ve bankaların yapısıyla ilgili önlemlere vurgu yapıldı. Büyüme, enflasyon, işsizlik ve bütçe hedefleri. Bunların tümü revize edildi.”

Bakan Albayrak'ın konuşmasıyla habere başlandı: *Bu programı 3 ana temel üzerine oturttuk. Dengelenme, disiplin ve değişim*

Berat Albayrak OVP'yi YEP adıyla duyurdu. İsim değişikliğinin nedenini de açıkladı.

Albayrak: “Küresel ve bölgesel ekonomik zorluklara karşılık Türkiye'nin tüm hedeflerinin güçlü bir şekilde yürümesini sağlayacak ekonomik bir program arzuladık. Bu amaçla adına ‘YEP’ dedik.”

Haberin devamında Bakan Albayrak'ın açıklamalarıyla programdaki ekonomik hedeflere yer verildi. Büyüme beklentilerinin gerçekleşmesi ve sürdürülebilir olması için *‘sağlam temeller üzerine inşa etmek’* cümlesiyle güçlü bir Türkiye algısı oluşturulmak istenmiştir.

“2019 GSYH büyümesi beklenti noktasında %2,3, 2020 yılında %3,5, 2021 yılından itibaren %5 büyümeyi sağlayarak, büyümeyi bu şekilde sürdürülebilir kılmak sağlam temeller üzerine inşa etmek temel amacımız olacak.”

Habere üst seste Albayrak'ın cümlelerinin kullanılarak devam ediliyor.

Üst ses: *Bakan Albayrak cari açıkta düşüşün devam edeceğini söyledi bu kapsamda öncelikli yatırım alanlarını da açıkladı. “İlaç, ara ürün, kimya, petro kimya, enerji, makine ve teçhizatla birlikte yazılım sektörleri bu mücadelenin öncelikli yatırım alanlarıdır.”*

Üst ses: *YEP’te kamuda tasarruf tedbirleri öne çıktı.*

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Yeni Ekonomi Programı

KJ: Ekonomik Beklentiler Güncellendi

Başlık ve kj’lerin metni özetlediği tespit edilmiştir. İzleyicilerin başlıkları okuduğu zaman içeriği anlayabileceği şekilde önermeler tercih edilmiştir. Önermeler açıklama ve belirtme ilişkisini sağlamaktadır. ‘Yeni Ekonomi Programı’ başlığı izleyicinin bildiği varsayılan bir durum önermesidir. Haber sunumu olan ikinci önerme daha çok bilgi içermektedir. İlk önerme küresel tutarlılığı sunarken, ikinci önerme ile durum ilişkisi içerisinde yerel tutarlılığı sunar.

YEP’le ilgili aynı gün yapılan bir diğer haberde iş dünyasının yorumlarıyla ilgiliydi:

Haberin içeriğinde iş dünyasından kişilerin görüşlerine yer verilerek olumlu ifadelerle yeniden söylem üretilmiştir. Haberin odak noktasına, programın hedeflere ulaşacağı, ayakları yere basan, uygulanabilir, iyi çalışılmış olduğu yerleştirilmiştir.

Spiker, “İş dünyası temsilcileri planın ayakları yere basan ve iyi çalışılmış olduğu konusunda hem fikir.”

Üst seste Bakan Albayrak’ın ‘*dengeleme, disiplin ve değişim*’ ifadeleri yinelenerek habere giriş yapılıyor.

Üst ses: *İş dünyasında dengelenme, değişim ve disiplin sloganıyla hazırlanan 3 yıllık yol haritası, Yeni Ekonomi Planının açıklanmasının ardından peş peşe açıklamalar gelmeye başladı.*

BDDK başkanı Mehmet Ali Akben, programdan sonra bankacılık sektöründe alınan tedbirlerle ilgili konuştu: Enflasyon hedeflemesi, mali disiplin ve bankacılık sektörü açısından bakıldığında inşallah bu programın uygulanmasıyla önümüzdeki hedeflere daha sağlıklı bir şekilde gideceğimizi düşünüyorum.

Piyasanın beklentilerle paralel gelen program için dış ekonomik ilişkiler başkanı Nail Opak ise ayakları yere basan, altı doldurulmuş hayali olmayan yeni bir ekonomi programı ile karşı karşıya olunduğunu söyledi: Büyüme ve enflasyon rakamlarında da olabildiğince gerçekçi davranılmış, bu yönüyle bakıldığında hoşumuza gidip gitmemesi değil uygulanabilir olması bizim açımızdan önemliydi.

Sanayici ve iş adamları derneği başkanı Abdurrahman Kaan, YEP'İN çok iyi çalışılmış bir program olduğunu belirterek, önümüzdeki süreçle ilgili her türlü değerlendirmenin yapıldığını görüyoruz dedi: Aynı zamanda sanayici kesimi olarak ta tekrar işsizlikle ilgili çalışmaya devam edeceğiz, büyümeye, üretmeye, katma değerli üretmeye devam edeceğiz diyorum.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: İş Dünyası YEP'i Yorumladı

KJ: "Ayakları Yere Basan, Gerçekçi Bir Plan"

Haber başlığı metni özetlemiştir. Birinci önermede genel bir önerme olarak küresel tutarlılık sunulmuştur. İkinci önerme daha açıklayıcı, bilgi verici olmuştur. İkinci önerme birinci önerme durum ilişkisi içerisinde yerel tutarlılık sunmaktadır.

3.8.2.2. 28 Kasım 2016 Tarihli ‘Bir Süre Sonra Düşer’ Haberi ile 13 Ağustos 2018 Tarihli ‘Hafızamı mı Okuyorsunuz’ Haberinin Kıyaslanması

28 Kasım 2016 Tarihli ‘Bir Süre Sonra Düşer’ Haberi:

Haberin sunumunda umutsuz bir hava oluşturulmuş, ‘*ne olacak bu doların hali*’ sözüyle şikayet eder gibi ifade kullanılmış. Hükümet sözcüsü Numan Kurtulmuş’un sözleri ile ‘çok da önemli değil’ algısı yaratarak yeniden söylem üretmiştir. Her ne kadar hükümet kaynaklı açıklamalara yer verilsede olumsuzlaştırarak haberleştirilmiştir.

Haber metninde kullanılan sözcük seçimleri sosyal aktörler hakkında toplumda yaygın inanç ve ideolojileri ortaya koyması nedeniyle çözümlemenin önemli bir kısmını oluşturur. Haberci, muhabir ya da editörün dünya görüşünü yansıtır. Sözcük seçimi anlamın oluşmasında etkili olduğu için izleyici/okuyucuya genel bir çerçeve sunar (Özer, 2008: 417)

Sunum ifadeleri şu şekildedir:

Ne olacak bu doların hali.. Hükümet sözcüsü Numan Kurtulmuş, Bakanlar Kurulu sonrası ‘e yükselir yükselir bir yerden sonra düşer’ dedi

Haberin 2. Sunumunda ise ‘Türk lirası değer kaybediyor’ ifadesi ile olumsuz bakış açısı ile oluşturulmuştur.

2. sunum ifadeleri:

Türk lirası dolar karşısında değer kaybetmeye devam ediyor. Gerçi hükümet sözcüsü Numan Kurtulmuş, ‘yükselir yükselir bir yerden sonra düşer’ dedi ama devletin atacağı bazı adımlar olduğunda anlıyoruz.

Habere Kurtulmuş’un sözleri ile başlanıyor: *Lirayı özendirmek için somut planlarımız var.*

Haberin üst sesinde kullanılan kelimelere baktığımızda, ‘ard arda tarihi rekorlar, hükümet kolları sıvadı, dolar karşısında değer kaybeden Türk lirası, yeni çareler, ekonomi sağlamlaştın diye’ ifadeleri ile Türk lirasının kaybettiği değerini arttırmak için hükümetin adımlar atacağı şeklinde yeniden söylem üretilmiştir.

Üst ses: *Dolar kuru ard arda tarihi rekorlar kırınca hükümet kolları sıvadı. Dolar karşısında değer kaybeden Türk Lirasını özendirmek, piyasada dolar alımını azaltmak için yeni çareler aranıyor.*

Haberin devamında hükümetin planları hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Haber içeriği hükümet sözcüsü Numan Kurtulmuş’un ifadeleri ile oluşturulmuş, odak noktası olarak Türk Lirasının değer kaybetmesi ve bunun için atılacak adımlar hakkında yeniden söylem üretilmiştir.

Haberde verilen Numan Kurtulmuş’un ifadelerine baktığımızda, ‘Türkiye’nin bu anlamda yapmış olduğu ticaretin, ödemelerin Türk parası ile yapılmasını sağlayacak girişimlerde bulunuyoruz.’

Haber içerisende yer verilen ‘ekonomi sağlamlaştın’ ifadesi ile ekonominin temellerinin sağlam olmadığı ve bunun için gerekli önlemler olarak yapılan çalışmalar hakkında bilgi verilmiştir.

Üst ses: *Ayrıca ekonomi sağlamlaştın diye bir süre önce genel çerçevesi çizilen ve özellikle Doğu ile Güneydoğu Anadolu’yu kapsayan cazibe merkezleri ile yabancı yatırımcıya vatandaşlık hakkı tanıyan Turkuaz kartın bir an önce hayata geçmesi için çalışmalar hızlandı.*

Hükümet Sözcüsü Kurtulmuş, “Mesela cazibe merkezleri üzerinde Türkiye’de üretim ekonomisini arttıracak, Türkiye’nin bölgesel kalkınmasına katkı sunacak..”

Kriz iddialarına da yanıt verdi Kurtulmuş:

Şunu Türkiye ekonomisi test etmiştir. Çok şükür 2008, 2009 dönemindeki büyük krizlere rağmen Türkiye ekonomisi bundan etkilenmemiştir. Kimse endişelenmesin, Türkiye ekonomisi endişe edilecek bir noktada değildir.

Kurtulmuş'un ifadelerinde Türkiye ekonomisinin güçlü olduğuna ve endişe edilecek bir şey yok diyerek bir güven unsuru barındırdığı halde, üst seste dolar kuru için 'yeni rekorlar ve düşecek mi' soruları ile yüksekliği bir kez daha vurgulanmıştır.

Üst ses: *Peki doların seyri ne olacak, yeni rekorlar mı kıracak yoksa düşecek mi?*

Kurtulmuş yapmış olduğu açıklamasında dolardaki seyrin ABD'deki başkanlık seçimlerinden kaynaklandığını belirtmiştir.

'Türkiye ekonomisi bir takım yapısal zaafiyetler gösterdiği için döviz dalgalanıyor diye değildir. Ağırlıklı olarak ABD'deki başkanlık sistemi. Öyle olduğu için biz açıkcası oldukça iyimseriz.

Ekonomik Kriz iddiaları başlığı ile 3. sunumda tekrar 'ne olacak bu doların hali' sözünü vurgulayarak daha yüksek sesle ifade etti. Kurtulmuş, Türk ekonomisi endişe edilecek bir noktada değildir, yükselir yükselir sonra düşer dedi.

Haberin Başlık ve KJ'lerine bakıyoruz:

Başlık: 'Bir Süre Sonra Düşer'

Başlık: Doların Tarihi Rekoru

KJ: Kurtulmuş: Lirayı Özendirme Planımız Var

Bu haberin başlığı izleyici tarafından bilindiği farzedilen bir durum önermesidir. Bu önerme ile metne küresel tutarlılık katılıyor. Haberın sunumunda 'ne olacak bu doların hali' önermesi ile birinci önerme ile arasında yerel tutarlılık ilişkisi kurulmuştur.

Dijk'e göre yerel ve küresel tutarlılık, anlamı tanımlamak için kullanılan önemli bir kavram, bir cümleınin kavramsal anlam yapısı olarak tanımlanan bir

önermedir. Metin semantiğinde incelenen önemli kavramlardan biri metnin yerel tutarlılığıdır. Önergelerin birbirine bağlı olup olmadığını inceler. Yerel tutarlılığın en önemli özelliklerinden biri, metin önergelerinin zaman, durum, sebep ve sonuç gibi ilişkilerle birbirlerine bağlı olaylara atıfta bulunmalarıdır. (Tomgüshehan, 2017)

13 Ağustos 2018 Tarihli 'Hafızamı mı Okuyorsunuz' Haberi:

Başlıklar haberin en dikkat çekici kısmıdır. Haberin okunma ya da izlenme ihtimalini artırır. Haber içeriğinden önce haberin başlığı okunmakta, okuyucunun dikkatini çektiği takdirde devamı takip edilir. Başlık ana olay ve içeriğe ilişkin ipuçları vermektedir. Başlıklarda kullanılan durum tanımlama, ana olaya ilişkin yargılar ve haber aktörlerinin açıklamaları olarak belirlenir. Başlıktaki eksiltilmiş bilgi, neyin haber verildiğinin, ne söylendiğinin veya anlaşılmasının zorlaştırıldığı haberin izlenmesi konusunda yönlendirme etkisine sahiptir. (Doğan, 2009, s.301)

Etkin bir dilin kullanıldığı haberde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın hem döviz konusunda hem de farklı konularda yaptığı açıklamalar ile beraber verilerek yeniden söylem üretilmiştir. Bu tarihte dolar kuru 6,76 seviyelerine kadar yükseldiği halde rakam olarak haberde hiç bilgi yer almamıştır.

Haberin sunumuna baktığımızda döviz kurundaki yüksek seyrin 'dövizdeki hareketlilik' olarak ifade edilmiş, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın açıklamaları haber kaynağı olarak kullanılmıştır.

Dövizdeki hareketlilik konusunda Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sözleriyle başlıyoruz. 'Kur ekonomi kuralları içerisinde makul seviyesine en kısa zamanda oturacaktır' dedi. Büyükelçiler konferansı katılımcılarını kabul eden Erdoğan, sermayeye el konulacaktır iddialarına da sert yanıt verdi. Bunlar ihanet şebekesi, bu tür spekülasyonları

yapanlara gereken bedeli ödeteceğiz dedi. Cumhurbaşkanı ardından Amerikan Başkanı Trump'a da yüklendi.

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Büyükelçiler Konferansı'nda yaptığı açıklamalar ile haber oluşturulmuştur. Dolar kuruna rakamsal ifade olarak hiç değinilmeyen haberde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın bu konudaki açıklaması ile söylem üretilmiştir.

Erdoğan'ın açıklaması:

'Kur böyle oldu demek suretiyle battık, bittik.. böyle bir şey yok. Ekonominin kuralları içerisinde makul seviyesi neyse en kısa zamanda mutlaka oraya oturacaktır'

Haberin üst sesinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sözleri yinelenmiş, ekonomik temellerin sağlam olduğu vurgusu yapılmıştır.

Üst ses: *Cumhurbaşkanı Erdoğan ekonomide kuşatma ile karşı karşıyayız dedi. Kuldaki hareketliliğin ekonominin gerçekleri ile bağdaşmadığının altını çizdi. Bir kez daha temellerimiz sağlam vurgusu yaptı. Serbest piyasa ekonomisinin kurallarından asla taviz vermedik, vermeyeceğiz. Ne 2001 krizi ile ne 2007 krizi ile ilgisi yoktur. Gerçekten bambaşka bir durumla karşı karşıyayız. Bu atakların farklı biçimlerine karşı da hazırlıklı olmalıyız.*

Haberin Başlık ve KJ'lerine Bakıyoruz:

Başlık: 'Hafızamı mı Okuyorsunuz'

Başlık: Dövizdeki Hareketlilik

KJ: Cumhurbaşkanı: Kur Makul Seviyeye Oturacaktır

Haberin başlığında belirtilen önerme ile spesifik bir önermedir. İzleyici metin ile ilgili bir ilişki kuramamaktadır. Haberın sunumunda İkinci önerme daha detaylı bilgi içermektedir. İkinci önerme ile yerel tutarlılık ilişkisi kurulmuştur.

3.8.2.3. 14 Şubat 2017 Tarihli ‘Cari Açık’ Haberi ile 11 Mart 2019 Tarihli

‘Cari Açık’ Haberinin Kıyaslanması

14 Şubat 2017 Cari Açık Haberi:

Cari açık haberinden önce ana haber bülteninde döviz kurunun yükselmesiyle ilgili haber verildi. Ardından cari açığa meydana gelen düşüş ile döviz kurundaki yükseliş arasında ardalın ve bağlam ilişkisi kurulmuştur. Haberi retorik açıdan incelediğimizde sayısal verilerin ön planda tutulduğunu görüyoruz.

Haberin sunumu:

‘Piyasada böyle bir şey. Döviz yukarı gidince cari açık aşağıya düşüyor. Cari açığa doların etkisini görüyoruz.’

Haberin içeriğinde etkin bir dil kullanılmış ve cari açık rakamları detaylı olarak verilmektedir.

“Cari açık Aralık ayında 4,2 milyar dolar ile beklentilerin altında geldi. Böylece yılın tamamında cari açık 2015’in çok az üzerinde 32.6 milyar dolar oldu. 2015 yılında 32.1 milyar dolar olmuştu.

Türkiye 2016 yılında 150.2 milyar dolarlık ihracat, 191 milyar dolar ithalat gerçekleştirdi. Böylece mal dengesi yani ithalat ile ihracat arasındaki fark 40.7 milyar dolara indi. 2015 yılında dış açık 48 milyar dolar olmuştu.

Gelir kalemlerinde en büyük düşüş hizmet gelirlerinde görüldü. Turizmdeki gerilemenin etkisiyle hizmet gelirleri 9.3 milyar dolar azaldı. 2015 yılında 46.5 milyar dolar olan Türkiye’nin hizmet gelirleri geçen sene 37.2 milyar dolara geriledi. Hizmet giderleri ise 21.8 milyar dolar oldu.

Ülkeye doğrudan gelen yatırımlarda da 5 milyar dolarlık bir düşüş yaşandı. 2015 yılında 17.5 milyar dolar olan doğrudan yatırımlar 2016'da 12.1 milyar dolara indi.

Merkez Bankasının nerden geldiğini bulamadığı kaynağı belirsiz para girişi ise bir önceki yıla göre küçük bir artışla 11.1 milyar dolar oldu.”

Haber başlığına bakıyoruz:

Başlık: Cari Açık

KJ: 2016'da Açık 32.6 Milyar Dolar Oldu

Haber başlığı izleyici tarafından bilinen bir durum önermesidir. İkinci önerme, 'Döviz yukarı gidince cari açık aşağıya düşüyor' sunum ifadesiyle birinci önerme ile ilgili açıklama yapılmıştır. Önergeler birbirine açıklama, betimleme ilişkisiyle bağlanabilmektedir. İki önerme arasında sebep- sonuç ilişkisi kurularak metin yerel tutarlılığı sağlanmıştır.

11 Mart 2019 Tarihli Cari Açık Haberi:

Haberde spiker etkin bir cümle yapısı kullanmış, cari açığın azalmasını 'önemli ölçüde' kelimesiyle güçlendirilerek olumlu bir etkiyle verilmiştir.

“Merkez bankası Türkiye'nin cari açığının önemli ölçüde azaldığını açıkladı. Son 12 aylık verilere göre ithalat düştü ihracat arttı. Altın ve enerji hariç cari denge ise 24 milyar dolar fazlaya işaret etti.”

Üst sese baktığımızda ise yine etkin bir cümle yapısıyla karşılaşıyoruz. Dengelenme sürecinin devam ettiği söylemiyle ekonomide işler yolunda mesajı verilmek istenmiş. Güncel verilerin de olumlu havayı desteklediği ifade edilmiştir.

Haberde bölgesel uyum, metni oluşturan cümleler nedensel, referansal ve işlevsel ilişkiler çerçevesinde değerlendirilir. Ardı ardına gelen cümleler arasındaki nedensel bağlam, işlevsel ilişkide genel ifadeli bir cümlenin bir sonraki cümlede açıklanıp açıklanmadığı, referansal ilişkide ise bir cümlede yer alan kavram ile sonraki cümle arasında bağ kurulup kurulmadığına bakılır. (Tomgüshehan, 2017)

Üst ses:

“Ekonomide dengelenme süreci devam ediyor. Güncel veriler de bu eğilimin sürdüğünü teyit ediyor. Cari işlemler açığı önceki yıla göre 6,2 milyar dolar azaldı. Açık Ocak ayında 813 milyon dolara düştü. Bunun sonucunda geçen yıl 60 milyar dolara yaklaşan 12 aylık cari işlemler açığı 21,5 milyar dolara kadar geriledi. Cari açığın düşüşünde ihracatın artışı öne çıkıyor. İthalat düşerken ihracat artıyor. Altın ve enerji hariç kalemde ise 2,9 milyar dolar cari fazla var. Ekonomistlerin çekirdek gösterge olarak izlediği altın ve enerji hariç cari denge 2018 Ocak ayında ise 6 milyar dolara işaret ediyordu. Şimdi bu rakam artıya döndü. Altın ve enerji hariç cari denge toplam 2.4 milyar dolar fazla verdi.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Ekonomide Dengelenme

KJ: 12 Aylık Cari Açık 12,5 Milyon Dolara düştü

Haberin başlığı anlaşılmasını zorlaştıran bir önermedir. Ekonomide Dengelenme’ başlığı içerikle ilgili bir anlam ifade etmede izleyiciye ipucu vermemektedir. Haberin sunumu olan ikinci önerme daha fazla bilgi içermekte, daha açıklayıcı ve betimleme işlevi görmektedir. Böylece metinde yerel tutarlılığı sağlamaktadır.

3.8.2.4. 16 Mart 2017 Tarihli ‘Merkez Faiz Kararı’ Haberi ile 13 Eylül 2018

Tarihli ‘Merkez Bankasından Rekor Faiz Artış’ Haberinin Kıyaslaması

16 Mart 2017 Merkez Faiz Kararı Haberi:

Haberin sunumunda dolar kurunu düşürmek için Merkez Bankasının faiz oranlarını arttırdığı yönünde eleştirel bir söylem üretilmiştir.

“Merkez bankasının faiz kararı bekleniyordu, ne karar verdi merkez bankası. Faizi artırmadı da arttırdı aslında. Temel iktisat tabii faiz artınca ne oluyor dolar düşüyor.”

Haberin devamında Amerikan Merkez Bankası FED ile bağlantı kurulmuş, politika faizinde değişiklik yapılmadığı, geç likidite penceresinde yapılan %0,75’lik artış ile FED’in faiz artırımı planına uygun olduğu sinyali verilmiştir. FED’in faiz kararının ardından dolar kurunda düşüşü geç likidite penceresine yapılan faiz artırımında etkili olduğu yorumu yapıldı.

“Amerikan Merkez Bankası FED faiz kararı sonrası gözler bu kez para politikası kurulundaydı. Merkez Bankası politika faizini değiştirmede, %8’de tuttu. Faiz koridoru da %7,25 %9,25 bandında kaldı. Geç likidite penceresinde yarım puanla 1 puan arasında artış bekleniyordu. Merkez Bankası tek faiz artırımını bu pencerede yaptı ve beklentilere uygun olarak faizi %0,75’lik arttırdı. Böylece geç likidite penceresinde faiz %11’den %11,75’e yükseldi.

Merkez Bankası son 3 aydır fonlamayı bu pencereden yapıyor. Bankalar gün sonunda bu pencereden borçlanabiliyor. Piyasada oluşan faizde böylece 10,82 ile 5 yılın en yüksek seviyesinde seyrediyor. Şimdi piyasa faizi %11’in üzerine çıkabilir.

Amerikan Merkez Bankası faizi çeyrek puan artırdı ve bundan sonra 2 faiz artırımını mesajı verdi. Uzmanlar eğer FED 4 kez faiz artırımını sinyali verseydi ayarlama yeterli olmazdı diyor.

FED sonrası 3,67 liraya inen dolar üzerinde merkez bankası kararının da pozitif etkisi oldu. Kur gün içinde 3,63 seviyelerine kadar indi.”

Para politikası kurulu sonrası yapılan açıklamada enflasyon görünümünde belirgin bir iyileşme sağlanana kadar para politikasındaki sıkı duruş sürdürülecektir. Merkez bankası döviz kuru hareketliliği ve gıda fiyatlarının etkisiyle enflasyondaki belirgin yükselişin kısa vadede devam edebileceğine de dikkat çekti.

Haberin başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Merkez Faiz Kararı

KJ: Geç Likidite Pencere Faizi %11,75 Oldu

Haberin başlığı izleyicinin bildiği düşünülen bir durum önermesidir. Haberin sunumu olan ikinci önerme daha fazla bilgi içermektedir. İkinci önerme ile yerel tutarlılık sağlanmıştır.

13 Eylül 2018 ‘Merkez Bankasından Rekor Faiz Artış’ Haberi:

Ana haber bülteninde ilk sırada verilmiştir. Haberin sunumunda merkez bankasının rekor faiz artışı adımının Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın açıklamalarının ardından yapıldığı söylemiyle yeniden üretilmiştir. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın bu konudaki hassasiyetiyle merkez bankasının tutumunun arasında bir ilişki kurulmuştur. Sunumda ayrıca Cumhurbaşkanının açıklaması tırnak içinde ifadeyle verilmesinden dolayı, söylemde yoruma yer verilmeden kurumun da yakın bir görüş içinde olduğu ifade edilmektedir. Haberde etkin bir cümle yapısı kullanılmış, olayın merkezinde faiz artışı konusu vardır.

Haberin ikinci sunumunda daha detaylı bilgilere yer verilmiş, %24 oranında bir artış olduğu, gerekirse sıkılaşmaya devam edileceği, enflasyon üzerindeki döviz kurlarının olumsuz etkisinden ve kararın açıklanmasının ardından döviz kurlarında

yaşanan düşüş ve BİST’te meydana gelen artış ile merkez bankasından gelen açıklamalarla yeniden söylem üretilmiştir.

“Ekonominin en önemli gündem maddesi, uzun zamandır bekleniyordu. Merkez bankası nasıl bir karar alacak acaba diye faiz konusunda ve faiz artışı geldi hem de rekor 625 baz puan arttırıldı. Bu ne anlama geliyor ana haber içinde konuşacağız hem de Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın bugün verdiği mesajlar vardı. Zaten bu artış Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın açıklamalarının ardından geldi. Şöyle demişti Cumhurbaşkanı Erdoğan, faiz konusunda hassasiyetim aynı değişen bir şey yok”

İkinci sunum şu şekildeydi: *“Merkez bankasında rekor faiz artışı geldi, 625 baz puan artışla yüzde 24 oranında yükseltti. Açıklamada parasal politikada sıkı duruşa devam mesajı verildi. İç talepteki yavaşlamaya rağmen enflasyonist risklerin ön plana çıktığı kararda gerekirse ilave sıkılaştırma yapılabileceği belirtildi. Kararda enflasyonun üzerinde döviz kurlarının da olumsuz etkisine değinildi. Belirtelim yapılan bu faiz artışı beklentilerin üzerinde. Kararın ardından döviz kurlarında % 4’ün üzerinde bir düşüş oldu. Borsa İstanbul’daki prim % 2’leri buldu.”*

Bu haberin ardından konuyla ilgili olarak Merkez Bankasının faiz kararından önce Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın gerçekleştirmiş olduğu konuşması verilmiştir.

Üst ses: *Cumhurbaşkanının hedefinde hem merkez bankası hem özel sektör bankaları vardı. Merkez bankasının açıklamasından hemen önce konuşmuştu Cumhurbaşkanı ve faiz konusundaki hassasiyetinin de devam ettiğini söyledi ve ekledi, faiz sebep enflasyon netice.*

Habere Cumhurbaşkanı’nın konuşmasıyla giriliyor, *“faiz konusundaki hassasiyetim aynıdır, değişen bir şey yoktur”*

Üst ses: *Cumhurbaşkanı Erdoğan tam da Merkez Bankasının faiz kararı öncesi verdi bu mesajı. Bir kez daha faiz sebep, enflasyon neticedir dedi.*

Haberin gerek sunumunda gerek üst sesinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın, Merkez Bankası kararından memnun olmadığı söylemi üretilmiştir.

“Enflasyonun oranını bankalar belirler mi, ben bugüne kadar merkez bankasının açıklamış olduğu enflasyon oranlarını tutturduğunu görmedim. Tutmaz, tahmin tutmadığı için de bakarsınız yılın bir çeyreğinde ya da ikinci çeyreğinde enflasyon oranı yeniden revize edilir. 16 yıldır bu işin içindeyiz, ya arkadaş hala akıllanmayacak mıyız? Enflasyon işte senin attığın bu yanlış adımlar neticesinde ortaya çıkıyor. Bedelini kim ödüyor, işte karşımdaki millet, esnaf.”

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Merkez Bankasından Rekor Faiz Artışı

Başlık: Erdoğan'dan Faiz Açıklaması

KJ: “Hassasiyetim Aynı, Değişen Bir şey Yok”

Haber başlığı genel bir önerme olarak sunulmuştur. Haberinin sunumu olan ikinci önerme daha fazla bilgi içermektedir. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın açıklamaları ile güvenilir kaynak olarak sunulmuştur. İkinci önerme ile yerel tutarlılık sağlanmıştır.

3.8.2.5.12 Haziran 2017 Tarihli ‘Büyüme’ Haberi ile 11 Mart 2019 Tarihli ‘Büyüme’ Haberinin Kıyaslaması

12 Haziran 2017 Tarihli Büyüme Haberi bakıyoruz:

Haberin sunumunda hükümetin yaptığı vergi indirimleri ve teşvikler sayesinde büyüme oranının beklenmedik bir şekilde arttığı üzerine kurulmuştur. Bunlar sayesinde harcadık ifadesi ile nedensel ilişkiye dayalı bir anlatım söz konusu olmuştur. Ard arda gelen cümleler arasında nedensel bağlam kurulmuştur. “*aslında, beklenmedik, dolayısıyla*” ifadelerine yer verilerek bir şaşkınlık iması ile yeniden söylem üretilmiştir.

“Ekonomiden aslında beklenmedik kadar iyi bir haber geldi. Büyüme 2017’nin başında hızlandı. İlk çeyrekte Türkiye ekonomisi yüzde 5 büyüdü. Vergi indirimleri malum, teşvikler tüm bunlar iç talebi canlandırdı dolayısıyla harcadık. İhracatta arttık, kamu harcamaları da destek verdi büyüme tahminleri aştı. 2. Çeyrek için de beklentiler olumlu.”

Haberin üst sesine baktığımızda büyümenin beklentileri aştığı haberde 2016 yılında meydana gelen büyümenin 2009’dan bu yana en düşük büyüme oranı olduğu söylemi üretilmiş. Ayrıca hükümetin aldığı vergi ve istihdam teşviklerinin büyüme sağladığı ifade edilmiştir.

Üst sese baktığımızda; *Büyüme tahminleri aştı. İlk çeyrekte %4 civarında beklenen büyüme %5 olarak açıklandı. 2016’nın son çeyreğinde büyüme %3,5 olmuş, yılın tamamında Türkiye ekonomisi %2,9 büyümüşü. 2016’da görülen büyüme 2009’dan bu yana en düşük büyüme olarak kayda geçmişti. %5’lik büyümenin 2,8 puanı yurtiçi talepten. 2,2 puanı net ihracattan geldi. Hükümetin aldığı istihdam ve vergi teşvik kararları büyüme destekledi. Kararlar iç talebi canlandırdı. Kamu harcamaları da büyüme destek verdi. Büyüme iç talepteki canlanmanın yanısıra 1 yıl sonra tekrar artışa geçen güçlü ihracat etkili oldu. Avrupa Birliği ülkelerinde toparlanma ihracattaki olumlu tablonun devamını da sağlıyor.*

Haberde kaynak olarak hükümetin yetkili isimlerinin açıklamalarına yer verilmiş olsa da ‘2.çeyrekte daha da güçlenecek, yatırımların gücü hızlı değil’ ifadeleri ile yapıcı olmaktan uzak anlatım tercih edilmiştir. Haberde sayısal ifadelerle retorik güçlendirilmiştir.

Başbakan yardımcısı Mehmet Şimşek, büyümenin 2. Çeyrekte daha da güçleneceğini belirtti. Hane halkı nihai tüketim harcamaları %5,1 arttı, kamu harcamaları %9,4, gayrisafi sabit sermaye oluşumu ise %2,2 artış gösterdi.

Büyüme verileri içinde yatırımların gücü hızlı değil, Maliye bakanı Naci Ağbal, ilk çeyrekte %2,2 artan yatırımların siyasi, ekonomik istikrarla, krediye erişimde kolaylıklarla daha da hızlanacağını söyledi. Başbakan Yardımcısı Şimşek'te yatırım seferberliğimiz kendini daha güçlü hissettirecek, istihdamdaki toparlanma sürecektir mesajı verdi.

Başbakan yardımcısı Nurettin Canikli, büyüme verileri için ancak şapka çıkartılır dedi. Yılsonu büyüme tahminleri %3,5 civarında. Orta vadeli programda büyüme %4,4 olarak öngörülüyor. Ancak tahminler yılsonu büyümesi %5 civarına çıkıyor yukarı yönlü revize ediliyor.

Haberin başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: İkinci Çeyrekte Büyüme %5

KJ: İç Talep ve İhracat Desteği İle Büyüdük

KJ: Vergi İndi Teşvik Arttı Büyüme Hızlandı

Haber başlığı genel bir önerme olarak sunulmuştur. Başlığın ardından ikinci önerme daha çok bilgi taşımaktadır. İkinci önermede neden sonuç bağlantısı kurulmuş ve metinde yerel tutarlılık sağlanmıştır.

Aynı Gün Verilen Bir Sonraki Haber İş Dünyasının Büyüme Oranlarıyla İlgiliydi.

İş dünyasının büyümeye katılmak için hükümet tarafından gelen teşviklerin devamı şartı aradıkları ve hükümete bir de uyarıda bulduklarını ima eden bir söylemle haber yeniden üretilmiştir. Genel hatlarıyla yapısal reformların gerekliliğinin sıklıkla vurgulandığı bir haber olmuştur.

Haberin sunumuna bakıyoruz:

“Tabi bu %5’lik büyüme iş dünyasını da memnun etti. Teşviklerin, desteklerin devamı gelirse bizimde büyümeye katkımız artacak, sürecektir mesajı verdiler. Bir de hatırlatmaları vardı: Yatırımları arttırabilmek için yapısal reform şart.”

Haberin devamında çok sayıda iş adamının görüşleri alınmış, TİM Başkanı Mehmet Büyükekşi, TÜSİAD Başkanı Erol Bilecik, TÜSİAD Başekonomisti ve Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek’in açıklamalarının yer aldığı bir söylem üretilmiştir. Üst seste ‘ilk çeyrekteki büyümenin %5,3 olduğu hatırlatıldı’ ifadesiyle gerçekleşen büyümenin beklentileri karşılamadığı söylemi üretilmiştir. Sanayi destek ve teşvikler ile büyüme arasında bir neden sonuç ilişkisi kurulmuştur.

“Türkiye ekonomisi yılın ilk çeyreğinde %5 büyüdü tahminleri aştı. İş dünyası veriyi hayli olumlu karşıladı. İstanbul Sanayi Odası Başkanı, ilk çeyrekte sanayide büyümenin %5,3 olduğunu hatırlattı, sanayi teşvik ve desteklerin hakkını vererek ilk çeyrek büyümesinin motoru oldu.”

Haberin devamında büyümede ihracatın payı üzerinde durulmuş, verilen desteklerin devamı olursa dış ticaretin büyümeye daha fazla katkı sağlayacağı söylemi oluşturulmuştur.

“İhracattaki artış ise %10,6 yı buldu. TİM başkanı Mehmet Büyükekşi, büyümenin yarısının net ihracattan geldiğini belirtti, destekler sürdükçe dış ticaret büyümeye daha fazla katkı verecek yorumunu yaptı.”

İhracatın büyümedeki etkisi üzerine kurgulanan haberin devamında, ihracat ile Avrupa Birliği ilişkileri arasında bağ kurulmuş, yatırımlar için ‘%2,2’de kaldı’ ifadesiyle olumsuz bir söylem üretilmiş ve ‘çift haneye taşımak için’ açıklamasının üst seste kullanılmasıyla %5’lik büyüme oranının yetersiz ve az olduğu söylemi üretilmiştir.

“TÜSİAD Başkanı Erol Bilecik’te ihracattaki artış üzerinden Avrupa Birliği ile ilişkilerin önemini vurguladı. Yatırımlardaki artışın %2,2 de kaldığını söyleyen Bilecik, bunu çift haneye taşımak için yapısal reformlar şart dedi.”

Haberin devamında TÜSİAD Başkanı Erol Bilecik’in açıklamasına yer verilmiş, gerçekleşen büyümeyi olumsuzlayan bir algı oluşturarak “%10 büyümeyi konuşsak” ifadeleri kullanılmıştır. Ardından %5’lik büyümenin yanında yapısal reformların olması vurgulanmıştır.

Bilecik’in yaptığı açıklamaya bakıyoruz: *“Yatırım büyümesinin %2,2 değil de en azından çift, ikili haneye yolculuk yapması, %10’u konuşsak çok daha farklı bir büyümeden bahsetmemiz mümkün olurdu. Bu güzel ve güçlü büyümesinin yanına artık yapısal reformlarında içinde olduğu orta ve uzun vadeli reform paketlerinin bir an önce reform edilmesi, yılın tamamında bu %5’lik büyüme olur.”*

TÜSİAD Baş ekonomisti: *“Belki burda uzun zamana ihtiyaç var, yatırım kararları biraz da uzun vadede karar verilebilir. Referandum sonrası 2.çeyreğe de bakıyor ve değerlendiriyor olamaz ama burda en önemlisi hükümetin reform ajandası.”*

Başbakan yardımcısı Mehmet Şimşek’ten de iş dünyasına reform yanıtı geldi. *“Çok kritik bir reform döneminin arifesindeyiz. Kısa vadede büyümedeki yükseliş kısmen aldığımız tedbirlerle ilgilidir ama en önemli husus tekrar piyasa güven var, Reformlarla bunu pekiştireceiz.”*

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: İş Dünyasının Büyüme Yorumları

KJ: Büyümenin Lokomotifini Sanayi Oldu

Haber başlığı ve KJ'lerde metin içeriği özetlenmiştir. Başlıkta kullanılan birinci önermenin ardından ikinci önermede hükümetten beklentiler ifade edilmiştir. 2. Önerme birinci önerme ile durum ilişkisi içerisinde yerel tutarlılığı sunar.

11Mart 2019 Tarihli Büyüme Haberi:

Haberin ana olay ve sunumu geçen yılın son çeyreğinde daralma yaşandığı halde yıllık büyüme oranı üzerine kurgulanmış, güncel verilerin ılımlı toparlanmaya işaret ettiği belirtilerek olumlu bir algı yaratılmaya çalışılmıştır. Haberde Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın twitter hesabında yaptığı paylaşımları ile yeniden söylem üretilmiştir.

Haberin sunumu:

Ekonomi gündemimizde, geçen sene neydi bundan sonraki süreçte beklenti ne birazda onu anlatacaz. Türkiye ekonomisi geçen yılın son çeyreğinde daraldı, yıllık büyüme ise %2,6 olarak gerçekleşti. Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, büyümedeki yavaşlamanın geçici olduğunu vurguladı ve güncel verilerin de ılımlı toparlanmaya işaret ettiğini söyledi.

Haberin üst sesinde döviz kuru ve enflasyonda yaşanan yükseliş, yaşanan daralmanın sebebi olarak gösterilmiştir. Metinde cümleler arasında nedensel ve işlevsel ilişkiye dayalı bir anlatım tercih edilmiştir. Haber kaynağı olarak hükümetten tarafından bir açıklama kullanılarak retorik güçlendirilmiştir.

Haberin üst sesi:

2018 yılında Türkiye ekonomisi yüzde 2,6 büyüdü. Son çeyrekteki yüzde 3 daralma yıllık büyüme hızını aşağıya çekti. Dünyada büyüme yavaşlarken Türkiye'de döviz kuru ve enflasyonda yaşanan yükselişin etkileri ekonomiye yansdı. Hazine ve maliye bakanı Berat Albayrak bu noktaya dikkat çekti.

“Tarihin en ciddi spekülatif saldırısının yanında küresel alanda büyümenin yavaşlama eğilimine girdiği döneme rağmen 2001 ve 2008 yıllarındakine benzer bir durum gerçekleşmemiş, süreç çok kısa bir sürede başarılı bir şekilde atlatılmıştır. İç ve dış dengelenmeyi bir arada sağladığımız bu dönem, cari açık ve enflasyonda düşüş başlattık. İktisadi faaliyette en kötü geride kalmıştır. Büyümede en kötü beklentiler gerçekleşmemiştir.”

Bakan Albayrak’ın twitter hesabından paylaşımının haberde kaynak olarak kullanılmıştır. Dikkat çeken bir nokta twitter hesabında ‘2018’in son çeyrek büyümesi %-3 olarak piyasa beklentileri doğrultusunda gerçekleşmiştir.’ Açıklaması üst seste okunmamıştır.

Haberde neyin ön planda tutulduğu, neyin ifade edildiği veya nelerin gözardı edildiği izleyiciyi yönlendirme konusunda belirleyici olmuştur.

“Son çeyrekteki daralmaya rağmen net dış talebin pozitif görünümü öne çıktı. Net dış talep büyüme yüzde 9,7 puan pozitif katkı sağladı. Bakan Albayrak bu durumun engellenme sürecinin öngörüldüğü şekilde devam ettiğinin önemli bir işareti olduğunu söyledi. 2019’a ait güncel verilerse toparlanma eğilimine işaret ediyor. Bu noktada Albayrak büyümedeki yavaşlamanın geçici bir durumu yansıttığını dikkat çekti. Artan ihracat ve turizm gelirleri büyüme besleyen ana kalemler olacaktır. Dedi.

Haberde bağlam ve ardalın bilgisi olarak, Yeni Ekonomi Programının bu süreci destekleyeceğini ifade etti. *“Nisandan itibaren yapısal tarafta atacağımız adımlarla süreci daha da güçlendireceklerini ifade ederek yeni ekonomi programına vurgu yaptı.”*

Cari açığı azaltacak, katma değerli üretimi artıracak, milletimizin refahını yükseltecek politikaları kararlılıkla uygulamaya devam edecek dedi. Bakan Albayrak’ın bu açıklamaları ile güvenilir, güçlü bir lider görünümü oluşturulmuştur. Haberin son kısmına sayısal verilere yer ayrılarak retorik güçlendirilmiştir.

Haberin başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Türkiye 2018’de %2,6 Büyüdü

KJ: Son Çeyrekte %3’lük Daralma Yaşandı

Haberin başlığındaki genel önerme ile metin özetlenmiştir. Haberin sunumunda ikici önerme ile daha fazla bilgi verilmiş, açıklayıcı ve betimleyici bir anlatım tercih edilmiştir. İkinci önerme ile metinde yerel tutarlılık sağlanmıştır.

3.8.2.6. 13 Kasım 2017 Gıda Fiyatları Haberi ile 13 Şubat 2019 Gıda Fiyatları

Haberinin Kıyaslaması

13 Kasım 2017 Gıda Fiyatları Haberi:

Haberin sunumunda gıda fiyatlarının yüksekliği ön planda tutulmuş, ‘zaten, gördük ki’ ifadeleri ile olumsuz ifadeler desteklenmiştir. Herşeyin gıda fiyatlarını yükseltmesine sıra sıra örnekler verilmiş, ‘hava şartları, motorin zammı’ kelimeleri ile neden sonuç ilişkisi kurulmuştur.

Bu haberin üretim aşamasında fiyat yüksekliğine sebep olan şeyler ile haberin retorikçi güçlendirilmiştir. ‘Zaten her şey etkiledi, herşeye herşeye zam, zam şampiyonu’ ifadelerinin yanında hava şartları, motorin zammı, Rusyaya yapılan ihracat, seraların yetersiz kalması, pazarcılarla yapılan ropörtajlar, fiyatların karşılaştırılması ile haberin söylemi yeniden inşa edilmiştir.

Haberin sunumu şu şekildedir:

“Yaz bitti mevsim dönüşü geldi gıda fiyatları yükseldi. Zaten herşeyi etkiledi gıda fiyatlarını. Hava şartları, motorin zammı... Biz bugün çarşıya pazara semt pazarlarına bir uğrayalım dedik, gördük ki domatesin patlıcanın biberin kilosu yüzde 40 artmış durumda.”

Haberin devamına baktığımızda üst seste, fiyatlardaki artışın ‘yine’ ifadesiyle tekrarlandığı vurgulanmış, ‘%30-40’ gibi sayısal verilerle de güçlendirilmiştir. Fiyat

artışları mevsim değişikliğine bağlanmış, ‘*mevsim değişti*’ ifadesi birkaç kere kullanıştır. Ancak başka sebepler üzerinde de durulmuş, pazarcılarla yapılan ropörtajlar ile retorik güçlendirilmiştir. Domates fiyatı üzerinden örnek vererek ‘*2,5-3 liradan 10 liraya çıkan etiketler de görüyoruz*’ denildi. Üst seste kullanılan cümle yapılarında nedensel ve işlevsel bağlam kurulduğu tespit edilmiştir.

Üst ses, “Çarşıda pazarda gıda fiyatlarında yine artış var. Pazarda sebzeninde meyveninde 1 hafta içinde fiyatları yüzde 30-40 arasında yükseldi. Yaz bitti mevsim değişti domates fiyatları arttı. Ancak artış mevsim değişimine göre çok yüksek. Kime sorsak Rusya’ya ihracat başladı ondan yanıtını alıyoruz. Domates fiyatı cinsine göre değişiyor. Ortalama 2,5 -3 lira. Ama 10 liraya çıkan etiketlerde görüyoruz.”

Haberde pazarcılarla yapılan ropörtajlara yer verilmiş, gıda ürünlerinin eski fiyatları ile son fiyatları karşılaştırılmıştır. ‘herşeye, herşeye’ cümlesiyle yapılan zamlar vurgulanmıştır.

Pazarcılar: Domates eskiden ucuz gelirdi şimdi pahalı...1,5 liraydı şimdi 3 lira. Sivribiberse yine yükselişte. Fiyatlar yüzde 50 artmış.

Pazarcı: Dün 3,5 satıyorduk şimdi 5 lira.Peki limon,patlıcan kabak..“Herşeye herşeye..zam geldi.

Meyvede de durum farklı değil. Yaz bitiyor kış meyveleri yeni yeni çıkıyor.Fiyatlarda yüksek seyrini koruyor. Meyve ne kadar arttı? Armut, muz, üzüm ne kadar oldu.

“Ortalama 4’den 6’ya çıktı muz. Armutta 2-2,5 tan 3 liraya çıktı. Mandalina da %20 artış var.”

Sebze-meyve fiyatlarındaki yükselişin ardından süt ürünlerine de yapılan zamlarla habere devam ediliyor. Muhabirin eline alıp gösterdiği tereyağının markasız olduğunu belirterek son 15 gün içinde 10 lira zamlandığını ifade ediyor ve ‘*zam*

şampiyonu' diye tabir ediyor. Markasız bir tereyağ zam şampiyonu ise markalı ürünlerde daha fazla zam olmuştur algısı yaratılıyor.

Çiğ süte yapılan zamlardan sonra pazarda da süt ve süt ürünlerinde ciddi zamlarla karşılaşıyoruz. Mesela elimde gördüğünüz bu tereyağ zam şampiyonu diyebiliriz. Herhangi bir markası yok açık bir tereyağ ancak geçtiğimiz 15 gün içinde 32 liraya satılan bu tereyağ 42 liraya alıcı buluyor.”

Pazarcılarla yapılan röportajlarda fiyatlarda üzerinde duruluyor.

Pazarcı: mandracıların köylüden süt alış fiyatları 1-1.10 lira kuruşta 11ira 50-60 kuruşta kadar çıktı. Bu da %35-40'a yakın zam demektir.

Haberde başlık ve kç kullanılmamıştır.

13 Şubat 2019 Gıda Fiyatları Haberi:

Sebze meyve fiyatlarının yükselmesinin ardından tanzim satış yerleri kurulmuştur. Böylece ucuz fiyat ile sebze meyve satın alınabileceği belirtilmiş, tanzim satış yerlerinin fiyatları hemen etkilediği 'ilk günden etiketlere yansıdı' cümlesiyle ifade edilmiştir. Etkin bir cümle yapısının kullanıldığı sunumda fiyatların ne olacağı üzerinde duurlmuştur.

Tanzim satış noktalarından sonra marketlerde de ucuza satış sebze meyve dönemi başladı. Düşük fiyatlar ilk günden etiketlere yansıdı. Peki hangi ürün ne kadara satılıyor ve daha önemli soru, acaba fiyatlarda daha da düşüş olur mu?

Üst seste kullanılan kelimelere baktığımızda, 'uzun kuyruklar, ucuza sebze meyve, saatlerce beklediler' bu ifadelerle oluşturulan yoksulluk algısı olumsuz bir niteliktedir. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın çağrısıyla açıldığını belirterek yoksulluk algısı ile hükmet arasında bir ilişki kurulmak istenmiştir. Benzer kalabalığın marketlerde de

olacağı söylenerek yoksulluk her yere olacağı algısı oluşturulmuştur. Bu açıdan baktığımızda olumsuzlayan bir bakış açısı karşımıza çıkıyor.

Önlerinde uzun kuyruklar oluştu, ucuz sebze meyve almak için saatlerce beklediler. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın çağrısıyla açılan tanzim satış noktaları günün her saati kalabalık. Benzer yoğunluk marketlerde yaşanacak, çünkü zincir marketlerde de ucuz sebze meyve dönemi başladı.

Haberin devamında bir market içinde yayın yapılmış, önceki ve tanzim fiyatları karşılaştırılmıştır. Ürünlerin tek tek fiyatları kıyaslanmış, rapor yapılarak haberin retoriği güçlendirilmiştir.

“Şok denecek durumda, 20 liradan 4,5 liraya düşer mi patlıcan? Düştü. Sivri biber 25 liraya kadar çıkmıştı, 9 liraya kadar düştü. Domates inanın pazarda 8 liraydı, markette 10-12 liraydı şimdi 4 liraya kadar düştü. Tanzim satış ülkenin talebinin %1'i bile karşılamaz belki ama Halkekmek gibi belirleyici, işaret fişeği, fiyat skalasının miheng taşı oldu. Limonu 10 liraya çıkartmışlardı şimdi limon fiyatı 3-4 liralarda”

Ben mutlaka organik ürün istiyorum diyenler aradaki fiyat farkını ödemeyi göze alacaklar. Cumhurbaşkanı Erdoğan açıkladı, tanzim noktalarını seçimden sonra ücra köşelere de götürecez dedi. Alınan bu karar o bölgelerdeki zincir marketlerdeki fiyatları da etkileyecek mi bunu zaman gösterecek.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Marketlerde İndirime Gitti

KJ: Tanzim Uygulaması Sonrası Fiyatlar Düştü

Haber başlığında kullanılan önermede aradılan bilgisini izleyicinin bildiği tahmin edilen bir anlatım tercih edilmiştir. Metnin içeriğini özetleyen bu önerme ile küresel

tutarlılık sunulmuştur. İkinci önerme ile daha detaylı bilgilere yer verilmiş, açıklayıcı ve betimleyici bir ilişki ile metne yerel tutarlılık sağlanmıştır.

3.8.2.7. 8 Şubat 2016 Tarihli 'Turizmin Zor Yılı' Haberi ile 31 Mayıs 2019

Tarihli 'Turizmde Nisan Rüzgârı' Haberinin Kıyaslaması

8 Şubat 2016 'Turizmin Zor Yılı' Haberi:

Haberin sunumunda ve devamında en çok vurgulanan ifadeler baktığımızda başlıkta da belirtildiği gibi 'bu sene turizmcinin işi zor, hakikatten zor, rus turist %81 azalmış, 3-5 turist gelmiş, ruslar gelmiyor' yer alıyor. Haberin ana olay ve sunumu Rus turistlerin gelmemesi üzerine kurgulanmış ve bu durumda turizmciler ne yapabilir diye sormuşlar.

Haberin ilk sunumu:

'Bu sene turizmcilerin işi zor. Bu yıl hakikatten zor geçecek gibi görünüyor. geçen yılın ocak ayı ile bu yılın ocak ayı rakamlarını karşılaştırınca şöyle bir tablo karşımıza çıkıyor. gelen rus turist sayısı %81 azalmış. Yani 3-5 tane turist gelmiş. ruslar gelmiyor. Bakalım bu seneyi nasıl geçirecek turizmciler.'

Haberin 2.sunumunda, Rus turistlerin gelmeyeceğini biliyorduk ifadesi dikkat çekiyor. Haberde ardalın ve bağlam bilgisi olarak Rusya ile yaşanan güncel gerginliklere yer ayrılmıştır.

'Bu yıl turizmcinin işi zor. Rusya gerginliğinden biliyorduk zaten turizmde gelişmelerin iyi olmayacağını. Şimdi rakamlarla gösteriyorum. Geçen yılın ocak ayı ile bu yılın ocak ayını karşılaştırdığımız zaman gelen rus turist sayısı %81 azalmış. gelmiyoruz diyorlar yani. e ne olacak turizmciler ne diyorlar? turizmciler diyorlarki; ruslar gelmeyecek belli oldu, onun yerine türkler gelsin, türk turistlere bazı kolaylıklar sağlansın. '

Haberin devamında, *'sinyaller çok olumlu değil, gelen Rus turist %81 azaldı'* ifadelerinin yanında Rusya ile yaşanan kriz ve terör olaylarıyla bağlam kurulmuştur. Haberde kullanılan söylem dilinin yapıcı olmaktan uzak olduğu tespit edilmiştir.

Bunun yanında Turizm sektörünü canlandırmak üzere hasar tespit raporu hazırlanarak hükümetin yetkili kişilerine gönderildiği bilgisi verilmiştir. Turizm sektörü hakkında bilgilerde içeren haberde, gayri safi milli hasıla içinde %10-12'lerde pay sahibi olduğunu, yaklaşık 30-35 sektörü tetiklediği ifade edilerek ardalın ve bağlam bilgisi oluşturulmuştur. Ayrıca sektörün yetkili isimlerinden biriyle röportaj yapılarak retorik güçlendirilmiştir.

'Turizmde yılın ilk ayında sinyaller çok olumlu değil. Antalyaya yılın ilk ayında gelen Rus turist sayısı %81 azaldı. Geçen yılın aynı döneminde 12 bin 870 Rus turist tatil için Antalya'yı tercih ederken bu yıl ocak ayında Rus turist sayısı 2 bin 420 kişiye düştü.'

Terör olayları ve Rusya krizinin etkisiyle zor dönem yaşayan turizm sektörü de hasar tespit raporu hazırladı. Çözüm önerilerini de içeren rapor Türkiye Seyehat Acenteleri Birliği TURSAB başkanı Başaran Ulusoy imzası ile başbakan Ahmet Davutoğlu, Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek ve Turizm Bakanı Mahir Ünal'a gönderildi.

Türkiye'nin bilinirliği çok yüksek. Gayrisafi milli hasılanın içindeki %10-12'lerde paylarda olan turizm sektörünün şiddetle desteklenmesinin gerekliliği var. 30-35 endüstriyi tetikliyoruz.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Turizmin Zor Yılı

Başlık: Ruslar Antalya'ya Gelmedi

KJ: Ocak 2016'da Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı geçen yıla göre %81 azaldı.

Haberin başlıklarına baktığımızda genel bir önerme olarak sunulmuş ve haber içeriğini özetlemiştir. 'Zor yılı' ifadesi ile küresel tutarlılık sağlanmış ve ikinci önerme ile yerel tutarlılık ilişkisi kurulmuştur. Haberin sunumunda, ikinci önermede daha açıklayıcı bilgilere yer verilmiştir.

31 Mayıs 2019 Tarihli 'Turizmde Nisan Rüzgârı' Haberi:

Haberin sunumunda yabancı turistlerin yılın ilk 4 ayında ülkemize ziyareti üzerinde durulmuştur. Kullanılan olumlu ifadelerde '*turizm yeni yıla güçlü başladı*' dikkat çekmiştir. Rakamsal veriler kullanılarak retorik güçlendirilmiştir.

Haberin sunumu:

Türkiye'ye ne kadar yabancı turist geldi ona da bakalım, turizm yeni yıla güçlü başladı ilk 4 ayda gelen yabancı turist sayısı 8 milyon 735 bin civarında, en yüksek artış nisanda yaşandı.

Haberin devamında gelen turist sayısı ile ilgili detaylı bilgilere yer verilmiştir. Haberin ana olayı nisan ayında turist sayısındaki artışın nedenleri üzerine kurgulanmıştır.

Turizm sektörü nisanda ivme kazandı. Yılın ilk 4 ayında türkiyeye gelen yabancı turist sayısı 8 milyon 735 bin 268 kişiye ulaştı. En yüksek artış nisan ayında yaşandı. %24 artışla nisanda Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı 3 milyon 293 bin 176 . Bu artışta nisan ayında paskalya bayramının yanısıra ramazan ayı öncesinde tatil yapmak isteyen Ortadoğu kökenli turist hareketinde hızlanma etkili. Güçlü talep otelcilere pozitif yansıdı. Nisan otel dolulukları önceki yıla kıyasla %7 artarak %85,5 olurken; oda başı geceleme fiyatı %9 artışla 92 euroya çıktı.

Türkiye'ye en çok ziyareti gönderen ülkeler sıralamasında ise Almaya ve

Rusya'dan gelen ziyaretçi sayıları bir önceki yıla göre büyük artış gösterdi. Yılın ilk 4 aylık döneminde Almanya %20 artışla 803 bin 483 ziyaretçiyle ilk sırada yer aldı. Almanya'ya %27,5 artışla 738 bin 784 artış yabancı ziyaretçiyle Bulgaristan, %35,5 artış ve 710 bin 293 ile Rusya Federasyonu izledi. listede İran 4. Gürcistan ise 5. sırada yer aldı.

Haber başlıkları

Turizmde nisan rüzgarı

Başlık: 4 ayda 8,7 milyon yabancı turist sayısı

Haberin başlıklarına baktığımızda metin içeriğini özetleyen genel bir önerme olarak sunulmuştur. Nisan Rüzgarı ifadesi küresel tutarlılık söz konusudur. Küresel tutarlılıkta, sosyal ve ortak bilginiz metin kavramları ve önermeleri arasındaki eksik bağlantıları tamamlar. Haberin sunumunda daha detaylı ve açıklayıcı bilgilere yer verilerek metinde yerel tutarlılık sağlanmıştır.

3.8.2.8. 26 Nisan 2017 Tarihli 'Türk-İş Araştırması' Haberi ile 27 Eylül 2018 Tarihli 'Açlık Sınırı Asgari Ücreti Geçti' Haberinin Kıyaslaması:

19 Ağustos 2017 Tarihli 'Türk-İş Araştırması' Haberi:

Haberin ana olay ve sunumunda Türk-İş'in yaptığı açlık ve yoksulluk sınırı araştırması yer almaktadır. Buna göre 'geçim derdinin sürdüğü' ifade edilerek yeniden söylem üretilmiştir.

Haberin sunumunda ve içeriğinde raporun sonuçları hakkında bilgiler verilmiştir. Buna göre 4 kişilik bir ailenin açlık ve yoksulluk sınırı rakamları ile retorik güçlendirilmiştir. Haber sonunda ise ardalan ve bağlam bilgisi olarak meyve-sebze fiyatlarının ucuzlamasının olumlu etkisinden bahsedilmiştir.

Türk-İş'in Ağustos ayına ait açlık ve yoksulluk sınırına ait araştırma raporu yayınlandı.

Araştırmayla geçim derdinin sürdüğü belirlendi. Araştırma sonuçlarına göre 4 kişilik bir ailenin açlık sınırı bin 504 lira olarak belirlendi. Oran Temmuz ayında bin 497 lira idi... Yoksulluk sınırı bir önceki aya göre 23 lira artış göstererek 4 bin 901 lira oldu. Temmuz ayında 4 bin 878 lira idi. Araştırma sonucun göre bir bekar çalışanın aylık yaşama maliyeti ise bin 880 lira oldu.

Ayrıca rapor yaz mevsiminde sebze-meyve fiyatlarındaki gerilemenin mutfak harcamasına nispeten olumlu yansıdığını ancak elde edilen ücret gelirinin yetersizliği nedeniyle geçim derdinin sürdüğünü ortaya koydu.

Haberin başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Türk-İş Araştırması

KJ: Ağustos Ayı Açlık Sınırı Bin 504 TL

Haberin başlığı metin içeriğini özetleyen genel bir önerme olarak sunulmuştur. Sunumdaki ifadelerde, ikinci önermede daha detaylı ve açıklayıcı bilgilere yer verilerek metinde yerel tutarlılık sağlanmıştır.

27 Eylül 2018 Tarihli 'Açlık Sınırı Asgari Ücreti Geçti' Haberi:

Haberin ana olay ve sunumunda açlık sınırının asgari ücreti geçmesi üzerinden yeniden söylem üretilmiştir. İma edilen söyleme baktığımızda asgari ücretle geçinen kişilerin açlık sınırının da altında yaşadığı ifade edilmiştir. Hükümet politikalarının açıkça olmasa da eleştirildiği bir haber olmuştur. '*ne kadar para kazanmak, eve ne kadar para girmesi gerekiyor*' ifadeleri ile yoksulluk algısı oluşturulmuştur.

Haberin ilk sunumu:

Eylül ayında açlık sınırı 81 lira artış gösterdi. Bunun sonucunda da asgari ücreti geçmiş oldu. açlık sınırı peki ne olarak açıklandı. 4 kişilik bir aile için yoksulluk

sınırının üzerine çıkmak için ne kadar para kazanmak, eve ne kadar para girmesi gerekiyor.

Haberin ikinci sunumunda ise Türk-İş'in yaptığı araştırma haber kaynağı olarak kullanılmış ancak asgari ücretin açlık ve yoksulluk sınırının altında kalması ve bu nedenle asgari ücrete zam beklentisi üzerinden yeniden söylem üretilmiştir. Haberde yoksulluktan kurtulmanız için diyerek kazanılması gereken miktar açıklanmıştır. Bunun yanında rakamsal verilerde dahil edilerek haberin inandırıcılığı artırılmıştır.

Haberin ikinci sunumu:

Cebimizdeki parayla Türkiye'de yaşayan bir ailenin yoksulluktan kurtulabilmesi için ayda 6 bin liranın üzerinde kazanması gerekiyor çünkü yoksulluk sınırı tam 6 bin 166 lira. Türk-İş bir araştırma yaptı, bu o araştırmanın sonucu. O araştırmaya göre açlık sınırı da bin 893 lira ile asgari ücretin üzerinde, yeni yılda zam beklentileri %20 aşıyor.

Habere açlık ve yoksulluk sınırının ne kadar arttığı bilgisiyle başlanmış, yılbaşına göre ne kadar yükseldiği rakamsal ifadelerle verilmiştir. 'geçim şartları dayanılmaz boyutlara ulaştı, yapılan zamlarla geçim maliyetleri tırmanmaya devam ederken' açıklamaları ile yapıcı olmaktan uzak bir anlatım tercih edilmiştir. Bunun yanında çözüm olarak bazı şirketlerin çalışanlarına zam yaptığı bilgisi verilmiştir.

Üst ses:

Eylül ayında yoksulluk sınırı 263 lira, açlık sınırı ise 81 lira arttı. 6 bin 166 liralık yoksulluk sınırı, yılın başına göre 929 lira daha yüksek. Bin 893 liralık açlık sınırı ise yılbaşında 285 lira daha azdı. Bir çalışanın kendi başına aylık geçim maliyeti ise 2 bin 313 liraya ulaştı. Türk-İş'ten yapılan açıklamada ücretli çalışanlar başta olmak üzere dar ve sabit kesimli gelirlerin geçim şartları dayanılmaz boyutlara ulaştı denildi. Yapılan zamlarla geçim maliyetleri tırmanmaya devam ederken son dönemde bazı şirketler ekonomik koşulları gerekçe göstererek çalışanlarına zam yaptı.

Haberin arduan ve bağlam bilgisi olarak asgari ücret, bu yılın enflasyon beklentisi gibi ekonomik veri bilgileri verilmiştir.

Haberin başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Açlık Sınırı Asgari Ücreti Geçti

Başlık: Yoksulluk Sınırı 6 Bin 166 TL

KJ: Bir Ailenin Açlık Sınırı İse Bin 893 TL

Haberin başlığında metin içeriğini özetleyen, anlaşılır kısa ve net bir önerme tercih edilmiştir. Sunumda, ikinci önermede ise daha detaylı bilgilere yer verilerek yerel tutarlılık sağlanmıştır.

3.8.2.9 26 Nisan 2017 ‘Fasulyede Vergi Sıfırlandı’ Haberi İle 11 Mart 2019 ‘Patatese İthalat Yolu Açıldı’ Haberinin Kıyaslaması

26 Nisan 2017 ‘Fasulyede Vergi Sıfırlandı’ Haberi:

Haberin odak noktası fasulyede gümrük vergisinin kaldırılmasından dolayı yerli üreticinin halinin ne olacağı üzerinden yeniden söylem üretilmiştir. ‘biz ne hale geldik, bakliyat üretemez hale geldik, olan gariban yerli üreticiye olacak’ ifadeleri ile yerli çiftçinin gümrük vergisinin kalkmasından zarar göreceği üzerinde durulmuştur. Haberin sunumda ayrıca ülke olarak da biz hiçbir şey yapamıyoruz algısı oluşturulmuştur.

Birinci sunum:

Biz ne hale geldik, bakliyat üretemez hale geldik. Üretiyoruz da pahalı.. ne yapıyoruz, ithal ediyoruz. Kuru fasülye içinde gümrük vergisi sıfırlandı. Yani yurtdışından buraya kuru fasülye getirilirken hiçbir gümrük vergisi ödenmeyecek. Ne olacak, olan tabi gariban yerli üreticiye olacak. Bu işler böyle...

Haberin ikinci sunumunda bu kararın üretici için ‘ darbe’ olarak nitelendirmiştir. Üreticiyi savunan bir sunum ile hükümet politikalarını yapıcı olmayan bir dille eleştirmiştir.

İkinci sunum:

Yerli üreticiye bir darbe daha... Fasülye ithalatında gümrük vergisi sıfırlandı. Bu durumda hele bu mevsimde böyle bir karar, üretici çiftçi niye eksin niye üretilsin...

Haberin devamında toptancılarla röportaj yapılmış, yerli üretimde fiyat aralıkları tespit edilerek makul seviyelerde olduğu gösterilerek haberin retorliğini desteklenmiştir. Fasulyeden önce nohut içinde gümrük vergisinin kaldırıldığı bilgisiyle ardalan ve bağlam bilgisi verilmiştir.

Ürünlerimizin fiyatları yerli konya sıra dediğimiz fasülye bizden çıkan fiyatı 4,5 ile 5 lira arasında. Kombonun bizdeki fiyatı 7-7,5 lira arasında, çalı fasülye orda 15-17 liralık fasulye şuanda bizde 6 liradır. 7 milim konya fasulye, Anadolu'nun kendi ürettiğim mal 4,5 5 liradır.

Toptancılar fiyat yüksek değil diyor, özel ispir fasulyesi hariç Anadolu'da üretilen kuru fasulyenin kilosunun 6-7 lirayı geçmeyeceğini söylüyorlar. Ancak tüketicinin cebinden 15 lira çıkınca bakanlar kurulu harekete geçti. Nohutun ardından kuru fasulyede de ithalatın önü açıldı. Yerli ürünün çıkacağı eylül ayına kadar fasulye ithalatında gümrük vergisi alınmayacak.

Haberde sektörün yetkili isimlerinden biriyle görüşülmüş, yapılan açıklamalar yerli çiftçinin zarar görebileceği söylemini destekler nitelikte olmuştur.

Mersin ticaret borsası başkanı Abdullah Özdemir'e göre bu karar fasulyenin üretimini düşürebilir. “Çiftçi bugünlerde 1 aya içinde üretimdeki tercihini yaparak fasulye ekip ekmemeye karar verecek. Şimdi böyle bir vergi sıfırlaması olduğunda sanki bu normal fiyatlarda satamayacağını veya maliyetin üstünde bir fiyata satamayacağını düşünen çiftçi ekimden vazgeçecektir.”

Bunun yanında ithalat yolunun açılması ile ürün kalitesinde değişiklik olabileceği de savunulmuştur. Bu durum üst seste ifade edilmiş ve bir restoran çalışanından bunu destekleyen görüşler alınmıştır. Son olarakta üretici de fiyatların 3,5-4 lira olduğu ifade edilmiş ancak tüketicinin 15 liraya çıkan fiyatlardan fasulye almasının önüne geçmek için spekülâtorlerin engellenmesi gerektiği bilgisi verilmiştir.

Ürün kalitesinin düşeceği endişesi de var.

'Biz hiçbir şekilde ithal mal kullanmıyoruz. Her zaman yerli mal kullanıyoruz. Erzincan'dan biz özel olarak getiriyoruz.'

Üretici ve tüketicinin mağdur olmaması için spekülâtorler engellenmeli.

'Bizde fasulyenin fiyatı 3,5 ile 4 lira arasındadır.'

Haberin başlıklarına bakıyoruz:

Başlıklar: Fasulyede Gümrük Sıfırlandı

Kj: Fasulyeden Gümrük Vergisi Alınmayacak

Kj: Üretici ve Tüketici Karara Tepkili

Haber başlığı metnin içeriği açıkça anlaşılır bir önerme olarak sunulmuştur. Metin kavramsal olarak özetlenmiştir. Haberin sunumunda çiftçinin üretim yapamadığı ifade edilerek izleyicinin bildiği, tahmin ettiği varsayımı üzerinden bir anlatım tercih edilmiştir.

11 Mart 2019 'Patatese İthalat Yolu Açıldı' Haberi

Haberin sunumunda patatese 20 Nisana kadar ithalat izni verildiği, bunun resmi gazete yayınlandığı üzerinde durulmuştur. Haberin devamında ise ithalat yolunun açılmasının gıda enflasyonunu düşürmek için uygulandığı söylemi yeniden üretilmiştir. Daha önce kuru soğandan da gümrük vergisi alınmadığı bilgisi bağlam bilgisi kurulmuştur. 20 nisandan sonra yeniden vergi alınmaya devam edileceği ifade edilerek

hangi ülkelerden ne kadar vergi alındığı bilgisi ile retorik güçlendirilmiştir. Fiyat artışlarında Tük haber kaynağı olarak kullanılmış, bu adım ile fiyatlarda düşüş yaşanacağı söylemi yeniden üretilmiştir.

Haberin sunumu: *Ve patates yine gündemimizde.. bu kez ithalatındaki gümrük vergisinin 20 Nisana kadar sıfırlanması sebebiyle.. bu karar resmi gazetede yayınlandı. Ve artık yürürlüğe girdi. Yani patatese de ithalat yolu açılmış oldu.*

Üst ses: *Gıda enflasyonunu düşürmek için gümrük vergisi aracı yeniden devrede. Kuru soğanın ardından patates ithalatına da kapı açıldı. 20 Nisana kadar ithal patatesten gümrük vergisi alınmayacak. Kota ise 200 bin ton ile sınırlı. Bundan sonra ithal patates yeniden gümrük vergisine tabi olacak. Standart tarifelerde patatesin gümrük vergisi Güney Kore için %12,4, Bosna-Hersek için %0, diğer tüm ülkeler için %19,5 olarak uygulanıyor. TÜİK'e göre şubat ayında patatesin aylık fiyat artışı %6,7 olmuştu. Patatesin yıllık enflasyonu ise %135'ti. Kuru soğanda olduğu gibi patates fiyatlarının da ithalatında getireceği arz artışıyla gerilemesi bekleniyor.*

Haberin başlıklarına bakıyoruz:

Başlıklar: Patatese İthalat Vizesi

KJ: Patatesin Gümrük Vergisi Sıfırlandı

Haberin başlığında 'İthalat Vizesi' ile küresel tutarlılık izleyiciye sunulmuştur. Sunumda daha detaylı bilgilere yer verilerek yerel tutarlılık sağlanmıştır. Haberın başlığını açıklama, detaylandırma ilişkisiyle bağlıdır.

3.8.2.10. 19 Eylül 2017 Tarihli 'ÖTV Sıfırlandı Satış Arttı' Haberi İle 31 Ekim 2018 Tarihli 'KDV ve ÖTV'de İndirim Müjdesi' Haberinin Kıyaslaması

19 Eylül 2017 Tarihli 'ÖTV Sıfırlandı Satış Arttı' Haberi:

Haberin ana olay ve sunumunda yapılan ÖTV indirimlerinin süresi dolduğu zaman fiyatlara nasıl yansıtacağı üzerinden yeniden söylem üretilmiştir.

Birinci sunum: *Beyaz eşyada ÖTV sıfırlandı, indirimlerde 30 Eylül'e kadar uzatıldı. Peki 1 Ekimde ne görecez, indirimler, teşvikler bitince satışlara nasıl yansiyacak fiyatlar ne kadar artacak?*

Haberin ikinci sunumunda indirimlerin satışları artırdığı tekrar vurgulanmış ancak indirim süresi bittiği zaman fiyatların ne kadar yükseleceği üzerinden yeniden söylem üretilmiştir. Ayrıca 'rakamlarla konuşalım' diyerek ispatlamaya çalışır gibi bir algı oluşturarak anlatım yapılmıştır.

Sunum 2: *Beyaz eşyada ÖTV sıfırlandı, ardından indirimler 30 Eylül'e kadar uzatıldı. Peki bu vergi teşviği satışlara ne kadar yansıdı. Rakamlarla konuşalım. Ocak-Ağustos ayları arasında 8 ayda beyaz eşya satışları %24 arttı. Şimdi bir asıl sorumuz daha var. Bu indirimler bitince fiyatlar ne olacak?*

Haberin devamında ürünlerin fiyatları hakkında sayısal bilgiler verilerek retorik güçlendirilmiştir. Bu indirimlerin ihracatı artırdığı da belirtilerek ardalın ve bağlam bilgisi sunulmuştur. Yapılan bu indirimlerin 30 Eylül'den sonra devam etmeyeceği, talep olduğu halde denilerek 'kesin bilgi' diyerek maliye bakanından açıklama geldiği ifade edilmiş, hükümet politikalarını eleştirel bir ima yapılmıştır.

Üst ses: *Beyaz eşyada ÖTV sıfırlandı. 30 Nisana kadar olan süre Eylül sonuna kadar uzatıldı. %7'lik ÖTV'nin kalkması satışları da artırdı. Beyaz eşyada Ocak-Ağustos döneminde 6 üründe satışlar %24 arttı.*

Bu dönemde 6 milyonu aşkın ürün satıldı. Beyaz eşyada aynı dönem %5 ihracat arttı. 13 Milyonu aşkın ürün ihraç edildi. Beyaz eşyada ÖTV teşviki özellikle 4 üründe, buzdolabı, çamaşır makinesi, fırın, bulaşık makinesinde aylık satışları 400 bin adetten ortalama 640 bin adete çıkardı. Vergi indirimleri sürsün talebi var ama süre uzamayacak. İndirim 30 Eylül'de sona erecek. Kesin açıklama Maliye Bakanından geldi. Peki 30 Eylül sonrası fiyatlar ne olur?

Haberin sonunda bir mağazada ürünlerin indirimli hali ve indirim sona erdikten

sonra ne kadar artış göstereceği üzerinden retorığı güçlendirilmiştir.

Satıcı: ÖTV indirimleri 3 bin 800 lira normalde 4 bin 200 liraya çıkacaktır. Şu tarz bir ürün şuanda bin 500 lira civarında ötv'siz olduğu zaman bin 800'lere kadar çıkacak.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: ÖTV Sıfırlandı Satışlar Arttı

KJ: Beyaz Eşya Satışları 8 Ayda %24 Arttı

Haber başlığına baktığımızda metin içeriğini özetleyen bir önerme olarak sunulmuştur. Neden sonuç ilişkisi kurulmuştur. Haberin sunumunda daha detaylı bilgilere yer verilmiş, soru üzerinden yeniden söylem üretilerek metinde yerel tutarlılık sağlanmıştır.

31 Ekim 2018 Tarihli 'KDV ve ÖTV'de İndirim Müjdesi' Haberi:

Haberin ana olay ve sunumunda 6 başlıkta ÖTV ve KDV indirimleri yapıldığı ve bunlar hakkında detaylı bilgiler verilmiştir. Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın açıklamalarının kaynak olarak kullanıldığı haberde hükümet politikalarının yapıcı bir dille anlatılması üzerinden yeniden söylem üretilmiştir. Yapılan indirimlerin açıklanmasından dolayı retorik güçlendirilmiştir. Ardalan ve bağlam bilgisi olarak bu indirimlerin neden yapıldığı açıklanmıştır.

Birinci sunum: Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak açıkladı. 6 başlıkta indirim var ÖTV ve KDV'de. Enflasyonla mücadele ve reel sektöre destek kapsamında alındı bu kararlar. Bi hızlıca bakalım neye ne kadar indirim geliyor. Kdv indirimlerini görüyorsunuz. Konutta eskiden %18'di 8 oldu, mobilya %18'di %8 oldu. Ticari araçta %18'den 1'e indi. Tapu harcında %4'ten %3'e indi. Hemen ötv'ye bakalım... Beyaz eşyada ÖTV artık sıfırlanıyor. 1600 cc altındaki araçlarda tam 15 puan Ötv indirimi yapılıyor.

Sunum 2: 6 sektörde ÖTV ve KDV indirimleri geldi, müjdeyi Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak verdi. Ve bakan indirimlerin satışlara yansımalarını birebir takip edeceğim dedi.

Habere Bakan Albayrak'ın açıklamaları ile başlanmıştır. Üst seste yapılan bu açıklamalar 'müjdeli haber' olarak nitelendirilmiştir. Yapılan indirimler ile araçların şimdi ve indirimli fiyatları kıyaslamalı olarak sunularak haberin retorığı güçlendirilmiştir.

Albayrak: Yılsonuna kadar 6 başlıkta KDV ve ÖTV indirimlerini devreye alıyoruz.

Müjdeli haber Bakan Albayrak'tan geldi.6 başlıkta KDV ve ÖTV indirimi geliyor. O indirimlerin başında otomotiv sektörü geliyor.

Örneğin bin 600 cc 95 bin liralık araç 85 bine iniyor. Ticari araçlarda yapılan KDV indirimi ile yaklaşık 188 binlik ticari aracın fiyatı ise 161 bin liraya düşüyor. Yani 27 bin liralık bir indirim söz konusu. Bu indirimin Türkiye'deki binek otomobillerin %75'ini kapsadığı belirtiliyor.

Bakan tüm bu indirimleri vergi denetim kurulu strateji değerlendirme toplantısı sonrasında açıkladı. Bu adımların enflasyonla topyekün mücadele kapsamında atıldığını belirtti ve nasıl bir yansıma beklediklerini açıkladı.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: KDV ve ÖTV'de İndirim Müjdesi

KJ: Albayrak: 6 Başlıkta ÖTV İndirimi

Haberin başlığında kullanılan genel önerme haber içeriğini özetlemiştir. Sunumda daha detaylı bilgilere yer verilerek yerel tutarlılık sağlanmıştır.

3.8.3. Yatırım Haberlerinin Eleştirel Söylem Çözümlemesi

Yatırım haberleri kapsamında yol, köprü, havalimanı ve yat limanı projesi haberleri incelenmiştir.

3.8.3.1.20 Aralık 2016 Tarihli ‘Avrasya Tüneli’ Haberi ile 13 Mart 2019 Tarihli ‘Gebze- Halkalı Marmaray Banliyö Hattı’ Haberinin Kıyaslaması

20 Aralık 2016’da Açılışı Gerçekleştirilen Avrasya Tüneli Haberi:

Ana habere önemli başlıklarla giriliyor. 3. Sırada verilen haberde tünel görselinin yanında “Avrasya Tüneli açıldı” yazıyor. Spiker, “Ve Avrasya tüneli, tören yapıldı bugün öğlen, yarın sabah 7 itibariyle kullanıma açık”

Haberin sunumunda Avrasya Tüneli açılışının terörle bağlantı kurularak ertelenmesinin beklendiği, teröre boyun eğmemek gerektiği buna rağmen görkemli bir şekilde açıldığı söylenerek açılışın terörün gölgesinde yapıldığı şeklinde yeniden söylem üretilmiştir. Tünelin açılışı yapıldığı halde ‘bu bir test süreci’ şeklinde ifadelerle yer vererek, açılmamış gibi söylem üretilip zaman içinde 24 saat boyunca kullanılacağı dile getirilmiştir.

Haberin sunumu şu şekilde yapılmıştır.

“Bugün çok fazla gelişme var acaba ertelenir mi ertelenmez mi diye düşünülüyordu ama teröre, bu tip saldırılara boyun eğmemek lazım dolayısıyla Avrasya Tünelinin açılışı ertelenmedi oldukça görkemli bir açılış töreni gerçekleştirildi, yapıldı. Cumhurbaşkanı Erdoğan da oradaydı başbakan Binali Yıldırım da oradaydı. Elbette, özellikle tekerlekli araçlar, arabalar için büyük kolaylıklar sağlayacak bir tünel burası. Geçiş 4 dolar olacak bu normal araçlar için, minibüsler için 5 dolar. Yarın sabahtan itibaren de tünel kullanıma açılacak. Bir süre için sabah 7 akşam 9 arası kullanıma açık olacak. Bu bir test süreci, daha sonra zaman içinde 24 saat boyunca kullanılacak Avrasya Tüneli.”

Spiker, muhabir Göksel Göksu'ya bağlandı. Yine tören yapıldı, ertelenmedi ama Rus büyükelçiye suikast... bunun üzerine çok mesaj verildi değil mi?

Burada spiker açılışın ertelenmediğini tekrar dile getiriyor ve Rus Büyükelçiye yapılan suikast ile ilgili çok mesajlar verildiğini soru sorarak yeniden vurguluyor ve Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın açılış konuşmasının büyük bir kısmında suikast konusuna yer verildiği söylemi üretiliyor.

Muhabirin konuşmaya başlamasının ardından görüntülerde Avrasya tünelinin açılışı ve yukardan çekilmiş yolların görüntüsü vardı. Ancak haberin odak noktası tamamen Rus büyükelçiye yapılan suikast üzerine kurulmuştu.

“Cumhurbaşkanı törende konuşmasını bu sözlerle başlattı. Kınadı bütün yüreğiyle yapılan suikastı. Büyükelçiye yapılan suikastı. Rusya devlet başkanı Putinle yaptığı görüşmeyi aktardı ve duyduğu üzüntüyü paylaştı burdakilerle. Aynı zamanda hem rusya halkına hem devlet başkanına hem büyükelçinin ailesine başsağlığı dileklerini ilettiler ve gereken neyse yapılacağını, Rusyayla ortaklaşa bir soruşturma yürüteceğini söyledi. Ve arkasından da herşeye rağmen teröre rağmen biz varlığımızı sürdüreceğiz ve teröre yaptığımız bu hizmetlerle cevap vereceğiz, yaşantımızı devam ettireceğiz mesajı verdi Cumhurbaşkanı Erdoğan ve sonrasında kurdeleler kesildi. Cumhurbaşkanı Erdoğan bizzat kullandığı araçla ilk kez geçiş yaptı tünelin içinden.”

Bu ifadelerle tünelin açılışı tamamen göz ardı edilerek sanki Rus Büyükelçiye yapılan suikast haberi yapılmıyormuş gibi söylem oluşturuldu. Haberin 2. Dakikasından sonra “Avrasya Tüneli Açıldı” kji sine yer verildi.

Bunun ardından muhabir Ulaştırma bakanı Ahmet Arslan ile röportaj yapıyor. Ancak muhabirin sorusu tünele koyulan plaketle ilgili oldu. Tünel hakkında hiçbir bilgilendirme yapmadan plaketle ilgili soru yöneltmesi bilgi eksikliğinden dolayı anlaşılammaya yol açtı.

Haberde yer verilen ardalın bilgisinin konu ile ilgisi olmadığı anlaşılmaktadır. Muhabirin ikinci sorusu ise açılışı 2014 yılında yapılan Marmaray projesiyle ilişki kurulmuştur. Muhabirin, bakana 'Marmaray projesine imza atmış birisiniz 'diyerek Geçmiş tecrübeler ile bağlam bilgisi oluşturulmuştur.

Bu soru ile yapılan yatırımlar kıyaslanmış, Avrasya tüneli açılışı yeniden ikinci plana düşürülmüştür. Konu dağınkılığı olmuştur. Bakanın yaptığı konuşmasında bunları dile getirdiğini söyleyerek kendini desteklemiştir.

Bu görüşmeler sırasında ekranda gösterilen grafiklerde tünelin kazlıçeşmeden hareketle Anadolu yakasına geçtiği şeklindeydi. Bu grafikler marmaray hakkında yapılan konuşmayı destekler nitelikte olmuştur.

Habere söylemsel açıdan yüklenen anlamda, hükümet politikalarını desteklemeyen bir tutum izlenmiştir. Konu ile ilgili olumsuzlayan bir bakış açısı tespit edilmiştir.

Muhabirin bir diğer sorusu, projenin tarihi yarım adada daha fazla sera gazı salınımına yol açıp açmayacağı şeklindeydi. Bakan, bu preje ile araçların daha kısa sürede karşıya geçip daha az seyir yapacağı için daha az sera gazı salınımı yapacağını ve çevreci bir proje olduğunu ifade ediyor.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Rus Büyükelçiye Suikast

Başlık: Avrasya Tüneli Açıldı

Haberin başlığı ana konu ile ilişkisiz bir şekilde tercih edilmiştir. Haberin ikinci başlığı genel bir önerme olarak sunulmuştur. Sunumda ise konu hakkında daha detaylı, açıklamalı bilgiler verilse dahi ana konu ekseninde bilgilendirme yapılmamıştır.

19 Haziran 2017 Tarihli 'Habersiz İhlale Şok Ceza' Haberi:

Avrasya Tüneliyle ilgili yapılan bir başka habere baktığımızda ise yine olumsuz bir bakış açısı ile oluşturulmuş bir söylemle karşılaşılıyor.

Haberin sunumunda kullanılan arka plandaki görselde “Habersiz ihlale şok ceza” ifadesi ile olumsuzlayan bir giriş yapılıyor. Etkin cümle yapısının kullanıldığı haberin sunuşu şu şekildeydi:

“Bugünün önemli manşeti... İşe gelip giderken Avrasya tüneline kullanıyorsunuz, zamandan tasarruf, yol kısaltıyor, iyi, güzel, hoş... Geçiş 16 lira fakat evinize bir ceza makbuzu geliyor 16 bin lira. Nasıl oluyor dersiniz? Eksik bakiye, kaçak geçiş yüzünden Avrasya tüneline sizi uyaran bir sistem yok. Dolayısıyla borç birikiyor, cezalar katlanıyor. ‘Çok mağduruz ’diyen sürücüler, onlar ne yapabilir?”

Haberin sunumunda Avrasya tünelinin olumlu taraflarını ‘yolu kısalttığı ve zamandan tasarruf sağladığı’ cümlesiyle kısa bir şekilde geçiştirmiş, uygulanan ceza yöntemi ana konu olarak verilmiştir. Dikkat çekilen nokta geçişlerde sürücülerini uyaran bir sistem olmadığı, eksik bakiye ve kaçak geçiş durumlarından haberdar edilmediği, sürücülerin sanki bir tuzağa düşürüldüğü gibi algı yaratılarak yeniden anlam inşa edilmiştir. Tırnak içinde çok mağduruz ifadesiyle de yorum katmadan söylemsel olarak haberin anlamı güçlendirilmiştir.

Haberin üst sesinde ise şu ifadeler yer almıştır:

“Avrasya tüneline kullanan yüzlerce sürücü ceza şoku yaşıyor. Sürücüler arasında 16 bin lirayı bulan cezalarla karşılaşanlar var. Peki bu cezalar nasıl oluştu nasıl farkedilmedi? 15 Temmuz şehitler köprüsü, Fatih sultan mehmet köprüsü ve diğer paralı olan yollarda HGS ve OGS kullanılıyor. Bu sistemlere araçların plakaları tanıtılıyor. Ayrıca sistem bakiyeniz azaldığında sizi uyarıyor. Ancak Avrasya tüneline bu uygulama ve uyarılar yok.”

Haberin üst sesinde de etkin bir cümle yapısı kullanılarak olay üzerine odaklanılmış ve Avrasya tüneli geçişi sırasında herhangi bir uyarı işareti olmadığı vurgulanmıştır. Diğer ücretli geçiş yol ve köprülerle kıyaslamaya gidilmiştir.

Haberi güçlendirmek için sunucu bir araca biniyor ve Avrasya tüneline geçerek hiçbir uyarı almadıklarını kanıtlamaya çalışıyor. Sunucu eksik bakiyeli olduklarını ifade eden, kameraman da uyarı almadıklarını göstermek için de tünel girişini çekiyor. *“Geçişte kullandığımız aracın bakiyesinin eksik olduğunu biliyorduk ancak geçiş esnasında sistemden herhangi bir bakiyeniz eksildi veya şu kadar para ödediniz diye bir ibareyle karşılaşmadık”* ifadelerini kullanıyor.

Aracın içinden çıkan sunucu, *“işte bu nedenle tüketiciler 16 bin liraya kadar çıkan cezalarla karşılaşılıyor”* dedi.

Haberin retoriğini güçlendirmek için ceza alan iki kişiyle röportaj yapılıyor. İlk ihlalli geçişi 13 Mart 2017 yaptığını söyleyen sürücü 8 bin 399 lira ceza aldığını ifade ediyor. Diğer sürücü ise 11 Şubat ile 12 Mayıs arasında geçişlerinin olduğunu ve 5 bin 295 lira ceza geldiğini söylüyor.

Haberin sonunda Tüketici birliği federasyonu Başkanı Bülent Deniz’in görüşlerini alarak kendi fikirlerini yorum katmadan yetkili birinin sözüyle desteklemişlerdir.

“Herhangi bir dava açıp haklarını arama noktasında değiller çünkü bir kaçak geçiş söz konusu. O cezayı ödeyecekler, bu adil değil. Biz hükümetin eksik bakiye ya da kaçak geçiş yapanları 1 kat ceza ile tolere etme cihetine gitmeleri ve sms ile uyarılması gerektiğini düşünüyorum”

Bu ifadede hükümetin uyguladığı sistem eleştirilmiş ve kanalın bu görüşe yer vermesiyle hükümetin uygulamalarından memnun olunmadığı söylemi oluşturulmuştur.

Haberin başından itibaren sunumunda etkin bir cümle yapısı kullanılmış, alt yazılar ve yapılan röportajlar ile alınan görüş ile yeniden söylem inşa edilmiştir.

Haberin başlık ve kJ'lerine bakıyoruz:

Başlık: Habersiz İhlale Şok Ceza

Başlık: Avrasya'da OGS Cezaları

KJ: Birçok Sürücü Ceza Şoku Yaşıyor

Bu haberin başlığında metin kavramsal olarak özetlenmiştir. Haber başlığı genel bir önerme olarak sunulmuştur. Bu önerme ile izleyiciye küresel tutarlılık sunulmuştur. Haberin sunumundaki önerme ile yapılan açıklama ile sebep sonuç ilişkisi kurularak metne yerel tutarlılık kazandırılmıştır.

13 Mart 2019 tarihli Gebze- Halkalı Marmaray Açılış Haberi:

İlk sunuş şu şekildeydi:

“Hızlı tren bugün artık açılışı yapıldı. Gebze-Halkalı hattından bahsediyoruz. O banliyo hattı açıldıktan sonra hızlı tren avrupa yakasına gelmiş oldu. Detayları, verilen mesajları aktaracağız.”

Haberin ikinci sunumuna geldiğinde, banliyo hattının istasyonlarının olduğu harita üzerinden spiker sunumunu yapıyordu:

“İşte bu harita bugün gündemimizde. Halkalı- Gebze hattını görüyorsunuz. Banliyö hattı. Hangi duraklar var üzerinde tek tek işaretledik. Açılışı Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından yapıldı hatta kendisi makinist koltuğuna geçti oradan verdiği mesajlara da bakacak. Toplam 43 hattan oluşuyor ve Halkalı-Gebze arasındaki bu süre yaklaşık 75 dk daha az oluyor. İstanbul açısından oldukça önemli, trafiği azaltması bekleniyor. Bu hattın kullanılmaya başlaması için 38 yeni istasyon açıldı ve

bir diğer önemi de Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğanın değindiği gibi demir ipek yolu artık burdan devam edecek yani aslında Asya ile Avrupa'da birbirine bağlanmış oldu. Harita üzerinden görmüş olduk gelin birde haberde izleyelim cumhurbaşkanı erdoğan hangi mesajları verdi?"

Etkin bir cümle yapısının kullanıldığı haberin sunumunda açılan Halkalı- Gebze hattının olumlu yönleri üzerinde durulmuş, aradaki sürenin 75 dakika kısılacacağı, trafiğe olası katkısı, demir ipek yolunun bu hat üzerinden devam edeceği, Avrupa yakasından hızlı trene ulaşılacağı ifade edilmiştir. Cumhurbaşkanının vereceği mesajlar ve değindiği ifadelere de dikkat çekilmiş, yapılan yatırımın desteklendiği görüntüsüyle yeniden söylem üretilmiştir.

Üst ses: *"Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan Gebze- Halkalı hattının açılışını yaptı. Makinist koltuğuna oturdu, hattın ilk seferini gerçekleştirdi."*

Haberin sunumunda spiker tren vagonunda olayı anlatmış, yapılan yatırımın faydalarını ön planda tutmuştur. İstasyonların yazıldığı haritayı göstererek: *"Bu hat sayesinde Gebze-Halkalı arasındaki mesafe 115 dakikaya düşecek. İşte şimdi vagonun içindeyiz dedik, 43 istasyon bulunuyor, o 43 istasyonu burda görebiliyoruz. Halkalıda başlıyor ve Gebzede sona eriyor."*

Haberin üst sesinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sık sık ifadeleri kullanılarak söylem inşa edilmiştir.

"Cumhurbaşkanı Erdoğan'a İstanbul belediye başkan adayı Binali Yıldırım da eşlik etti. Birlikte Maltepe'ye kadar seyahat ettiler. Erdoğan yolculuk öncesi yaptığı açılış konuşmasında banliyö hattının İstanbul trafiğini rahatlatacağını söyledi."

Erdoğan: *" Gebze- Halkalı banliyö hattı eskiden 185 dakikada kat edilebilen mesafedeyken şimdi 115 dakikaya inerek İstanbullulara net 1 saat 10 dakika kazandırdı."*

Bu hat saat tek yönde 75 bin günde ise 1 milyon 700 bin yolcu taşıyacak. İstanbul'un tam 10 ilçesi bu hattı doğrudan kullanma imkanına sahip olacak.”

Cumhurbaşkanının yaptığı konuşmalar kullanılarak haber örgüsü güçlendirilmiştir. Açılan hattın ilerleyen aşamalarında neler yapılacağı bilgilerine de yer ayrılmış, şehirlerarası var olan hatlarla olan entegrasyonu sağlanarak ulaşımı rahatlatacağı yönünde olumlu söylemler kullanılmıştır.

Haberin başlık ve Kçj'lerin bakıyoruz:

Başlık: Hızlı Tren Avrupa'da

Başlık: 43 İstasyon, 115 dk

Haberin başlığında izleyici tarafından bilindiği varsayılan bir önerme yazılmıştır. Bu önerme ile izleyiciye küresel tutarlılık sunulmuştur. İkinci önermede konu ile ilgili daha detaylı bilgiler mevcuttur. Belirtme ve açıklama işlevi görmektedir. İzleyiciye yerel tutarlılık sağlanmıştır.

3.8.3.2. 9 Ağustos 2012 Tarihli 'İstanbul 3. Havalimanı' Haberi ile 29 Ekim 2018Tarihli 'İstanbul Yeni Havalimanı' Açılışı Haberinin Kıyaslaması

9 Ağustos 2012 Tarihli 'İstanbul 3. Havalimanı' Haberi:

Haberin girişinde odak noktası olarak belirtilen konu İstanbul'a uçak ile seyahat yapılması durumunda çok sayıda rötar yapılması oldu. 'rötarlardan yandık diyorlar başka bir şey demiyorlar' ifadesi ile bu durum vurgulanmış, buna çözüm olarak 3. Havalimanı rötarlara çare olacak mı sorusuyla şüpheli bir algı yaratılarak yeni bir söylem üretilmiştir.

“Aslında epey süredir İstanbul'a uçakla seyahat edenler rötarlardan yandık diyorlar başka bir şey demiyorlar. Özellikle Atatürk havalimanının durumu malum, peki, acaba 3. Havalimanı yakında yapılacak, kurtarır mı bu durumu?”

Haberin devamında üst sekte 3. Havalimanı projesi hakkında övgü ile bahsedilerek ‘Dünyanın en büyük havalimanı olması planlanıyor’ ifadesi kullanılmıştır. Ayrıca havalimanının yer, alan ve bazı özellikleri hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Ancak inşa edilecek yerde kömür ocakları olduğu ve bu durumun zemin çalışmalarında maliyetleri artıracığı şeklinde öngöründe bulunulmuştur. Devamında projenin amacının Atatürk havalimanının yükünün azaltılması olduğu ifade edilmiş. Yükü azaltması için yapılan bir havalimanı ile dünyanın en büyük havalimanı olması bekleniyor ifadeleri kendi içinde çelişki ortaya çıkarmıştır.

Üst ses: İstanbula yapılacak 3. Havalimanı projesinin detayları ortaya çıkmaya başladı. Dünyanın en büyük havalimanı olması planlanıyor... Yeni uçuş merkezi 3 bin 500 hektarlık bir alanı kapsayacak ama havalimanı yapılmasını planan bölgede kömür ocakları var. Bu da zemin çalışmalarının maliyetini artıracak. Bu dev projede amaç özellikle artık ihtiyacı karşılamaya yetmeyen Atatürk havalimanının yükünü azaltmak.

Etkin bir dil kullanılan haberde genel olarak Atatürk ve Sabiha Gökçen Havalimanıyla bir kıyaslama yapılarak uçak ve yolcu sayıları ifade edilmiştir. Objektif verilerin ön planda tutulduğu haberde Atatürk Havalimanının yıllık yolcu kapasitesinin 62 milyon, Sabiha Gökçen’in ise 25 milyon olarak belirtiliyor. Yeni yapılacak havalimanında ise 150 milyon yolcuya ulaşılması hedefleniyor.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: İstanbul’a Üçüncü Havalimanı

Kj: Atatürk ve Sabiha Gökçen’in Kapasitesini İkiye Katlayacak

Haber başlığında tercih edilen önerme haber içeriğini özetleyecek şekilde sunulmuştur. Ancak sunumuna baktığımızda farklı bir konu ile ilişkilendirilerek anlatım yapılmıştır. Haberin başlığı ve kj’si kendi içinde ilgili ve bağlantılı olarak tercih edilmişken metin içeriğiyle uyumsuz olduğu tespit edilmiştir.

29 Ekim 2018 Tarihli 'İstanbul Yeni Havalimanı Açılışı' Haberi:

Haberin sunumunda açılışın merakla beklendiği ve özellikle yeni havalimanının adının ne olacağı üzerinden bir söylem üretilmiştir. Havalimanı açılışı 29 Ekim Cumhuriyet Bayramında yapıldığı için Cumhurbaşkanı Erdoğan, 29 Ekim Cumhuriyet Resepsiyonunu İstanbul yeni havalimanında yaptı. Bundan dolayı haber içeriğinde tarihte ilk defa Ankara dışında Cumhuriyet Resepsiyonu yapıldığı söylemi üretildi.

Haber içeriği Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın konuşmalarıyla oluşturulmuştur. İstanbul'un ülkemizin en değerli markası olduğunu, bundan dolayı yeni havalimanına 'İstanbul' adını verdiği söyleyen Erdoğan, konuşmasında Atatürk havalimanının fuar alanları ve millet bahçesi olarak aynı isimle hizmet vermeye devam ettiğini söylemiştir. Yeni havalimanının ise önümüzdeki 10 yıl boyunca büyümeye devam edeceğini, havalimanımızdaki her birimin uluslararası standartların üzerinde son teknolojiye sahip şekilde tasarlanmış ve inşa edildiğini ifade etmiştir.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Adı: İstanbul Havalimanı

KJ: İstanbul'un Yeni Havalimanı Açıldı

KJ: "İstanbul En Değerli Markamızdır"

Haber başlığında genel bir önerme sunulmuştur. Başlık, metin içeriğini özetlemiştir. Başlıktan sonraki sunumda detaylı bilgilere yer verilmiştir. İkinci önerme ile yerel tutarlılık ilişkisi sağlanmıştır.

3.8.3.3. 26 Nisan 2017 Tarihli 'Galataport'a Mühür' Haberi ile 6 Haziran 2019Tarihli 'Kruvaziyer Turizmi Canlandırdı' Haberinin Kıyaslaması

26 Nisan 2017 Tarihli 'Galataport'a Mühür' Haberi:

Haberde Galataport Projesi kapsamında gerçekleştirilen tarihi binaların yıkım işlemi ön planda tutularak projenin durdurulduğu üzerinden yeniden söylem üretilmiştir. Projenin çok tartışmalı olduğu hem haber sunuşunda hem de üst seste vurgulanmıştır. Tercih edilen kelimelere baktığımızda *'çok tartışıldı, hep gündemde kaldı, 12 yıllık tartışma, ardi ardına iş makineleri ile yıkıldı, tarihi dokusunun yok edildiği, inşaat mühürlendi'* şeklinde olumsuzlayan bir bakış açısı ortaya konulmuştur.

Haberin sunumu şu şekildedir:

İstanbulun en çok tartışılan projelerinden birisi Galataport projesi, en son proje kapsamında tarihi binalar yıkıldı. Biliyorsunuz o binaların yıkılmasının ardından proje için durdurma kararı çıktı.

Üst seste ise tartışmalı bir proje olduğu tekrar vurgulanarak yeniden söylem üretilmiştir.

“Çok tartışıldı, proje ilk ortaya çıktığından bu güne kadar hep gündemde kaldı. Ve 12 yıllık tartışma ve yıkım sonunda galataport projesi durduruldu.”

Haberin devamında yıkılan tarihi binaların hangileri olduğu belirtilerek süreç hakkında bilgi verilmiştir. Bu yıkımlar sonucu şehrin tarihi dokusunun zedelendiği savunularak tepki alınmış ve bunun üzerine suç duyurusu yapılarak projenin durdurulmasına karar verildi.

Haber metni şu şekildeydi:

1 ay önce tarihi Karaköy Yolcu Salonu ve Paket Postanesi Galataport projesi kapsamında ardi ardına iş makineleri ile yıkılmıştı. Bu yıkım büyük tepki çekmiş İstanbulun tarihi binaları ve tarihi dokusunun yok edildiği belirtilmişti. Bu yıkımlarla ilgili olarak İstanbul 2 numaralı koruma kurulu üyeleri savcılığa suç duyurusunda bulundu ve proje yerinde incelendi. İnceleme sonucunda Paket Postanesi ve Karaköy Yolcu Salonunun yıkım şekli ve tadilat projelerinin uygun olmadığına karar verildi. Ve çalışmalar İstanbul Büyükşehir Belediyesi ekipleri tarafından durduruldu. Ve inşaat

mühürlendi. Galataport'un inşasını yapan yetkililer tarihi binaların yıkımına gösterilen tepkilere, binaların ayınlarının yapılacağını açıklayarak cevap verdi.

Haberin başlık ve KJ'lerine bakıyoruz:

Başlık: Galataport'a Mühür

KJ: İstanbul'un Tarihi Binaları Yıkılmıştı

Bu haberin başlığı izleyicinin bildiği tahmin edilerek oluşturulan bir durum önermesidir. Bu önerme ile küresel tutarlılık oluşturulmuştur. Haberın sunumundaki ikinci önerme daha açıklayıcı, daha fazla bilgi içermektedir. İkinci önerme birinci önerme ile bir sebep-sonuç ilişkisi sunduğu için izleyiciye yerel tutarlılığı sunar.

6 Haziran 2019 Tarihli 'Kruvaziyer Turizmi Canlandırdı' Haberi:

Haberin sunuşu Kruvaziyer Turizminin 4 yıl aradan sonra yeniden canlandığı üzerine kurgulanmıştır. Devamında Ekim ayına kadar 22 Kruvaziyer gemisinin geleceği ve 2020 yılına kadar bu sayının 80'e çıkacağı belirtilmiştir. Galataport projesinturizmi canlandırmak için önemli bir rol oynayacağı algısı yaratılmak istenen haberde Nisan ayında açılacağı belirtilmiştir.

Haberin sunumu: *Kruvaziyer turizmi bu yıldan itibaren tekrar canlandı. İstanbul'a 4 yıl aranın ardından kruvaziyer gemisi geldi. Gemi büyük bir ilgiyle karşılandı.*

Haberde kullanılan kelimelere baktığımızda 'tekrar canlandı, 4 yıl aranın ardından, çok mutluyuz, ülkemiz için mutluluk kaynağı, daha çok büyük gemiler gelecek' ifadeleri ile olumlu bir bakış açısı oluşturulduğunu görebiliyoruz.

Haberde retoriği güçlendirmek için geminin karşılanmasını izleyen bir kişiyle röportaj yapılmıştır:

“Seneler sonra ilk defa bir gemi geldi buraya, törenle karşılandı. İnşallah Galataport bitince önümüzdeki Nisanda açılacak, daha çok büyük gemiler gelecek.”

Haberin başlık ve KJ'lerine bakıyoruz:

Başlık: Kruvaziyer Turizmini Canlandırdı

KJ:İstanbul'a Kruvaziyer Gemisi Geldi

Haber başlığında metni özetleyen genel bir önerme sunulmuştur. Haberin ikinci önermesinde daha fazla bilgi verilmiştir. Açıklama ve betimleme niteliğindedir. İkinci önerme ile izleyiciye yerel tutarlılık sağlanmıştır.

3.8.4. Siyaset Haberleri Eleştirel Söylem Çözümlemesi

Siyaset haberleri kapsamında referandum haberlerinin kıyaslaması yapılmıştır.

**3.8.4.1. 28 Şubat 2017Tarihli ‘Liderlerin Referandum Gündemi’ Haberi İle
28 Şubat 2019 Tarihli ‘28 Şubatın 22. Yıl Dönümü’ Haberinin Kıyaslaması
28 Şubat 2017 ‘Tarihli Liderlerin Referandum Gündemi’ Haberi:**

Haberin sunumunda grup toplantılarında referandum konusu ile 22 Şubat hakkındaki açıklamalar iç içe bir şekilde verilmiştir. Başbakan Binali Yıldırım'ın ifadeleri ile yeniden söylem üretilmiştir.

Haberin sunumu:

Ak partiyle başlayalım. Başbakan Binali Yıldırım'ın grup toplantısında verdiği mesajlara referandum kadar 28 Şubat damga vurdu. 28 Şubat'ta demokrasiye balans ayarı verdik diyenlerin kulağına ‘15 Temmuz küpe olsun’ dedi başbakan. CHP lideriyle haftasonudan bu yana devam eden tek adam tartışmasına 1 kez daha yanıt verdi.

Haberin üst sesine bakıyoruz. Grup toplantılarında referandum konusunun konuşulduğunu ancak 28 şubatla ilgili ifadelerin öne çıktığı söyleniyor. Ayrıca CHP ile referandum ile tek adam tartışmaları ve 600 vekil konusuna değinildi. Haberin içeriğinde farklı konu başlıkları birlikte sunularak yeniden söylem üretilmiştir.

Partilerin grup toplantılarında verdiği mesajlarla başlayalım o zaman. Aslında referandum konuşuldu elbette ama Ak Parti'nin grubunda Başbakan Yıldırım'ın 28 Şubat süreciyle ilgili verdiği mesajlar öne çıktı. 28 Şubat'ta demokrasiye balans avarı verdik diyenlerin kulağına 15 Temmuz küpe olsun dedi. Chp ile referandum tartışması devam etti özellikle Kılıçdaroğlundan gelen tek adam rejimi ve 600 vekil eleştirilerine yanıt geldi.

Haberin devamında Başbakan Yıldırım'ın 15 Temmuz darbe girişimi süreciyle ilgili sözleriyle haber inşa edilmiştir.

“Türkiyeyi mevsimlik hükümetlerden kurtardık kurtarmasına ama şimdi bunu anayasal güvence altına alıyoruz. Kavgaların, otellerdeki pazarlıklarla düşürülen hükümetlerin Türkiyesine bir daha dönmeyeceğiz.”

Üst ses: 28 Şubatın yıl dönümünde böyle konuştu. Başbakan Yıldırım grup toplantısında 15 Temmuz darbe girişimini hatırlatarak verdi mesajlarını.

“Milletin iradesine darbe vurmaya çalışanlar 28 Şubat'ı planlayanların hedefiyle aynı hedeftedir. Demokrasiye balans avarı verdik diyenler 15 Temmuz kulağınızda küpe olsun.”

Haberin başlığına bakıyoruz:

Başlık: Liderlerin Referandum Gündemi

Başlık: 28 Şubat'ın Yıl Dönümü

KJ: “Balans Ayarcılara 15 Temmuz Küpe Olsun”

Haberin ilk başlığında sunulan önerme konu ile ilişkisizdir. İkinci önerme ile haberde verilen ana konu hakkında bilgi verilmiş, izleyiciye yerel tutarlılık sunulmuştur.

28 Şubat 2019 Tarihli '28 Şubatın 22. Yıl Dönümü' Haberi:

Haberin sunumunda etkin bir kullanılmış, odak noktası 28 Şubat'ın yıl dönümü olmuştur. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sözleriyle yeniden söylem üretilen haberin sunumu:

Bugün 28 Şubatın post modern darbenin 22. Yıldönümü. Cumhurbaşkanı Erdoğan'da Erzurum mitinginde 28 Şubatta o gün yaşananlara ilişkin mesajlar verdi. Demokrasi adına utanç günüydü dedi ve her darbenin bir beka sorunu olduğunu belirtti. Eleştiri oklarının hedefinde ise CHP vardı.

Erdoğan, "Demokrasimiz adına o utanç gününün 22. Yıldönümü. Başörtülü kızlarımızı kalkıp da odalara, onları hesaba çeken ve başlarını açtırmak suretiyle içeri alan evet rektör yardımcısı hanım daha sonra CHP milletvekili oldu biliyorsunuz. Bu chp zihniyetidir. Camilerimizi ahıra çeviren bu chp zihniyetidir. Biz bugün Türkiye'nin beka meselesinden söz ettiğimizde bazıları bunu istiza ile karşılıyor. Halbuki bu ülkenin tarihindeki her darbe her cunta her vesayet girişiminin bizatihi kendisi bir beka sorunuydu. Türkiye son 6 yıldır tarihinin hiçbir döneminde olmadığı kadar çok sayıda ve çok yönlü saldırıya maruz kaldı. Bunların hiç biri de raslantı değildir.

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: 28 Şubat'ın 22. Yıl Dönümü

KJ: Erdoğan: Demokrasi Adına Utanç Günü

Haber başlığında izleyiciye bildiği varsayılan bir durum önermesi sunularak küresel tutarlılık metine yansıtılmıştır. Haberin ikinci önermesi olan sunumda daha detaylı bilgilere yer vererek izleyiciyle yerel tutarlılık ilişkisi kurulmuştur.

3.8.4.2.23 Mart 2017 Tarihli Referandum Haberi ile 28 Mart 2019 Tarihli

‘GBT’ler Elimizde, Adım Atarız’ Haberinin Kıyaslaması

23 Mart 2017 Tarihli Referandum Haberi:

Etkin bir cümle yapısının kullanıldığı haberin sunumunda CHP liderinin seçim konuşmalarından kesitlerle yeniden söylem üretilmiştir. Haber kaynağı olarak muhalif siyasi parti liderinin seçim çalışmaları kapsamında yaptığı açıklamalar kullanılmıştır. Hükümetin kendisi hakkında ileri sürdüğü eleştirilere cevap vermesi üzerinden yeniden söylem üretilmiştir. Genel olarak metin içinde Kılıçdaroğlu hakkında samimi bir lider algısı yaratılmıştır.

“CHP lideri bugün Afyonda idi. STK temsilcileri ve muhtarla görüştü, hükümet sözlerimi çarpıtıyor bir de valilerin, kaymakamların muhtarlara baskı yaptığını ileri sürdü.”

CHP lideri Kılıçdaroğlu’nun ifadeleriyle habere başlanıyor. *“Kılıçdaroğlu dedi ki belediyeleri ve muhtarlıkları bir kararnameyle kaldırırız, ben böyle bir şey demedim. Belediye lafını onlar ilave ediyorlar.”*

Haberin üst sesinde CHP liderinin kendini savunduğu şekilde ifadelerle söylem üretilmiş ve devamında referandum buluşmaları hakkında bilgi verilmiştir.

Üst ses, *“Doğruları söylemiyor ifadelerine böyle açıklık verdi. CHP lideri Afyondaki referandum buluşmalarına iş adamları ve muhtarlarla başladı.”*

Haberin devamında CHP liderinin hükümete yönelik eleştirilerine yer verilmiş, hükümetin birçok kadrolar aracılığıyla baskı yaptığı üzerinde durulmuş, CHP liderinin tırnak içinde, konuşmasından kesitlerle verdiği ifadeleri ile yorum yapmadan benzer görüşte oldukları söylemi üretilmiştir.

Ayrıca hükümetin birçok imkânı olduğu ancak kendilerinin bunların hiçbirinden faydalanmadıklarını, tek güvencelerinin Allah ve halkın olduğu ifadeleriyle Kılıçdaroğlu hakkında samimi bir intiba oluşturulmaya çalışılmıştır.

CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun yer verilen ifadeleri şu şekildeydi:

“Muhtarların üzerine baskı yapıldığını da biliyorum, kaymakamlar tarafından valiler tarafından baskı yapıldığını biliyorum, iş dünyasına baskı yapıldığını biliyorum, konuşmayın dediklerini biliyorum, illa çıkın meydanlarda evet deyin, bu baskıların yapıldığını biliyorum.

Devletin bütün imkânlarını kullanıyorlar, beni üzen birde çıkıp meydana diyorlar ki; Biz mağduruz. Peki biz? Devletin uçağını, imkânlarını kullanmayız, Bizim güvencemiz ne? Bizim güvencemiz Allah'ımız ve halkımız arkadaşlar.”

Haberin devamında CHP liderinin Afyon gezisi anlatılmış, PKK saldırısında şehit düşen Mehmet Dama'nın evini ziyaret ettiği, bebeğine altın taktığı, Susuz belediyesinde halkla beraber öğle yemeğini yediği, 16 yaşındaki bir kız ile yaptığı konuşma ve bir sonraki durağının Emirdağ olduğu söylemi ile CHP liderinin halkın içinden halka beraber samimi ilgili bir lider olduğu imajı verilmiştir.

Haberin sonunda ise katıldığı mitinde bir vatandaşın elindeki MHP dövizine dikkat çekilerek, bizi bölmek istiyorlar, ayırmak istiyorlar, buna izin vermeyeceğiz. Kavga etmek istiyorlar kavga etmeyeceğiz ifadeleriyle yeniden söylem üretilmiştir.

Haberin başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Referanduma Doğru

KJ: Kılıçdaroğlu: Sözlerimi Çarpıtıyorlar

Haberin başlığı kavramsal olarak metni özetlemiştir. Genel bir önerme olarak tercih edilmiştir. Haber başlığı spesifik bir önermedir. Başlıktan sonra, sunumda ikinci

önerme daha detaylı bilgi içermektedir. İkinci önerme ile yerel tutarlılık ilişkisi sağlanmıştır.

28 Mart 2019 Tarihli 'GBT'ler Elimizde, Adım Atarız' Haberi:

Haberin sunumu gençlerle buluşan Cumhurbaşkanı Erdoğan'a yöneltilen sorular üzerinden kurulmuştur. Başlığının GBT'ler üzerinden oluşturulan haberde, çözüm sürecinden bahsedilmiş ve gençlerle olan neşeli diyalogu ile yeniden söylem üretilmiştir.

Haberin sunumu şu şekildedir:

Gençlerle buluşmasında millet ittifakının bazı belediye meclis üyeleri ile ilgili terör iddialarına dair 'GBT'ler elimizde seçimden sonra adım atarız' dedi. Gençler Cumhurbaşkanına HDP ile neden çözüm süreci yürütüldüğünü sordu. Erdoğan, onlar alınan kararlara sadık kalmadılar yanıtını verdi.

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sözüyle habere başlanmıştır.

"GBT'leri her şeyi hazır olarak elimizde tutuyoruz, seçim sonucu neticelere göre adımlarımızı atacaz"

Haberin devamında Cumhurbaşkanı Erdoğan, gençlerin çözüm süreciyle ilgili sorularını cevapladı. Çözüm sürecini ülkenin kanaat önderleriyle yürüttüklerini söyledi. Ancak onların alınan kararlara uymadığını ifade ederken, üst ses bu ifadeyi güçlendirmek için Cumhurbaşkanının sözlerini yineledi.

Cumhurbaşkanı, *"Çözüm sürecini biz onlarla değil, Dolmabahçe'deki benim çalışma ofisimde bütün bu ülkedeki kanaat önderlerini oraya davet etmek suretiyle oturup yaptık. Ama bunlar ne yazık ki orada alınan kararlara sadık kalmadılar. Dağlardaki gelen emre uymak suretiyle aldığımız kararların tamamen aksine hareket ettiler."*

Üst ses: *Cumhurbaşkanı bir daha öyle bir süreç olmayacağını da altını çizdi.*

Bu görüşmenin ardından Cumhurbaşkanı Erdoğan ile gençler arasında samimi bir diyalogda yaşandı. Gençlik sırrını soran gençlere Erdoğan, doğal ve samimi bir konuşma şekliyle cevap verdi. Özel hayatıyla ilgili paylaşımlarda bulunan Cumhurbaşkanı Erdoğan, beslenme şeklinden, uyku düzeninden, eşi Emine Erdoğan'ın ilgisinden bahsetti. Haberin devamında, gençlerle vakit geçirmeye devam eden Cumhurbaşkanı Erdoğan onlarla birlikte döner yedi.

İfadelere baktığımızda:

'Gençlik sırrınızı alalım Efendim'

"Gençlik sırrı da olsa artık yaş malum bir yere geldi. Sigara içmeyiz, alkol almıyoruz, uykumuza dikkat ederiz. Gıdamıza mümkün olduğunca dikkat ediyoruz. Sağ olsun evdede hanımefendi bizi bu noktalarda ciddi manada sıkıştırır, öyle herşeyi yememize müsaade etmez. Kendisi aynı zamanda alternatif tıptır."

Üst ses: *Erdoğan sohbetin ardından gençlerle birlikte döner yedi.*

Haber başlıklarına bakıyoruz:

Başlık: Millet İttifakı Listeleri

KJ: Erdoğan:GBT'lerle İlgili Adım Atarız

Haberin başlığı izleyici tarafından bilindiği tahmin edilen bir durum önermesidir. Haberin sunumundaki ikinci önerme ile daha detaylı bilgiler verilmiş, betimleyici ve açıklamalı anlatım ile yerel tutarlılık metne yansıtılmıştır.

3.9.Sahiplik Sürecinin Habercilik Fonksiyonuna Etkisinin Yorumları

Haber bültenlerinde yer verilen haberler sayesinde izleyiciler dünyada ve ülkesinde neler olup bittiğini takip eder. Haberin gerçeğin aynısı sanıldığı algısı onu en

etkili mecralardan biri yapar. Bültenlerde yer alan haberlerin yapım ve içeriği medya kuruluşlarında yayın politikası gereğince istihdam edilen kişilerden oluşmaktadır. Böylece haber içeriklerinin hazırlanması sürecinde editoryal bağımsızlık olgusunun ne kadar geçerliliğini koruduğu akıllara gelmektedir.

Haber programlarının bir televizyon programı türü olması onun da kurgulanabilir olmasını sağlamaktadır. Haberlerin kullanılmasına karar verecek kişi haber yönetmeni veya editördür. Bu kişinin görevi öncelikli olarak seçilen haberin değeri ile yayın politikasının uyuşmasını takip eder. Böylece haberin üretim ve söyleminin oluşmasında iki etken karşımıza çıkar. Birincisi, çalışılan kurum, ikincisi ise haber yönetmeninin tercihidir.

3.9.1.Haber Analizlerinin Değerlendirilmesi

Bu kısımda analizi yapılan ekonomi, yatırım ve siyaset haberlerinin kıyaslaması bulunmaktadır.

3.9.1.1. 11 Ocak 2016 ‘Orta Vadeli Plan’ Haberi ile 20 Eylül 2018 ‘Yeni Ekonomi Programı’ Haberi

Her iki haberin söylemi makro açıdan değerlendirildiğinde haber başlıkları, görüntülerin ve kçlerin konu ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. 11 Ocak 2016 Orta Vadeli Plan haberinin ana olay sunumunda, milli gelirin hesaplanması yönteminde bir şeffaflık olmadığı söylemi üretilmiştir. Habere yüklenen bağlam ilişkisine baktığımızda Orta Vadeli Plan ile milli gelirden bir yanıtın yapıldığı, hükümet politikalarına karşı yapıcı olmaktan uzak bir tutum izlenmiştir. Haber kaynağı olarak Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek’in açıklamalarına yer verilmiştir. 20 Eylül 2018 tarihli Yeni Ekonomi Planı haberinin ana olay sunumunda ise planın içeriğine dair bilgilere yer verilmiştir. Ardalan bilgisi olarakta Orta Vadeli Planın neden isminin değiştirilip Yeni Ekonomi Planı olarak ifade edildiği bilgisi verilmiştir.

Mikro açıdan değerlendirdiğimizde, haber başlığı ve kç'ler kısa ve basit cümlelerden oluşmaktadır. Haberlerin retorliğini güçlendirmek için sayısal verilere ve rakamlara yer verilmiştir. İki haberde de hükümet kaynaklı açıklamalara yer verilmiştir.

Orta Vadeli Plan Haberinde kullanılan olumlu ve olumsuz kelime sayısına baktığımızda 11 Ocak 2016 tarihli haberde 36 adet olumsuz kelime ile 8 adet olumlu kelime kullanılmıştır.20 Eylül 2018 tarihli haberde ise genel olarak olumlu bir algı oluşturularak, 27 adet olumlu kelimenin olduğu dikkat çekerken olumsuz her hangi bir algıya yol açabilecek kelimeye rastlanmamıştır.

Konu ile ilgili aynı gün yayımlanan bir diğer haber kıyaslamasına baktığımızda;

Makro açıdan analizini yaptığımız haberlerin başlık, kç ve görüntülerinin konu ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir. 11 Ocak 2016 tarihli haberin ana olay ve sunumunda Türkiye'de enflasyonu düşürmek amacı ve bunu gerçekleştirmek üzere ne yapılması gerektiği üzerinden kurgulanmış. Devamında bireysel emeklilik konusu ele alınmıştır. 20 Eylül 2018 tarihli haberde ise ana olay ve iş dünyasının yeni ekonomi paketinden memnuniyetini ifade eden açıklamalar oluşturuyordu.

Mikro açıdan analizi yapıldığında haber başlığı ve kç'lerin basit ve kısa cümleler ile ifade edildiği tespit edilmiş. Etkin bir dilyapısının kullanıldığı haberde, haber kaynakları olarak hükümet tarafından açıklamalar yapıldığı görülmüştür. Haberlin retorliğini güçlendirmek için sayısal veriler ile iş dünyasının temsilcileri ile yapılan röportajlara yer verilmiştir.

11 Ocak 2016 tarihli haberde kullanılan olumlu kelime sayısı 5 iken; olumsuz kelime sayısı 10 adet tespit edilmiştir.20 Eylül 2018 tarihli haberde ise 26 adet olumlu kelimenin yanında olumsuz bir algıya yol açabilecek kelime kullanılmadığı dikkat çekmiştir.

3.9.1.2. 28 Kasım 2016 ‘Bir Süre Sonra Düşer’ Haberi ile 13 Ağustos 2018 ‘Hafızamı mı Okuyorsunuz’ Haberi:

İki haberin söylemi makro açıdan incelendiğinde 28 Kasım 2016 tarihli haberin başlığı, haberin içeriğiyle uyumlu olarak görülürken, 13 Ağustos 2018 tarihli haberin başlığı ile içeriği arasında bir ilişki kurulmadığı tespit edilmiştir. Bu tarihli haberde içerik olarak döviz kuru ana olay olarak kurgulanmışken, başlıkta konu ile ilgisiz bir söylem üretilmiştir. 28 Kasım 2016 tarihli haberin ana olay sunumu olarak yüksek seyrini devam ettiren dolar kuru için Hükümet sözcüsü Numan Kurtulmuş’un açıklamaları ele alınmıştır.

Mikro açıdan analiz edildiğinde haber başlığı ve k’lerin uzun, etken ve basit ifadelerden oluştuğu tespit edilmiştir. Metinde kullanılan cümle yapıları genellikle basittir. Haber kaynağı olarak iki haberde de hükümet yetkilileri tarafından yapılan açıklamaların kullanılmasıyla benzerlik göstermektedir. Retorik açıdan incelendiğinde de iki haberin başlığında haber aktörünün ifadeleri kullanılmıştır.

Haberlerde kullanılan olumlu ve olumsuz kelime sayılarına baktığımızda 28 Kasım 2016 tarihli haberde, 25 adet olumsuz kelime tespit edilmişken 14 adet olumlu kelime mevcuttur. 13 Ağustos 2018 tarihli haberde ise olumsuz kelime sayısı 3 iken olumlu kelime sayısı 8 adet tespit edilmiştir.

3.9.1.3. 14 Şubat 2017 ‘Cari Açık’ Haberi ile 11 Mart 2019 ‘Cari Açık’ Haberi:

İki haberin makro açıdan analizi yapıldığında başlık, k’ ve görüntülerin konu ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Ana olay sunumlarında cari açık rakamlarına yer verildi. 14 Şubat 2017 tarihli haberde döviz kurundaki yükseliş ile cari açığa meydana gelen azalma arasında araldan ve bağlam bilgisi kurulmuştur.

Mikro açıdan incelendiğinde başlık ve kj'ler kısa ve basit olarak ifade edilmiştir. 11 Mart 2019 tarihli haberin cümle yapılarına baktığımızda daha çok nedensel ve işlevsel ilişkiye dayalı bir anlatım söz konusudur. Cümle yapısı basittir. Haberlerin retoriğinde sayısal verilere oldukça yer verilmiştir.

14 Şubat 2017 tarihli haberde kullanılan olumlu ve olumsuz kelime sayısına baktığımızda, olumlu kelime sayısı 2 iken; olumsuz kelime sayısı 10 adet tespit edilmiştir. 11 Mart 2019 tarihli haberde ise olumlu kelime sayısı 10 adet iken olumsuz kelimeye rastlanmamıştır.

3.9.1.4. 16 Mart 2017 'Merkez Faiz Kararı' Haberi ile 13 Eylül 2018 'Merkez Bankasından Rekor Faiz Artışı' Haberi:

İki haber makro açıdan incelendiğinde haber başlığı, kj ve görüntülerle uyumlu kullanılmıştır. Haberlerin ana olay sunumunda faiz artışı söylemi üretilmiştir.

Mikro açıdan incelendiğinde haber başlıkları kısa ve açık ifadelerden oluşmaktadır. Haberlerin retoriği, sayısal verilerden oluşmaktadır. 13 Eylül 2018 tarihli haberde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın açıklamalarına yer verilmiştir ve bu haberin ardalanda Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın faiz hakkındaki düşünceleri yer almaktadır. Haber metninde daha çok nedensel ve işlevsel ilişkiye dayalı anlatım tespit edilmiştir.

16 Mart 2017 tarihli haberin içinde geçen olumlu kelimeler 4 adet iken; olumsuz kelime sayısı 19 adet tespit edilmiştir. 13 Eylül 2018 tarihli haberde geçen olumlu kelime sayısı 4; olumsuz kelime sayısı 22 adet tespit edilmiştir.

3.9.1.5. 12 Haziran 2017 Büyüme Haberi ile 11 Mart 2019 Büyüme Haberi:

İki haberde makro açıdan incelendiğinde başlıklar, kj ve görüntüler ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir. 12 Haziran 2017 haberinin ana olay sunumunda, büyüme oranı beklentilerin üzerinde %5 gerçekleşmesi çerçevesinde söylem üretilmiştir. Haberde ardalanda ve bağlam bilgisi mevcuttur. 11 Mart 2019 tarihli haberin ana olay ve

sunumunda ise 2018 yılının son çeyreğinde daralma yaşandığı halde yıllık büyümenin %2,6 olduğu üzerinde söylem üretilmiştir. Haberin ardalanı ve bağlam bilgisinde Yeni Ekonomi programına atıf yapılmıştır.

Mikro açıdan incelendiğinde başlıklar net, kısa ve açıklayıcı olarak yazılmıştır. Haberin retorikini güçlendirmek için sayısal ifadelerle sıklıkla yer verilmiş ve iki haberde hükümet yetkililerinin yaptığı açıklamalar bulunmaktadır. Başbakan Yardımcısı Mehmet Şimşek, Maliye Bakanı Naci Ağbal ve Başbakan Yardımcısı Nurettin Canikli'nin görüşleri haber kaynağı olarak sunulmuştur. 2019 tarihli haberde Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın twitter hesabındaki açıklamaları kaynak olarak kullanılmıştır.

12 Haziran 2017 tarihli haber içindeki olumlu kelime sayısı 44 iken; olumsuz kelime sayısı 38 olmuştur. 11 Mart 2019 tarihli haberdeki olumlu kelime sayısı 16 iken olumsuz kelime sayısı 6 olarak tespit edilmiştir.

3.9.1.6. 13 Kasım 2017 Gıda Fiyatları Haberi ile 13 Şubat 2019 Gıda Fiyatları Haberi

İki haberinde makro analizi yapıldığında konu ile ilişkili başlık, kJ ve görüntünün kullanıldığı tespit edilmiştir. 13 Kasım 2017 haberinin ana olay sunumunda mevsim dönüşlerinden dolayı sebze-meyve fiyatlarının yüksek olması işlenmiştir. Söylemsel olarak yüklenen anlam herşeyin zamlandığı yönünde olumsuz bir bakış açısı hakimdir. 13 Şubat 2019 tarihli haberin ana olay sunumu ise fiyatları oldukça yüksek olan sebze meyvenin fiyatlarını düşürmek için tanzim satış noktalarının kurulmasıdır. İki haberde ardalanı ve bağlam bilgisi kullanılmıştır.

Mikro analiz yapıldığında başlıklar ve metin içi cümleler açıklayıcı bir şekilde kullanılmıştır. Her iki haberin retorikinde sebze-meyve fiyatları, röportajlara yer verilmiştir. Ayrıca cümle yapılarını incelediğimizde nedensel ve işlevsel bağlam kurulduğunu görebiliyoruz. 13 Şubat 2019 tarihli haberde ardalanı bilgisi olarak tanzim

satış noktalarının Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın talimatıyla açıldığı bilgisi yer alıyordu. Ayrıca söylemsel olarak habere yüklenen anlam 'uzun kuyruklar, ucuza sebze meyve, saatlerce beklediler' ifadeleri ile olumsuz bir bakış açısının yanında tanzim noktaları için Halk Ekmek gibi fiyat skalasını belirlediği, etkilediğini olumlayan görüşlere yer verilmiştir.

13 Kasım 2017 tarihli haberde geçen olumlu ve olumsuz kelime sayısına dikkat ettiğimizde 37 adet olumsuz kelime sayısı dikkat çekmiştir. 13 Şubat 2019 tarihli haberde ise kullanılan olumlu kelime sayısı 17 adet iken olumsuz kelime sayısı 12 olmuştur.

3.9.1.7. 26 Nisan 2017 Tarihli 'Türk-İş Araştırması 'Haberini ile 27 Eylül 2018 Tarihli ' Açlık Sınırı Asgari Ücreti Geçti' Haberini:

Her iki haberin analizi makro açıdan incelendiğinde başlık, kJ ve görüntülerin konu ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. 19 Ağustos 2017 tarihli haberin ana olay ve sunumu Türk-İş araştırma sonucu ile geçim derdinin devam ettiği şeklinde yeniden söylem üretilmiştir. Ardalın ve bağlam bilgisi olarak kısmen olumlu da olsa yaz mevsiminde meyve-sebze fiyat düşüşlerinin olumlu bir yansıması olduğu ifade edilmiştir. Haberinin mikro analizine baktığımızda haber başlığı ve metin içindeki ifadeler anlaşılır ve açıklayıcıdır. Cümle yapılarında nedensellik ve işlevsellik ilişkisi bağlamında bir anlatım tercih edilmiştir. Haberinin retorikliği sayısal veriler ile güçlendirilmiştir.

27 Eylül 2018 tarihli haberin ana olay ve sunumunda ise başlığında açıkça ifade edildiği gibi asgari ücretin açlık sınırının altında kalması ile yeniden söylem üretilmiştir. Buna bağlı olarak asgari ücrette bu açığı kapatacak şekilde bir zam beklentisi oluşturulmuştur. Haberinin mikro analizinde ise cümle yapıları birbirini açıklayıcı, başlık ve metin açık, anlaşılır olarak şekilde sunulmuştur. Haberinde rakamsal verilere yer ayrılmıştır.

Haberde geçen olumlu ve olumsuz ifadelere baktığımızda 19 Ağustos 2017 tarihli haberin olumlu kelime sayısı 2 adet olarak tespit edilmişken olumsuz kelime sayısı 5 adettir. 27 Eylül 2018 tarihli haberin olumlu kelime sayısı 2 iken, olumsuz kelime sayısı 11 olarak tespit edilmiştir.

3.9.1.8. 8 Şubat 2016 Tarihli ‘Turizmin Zor Yılı’ Haberi ile 31 Mayıs 2019 Tarihli ‘Turizmde Nisan Rüzgârı’ Haberi:

Her iki haberin söylemi makro açıdan incelendiğinde, haber başlıkları, kç ve görüntülerin konu ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. 8 Şubat 2016 tarihli haberin ana olay ve sunumu ülkemize gelen rus turistlerin ocak ayında %81 azaldığı üzerinden yeniden söylem üretilmiştir. Önceki yıllar hakkında bilgilendirme yapılmış ve Rus turistlerin gelmeme nedeni olarak yaşanan terör olayları ve Rusya ile mevcut gerginlik ardalan ve bağlam bilgisi olarak sunulmuştur. Haberin mikro analizine baktığımızda kullanılan başlık ve metin içi cümleler anlaşılır ve kısa olarak tercih edilmiştir. Cümleler arasında bağlantılı bir anlatımla sunulmuştur.

31 Mayıs 2019 tarihli haberde ana olay ve sunumu Nisan ayında ülkemize gelen turist sayısının fazla olduğu üzerinden söylem üretilmiştir. Mikro açıdan incelediğimizde haber başlığı ve metin içindeki cümlelerin anlaşılır, kısa ve net olduğu tespit edilmiştir. Cümleler arasında bağlantı kurularak nedensel ve işlevsel ilişkiye dayalı bir anlatım tercih edilmiştir. Retorik açıdan inandırıcılığını artırmak için sayısal verilere oldukça yer ayrılmıştır.

Haber metinlerinde kullanılan kelimeler incelendiğinde 8 Şubat 2016 tarihli haberde 17adet olumsuz kelime tespit edilmişken olumlu kelime sayısı 5 adettir. 31 Mayıs 2019 tarihli haberde ise olumsuz algı oluşturabilecek kelime tercih edilmemişken olumlu kelime sayısı 9 adet olarak tespit edilmiştir.

3.9.1.9. 26 Nisan 2017 ‘Fasulyede Vergi Sıfırlandı’ Haberi İle 11 Mart 2019 ‘Patatese İthalat Yolu Açıldı’ Haberi

İki haberin analizi makro açıdan kıyaslandığında kullanılan başlık, kj ve görüntülerin konu ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. 26 Nisan 2017 tarihli haberde ana olay ve sunumu fasulyede gümrük vergisinin kaldırılmasının yerli çiftçiye zarar vermesi etrafında şekillenmiştir. Haberde ardalan ve bağlam bilgisine yer verilmiştir. Mikro açıdan incelendiğinde kullanılan cümle yapıları nedensellik ve işlevsellik ilişkisi üzerinden bir anlatım tercih edilmiştir. Cümle yapıları net, anlaşılır bir şekildedir. Haber kaynakları olarak sektörde yetkili kişilerden görüş alınmıştır. Sayısal veriler kullanılarak retorik güçlendirilmiştir.

11 Mart 2019 tarihli haberde ise ana olay ve sunum patatesten gümrük vergisinin kaldırılması gıda enflasyonunu düzenleme aracı olarak yeniden söylem üretilmiştir. Haberde diğer ülkelere uygulanan vergi oranları hakkında ardalan ve bağlam bilgisine yer verilmiştir. Mikro analizde ise kullanılan cümle yapıları sade ve anlaşılır olmuştur. Haber kaynağı olarak Tük verileri tercih edilmiş ve retorik güçlendirmek için sayısal veriler kullanılmıştır.

Haberlerde kullanılan olumlu ve olumsuz kelime sayısına baktığımız zaman, 26 Nisan 2017 tarihli haberde 18 adet olumsuz kelime tespit edilmişken olumlu algı oluşturabilecek kelime görülmemiştir. 11 Mart 2019 tarihli haberde ise ne olumlu ne olumsuz kelime tespit edilememiş, bilgi içerikli bir haber sunumu olmuştur.

3.9.1.10. 19 Eylül 2017 Tarihli ‘ÖTV Sıfırlandı Satış Arttı’ Haberi İle 31 Ekim 2018 Tarihli ‘KDV ve ÖTV’de İndirim Müjdesi’ Haberi

İki haberde makro açıdan incelendiğinde başlık, kj ve görüntülerin konu ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. 19 Eylül 2017 tarihli haberin ana olay ve sunumunda yapılan ÖTV indirimlerinin sona ermesinden sonra fiyat artışının nasıl olacağı yönünde yeniden söylem üretilmiştir. Ardalan ve bağlam bilgisi olarak Ocak ayında 30 Nisana

kadar yapılması planlanan indirimlerin 30 Eylül'e kadar uzatılacağı bilgisi sunulmuştur. Mikro analizine baktığımızda ise haberin başlığı neden-sonuç bağlantılı, anlaşılır bir şekilde tercih edilmiştir. Metin içindeki cümle yapıları nedensellik ilişkisiyle bağlantılıdır. Haberde sıkça indirimli ve indirimsiz fiyatlar hakkında bilgi verilerek retorik güçlendirilmiştir. Hükümet yetkilisi tarafından yapılan bilgilendirme olumsuz bir algı oluşturarak sunulmuştur.

31 Ekim 2018 tarihli haberin ana olay ve sunumu ise Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın 6 ana başlıkta ÖTV ve KDV'de indirim yaptığı açıklaması üzerinden yeniden söylem üretilmiştir. Haberde ardalan ve bağlam bilgisi olarak enflasyonla topyekün mücadele kapsamında böyle bir karar alındığı açıklanmıştır. Haberin mikro analizine baktığımızda kullanılan haber başlığı ve k'ler anlaşılır, açıklayıcı olarak tercih edilmiştir. Cümle yapıları nedensellik ve işlevsellik bağlamında ilişkilendirilen bir üslupla sunulmuştur. Haberin retorikini güçlendirmek için rakamsal veriler sıkça kullanılmış ve haber kaynağı olarak hükümet tarafından bir yetkilinin olumlu bir anlatımla sunulan açıklamaları tercih edilmiştir.

Haberlerde geçen olumlu ve olumsuz kelime sayısına baktığımızda 19 Eylül 2017 tarihli haberin olumlu kelime sayısı 4 iken olumsuz kelime sayısı 8 olarak tespit edilmiştir. 31 Ekim 2018 tarihli haberde ise olumlu kelime sayısı 6 adet olarak tespit edilmişken olumsuz bir algı oluşturabilecek kelime kullanılmamıştır.

3.9.1.11. 20 Aralık 2016 'Avrasya Tüneli' Haberi ile 13 Mart 2019 'Gebze-Halkalı Marmaray Banliyö Hattı' Haberi

20 Aralık 2016 haberini makro açıdan incelediğimizde kullanılan başlıkların konu ile ilgisi olmadığını tespit ediyoruz. Haberin ana olay sunumunda Avrasya Tünelinin açılışıyla ilgisiz, farklı bir konu çerçevesinde söylem üretilmiştir. Söylemsel olarak habere yüklenen anlam bu açılışın ertelenmesinin beklendiği üzerine kurgulanmıştır. Ardalan ve bağlam bilgisi olarak Avrasya Tünelinin açılışıyla ilgisiz bir şekilde marmaray projesi hakkında bilgiler verilmiştir.

Haberi mikro açıdan incelediğimizde kullanılan başlıklar aktif cümlelerden oluşur. Cümle yapılarında daha çok nedensel ve işlevsel ilişkiler tespit edilmiştir. Haberin retoriğinde her ne kadar İktidarın Ulaştırma Bakanı ile röportaj yapılsa bile olumsuzlayan bir bakış açısı ile söylem üretilmiştir.

Avrasya tüneli ile ilgili 'Habersiz ihlale şok ceza' başlıklı bir diğer haberin makro analizine baktığımızda kullanılan başlık, kç, görüntüler konu ile ilgili olarak tercih edilmiştir. Olayın ana sunumu Avrasya tüneline geçiş sırasında eksik bakiye ve kaçak geçişlerde hiçbir uyarıcının bulunmaması olarak kurgulanmıştır. Ardalan ve bağlam bilgisi verilmiştir. Mikro analizde ise başlıkta kullanılan cümleler kısa ve açıklayıcı bir şekildedir. Cümle yapıları nedensellik ve işlevsellik ilişkileri üzerine kurulmuştur. Haberin retoriğinde cezaya uğrayan kişiler ile röportaj ve sayısal ifadelere yer verilmiştir.

2 Haberde geçen olumlu ve olumsuz kelime sayısına baktığımızda 54 olumsuz kelime ile 9 olumlu kelime tespit edilmiştir.

13 Mart 2019 haberini makro açıdan incelediğimizde başlıklar, kç ve görüntüler ile tutarlılık söz konusudur. Haberde ana olay sunumu Banliyö hattının açılması çerçevesinde olumlu bir bakış açısıyla söylem üretilmiştir. Haberde ardalan ve bağlam bilgisine yer verilmiştir. Mikro açıdan analizi yapıldığında başlıklar basit cümlelerden oluşur. Haberin retoriğini güçlendirmek için görsel grafikler ile sayısal veriler kullanılmıştır. Söylemsel açıdan habere yüklenen değerinde hükümet politikalarını destekleyen nitelikte bir tutum izlenmiştir.

Tamamen olumlu bir algı üzerine kurulan 13 Mart 2019 tarihli haberde kullanılan kelimelerin niteliğine baktığımızda olumlu kelime sayısı 16 adet iken olumsuz algı oluşturacak hiçbir kelime kullanılmamıştır.

3.9.1.12. 9 Ağustos 2012 ‘İstanbul 3. Havalimanı Haberi’ ile 29 Ekim 2018 ‘İstanbul Yeni Havalimanı Açılışı’ Haberi:

İki haberde makro açıdan incelendiğinde tercih edilen başlık, kj ve görüntüler konu ile ilgilidir. 9 Ağustos 2012 tarihli haberin ana olay sunumunda, İstanbul’a yapılan uçak seyahatlerinde çok sayıda rötör yaşandığı ve 3. Havalimanının buna çare olup olmayacağı söylemi oluşturulmuştur. Kullanılan söylem dilinin yapıcı olmaktan uzak olduğu tespit edilmiştir. Hükümet politikalarını desteklemekten uzak bir algı yaratılmaktadır. Haberde ardaan ve bağlam bilgisine yer verilmiştir. Mikro açıdan incelendiğinde kullanılan kelimeler kısa, açıklayıcıdır. Cümle yapıları işlevsellik ve nedensellik ilişkileri göz önünde tutularak bir anlatım oluşturulmuştur. Haberin retorğinde metrekare alanı, yıllık yolcu potansiyeli gibi sayısal verilere yer ayrılmıştır.

29 Ekim 2018 tarihli haber makro açıdan incelendiğinde ana olay ve sunumunda yeni havalimanının isminin ne olacağı ile Cumhuriyet Resepsiyonu üzerine kurgulanmıştır. Haberin başlık, kj ve görüntülerin konu ile ilişkili olduğu görülmüş, ardaan ve bağlam bilgilerine yer verilmiştir. Mikro açıdan incelediğimizde haber başlığı ve kj’ler kısa ve açıklayıcıdır. Cümle yapılarında nedensellik ilişkileri kurularak bir anlatım tercih edilmiştir. Retorik açıdan baktığımızda Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın yaptığı açıklama ile haber kurgulanmış, haber kaynağı olarak kullanılmıştır.

9 Ağustos 2012 tarihli haberde kullanılan olumlu ve olumsuz kelimelere baktığımızda 17 adet olumsuz kelime ile 5 adet olumlu kelime tespit edilmiştir. 29 Ekim 2018 tarihli haberde ise olumsuz kelime kullanılmadığı tespit edilirken 7 adet olumlu kelime tercih edilmiştir.

3.9.1.13. 26 Nisan 2017 Tarihli ‘Galataport’a Mühür’ Haberi ile 6 Haziran 2019 Tarihli ‘Kruvaziyer Turizmi Canlandırdı’ Haberi

İki haberi makro açıdan incelediğimizde haberle ilgili başlık, kj ve görüntülerin kullanıldığı tespit edilmiştir. 26 Nisan 2017 tarihli haberin ana olay ve sunumunda

Galataport projesinin durdurulma kararı ele alınmıştır. Ardalan bilgisi olarak proje kapsamında tarihi binaların yıkımının tepki çektiği ifade edilmiştir. 6 Haziran 2019 tarihli haberin ana olay ve sunumunda Kruvaziyer gemisinin İstanbulda limana demir atması ile Kruvaziyer turizminin canlanması ele alınmıştır. Ardalan ve bağlam bilgisi olarak Galataport limanı açılmasının bu turizmde önemli bir yere sahip olduğu ifade edilmiştir.

Mikro açıdan ele aldığımızda başlıkların kısa ve anlaşılır olduğu tespit edilmiştir. Cümle yapılarında nedensellik ve işlevsellik ilişkileri kullanılarak anlatım tercih edilmiştir. 26 Nisan 2017 tarihli haberde savcılık kararı haber kaynağı olarak kullanılırken, 6 Haziran 2019 tarihli haberde yaşanan bir olay haber kaynağıdır. Ayrıca retoriği güçlendirmek için vatandaş ile gerçekleştirilen, haberi söylemsel olarak destekleyecek şekilde olan ropörtajına yer verilmiştir.

Haber metinlerinde kullanılan kelimeleri incelediğimizde 26 Nisan 2017 tarihli haberde 24 adet olumsuz kelime tespit edilirken olumlu kelimeye rastlanmamıştır. 6 Haziran 2019 tarihli haberde kullanılan kelimeler incelendiğinde ise 16 adet olumlu kelime tespit edilirken olumsuz algı oluşturabilecek kelimelerden kaçınılmıştır.

3.9.1.14. 28 Şubat 2019 Tarihli ‘28 Şubatın 22. Yıl Dönümü’ Haberi İle 28 Şubat 2017 Tarihli ‘Liderlerin Referandum Gündemi’ Haberi:

Makro açıdan incelediğimiz 28 Şubat 2017 tarihli haberinde başlık ve k’ nin konu ile ilgisiz olduğu tespit edilmiştir. Haberin ana olay ve sunumunda Ak parti grup konuşmasında Başbakan Binali Yıldırımın 28 Şubat yıl dönümüyle ilgili konuşması ele alınmıştır. Ardalan ve bağlam bilgisi olarak 28 Şubat ile 15 Temmuz darbe girişimi arasında ilişki kurularak yapılan konuşmaya yer verilmiştir. Mikro açıdan haberi incelediğimizde kullanılan başlık genel bir ifadeden oluşmaktadır. Cümle yapıları nedensellik ilişkisine dayalı bir anlatım tercih edilmiştir. Haber kaynağı olarak Başbakan Yıldırımın açıklamaları kullanılmıştır.

28 Şubat 2019 tarihli haberin makro analizinde ise haber başlıklarının konu ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Haberin ana olay ve sunumunda 28 Şubat Post modern darbenin yıl dönümü ele alınmıştır. Söylemsel açıdan habere yüklenen anlamı ortaya koymak için ardalın ve bağlam bilgisi olarak Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın o gün yaşanan gelişmelere ait açıklamalarına yer verildi. Mikro açıdan incelediğimizde başlık ve k'ler kısa ve anlaşılır bir şekilde tercih edilmiştir. Cümle yapısı nedensellik ve işlevsellik ilişkileri kurularak bir anlatım yapılmıştır. Haber kaynağı ve retorikini güçlendirmek için Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın açıklamaları üzerinden söylem üretilmiştir.

28 Şubat 2017 tarihli haberin olumlu ve olumsuz kelimelerine baktığımızda olumlu kelime sayısı 12 iken olumsuz kelime sayısı 11 olmuştur. 28 Şubat 2019 tarihli haberde ise olumlu kelime sayısı ile olumsuz kelime sayısı eşit olarak 5 adet tespit edilmiştir.

3.9.1.15. 23 Mart 2017 Tarihli Referandum Haberi ile 28 Mart 2019 Tarihli 'GBT'ler Elimizde, Adım Atarız' Haberi

Haberleri makro açıdan incelediğimizde 23 Mart 2017 tarihli haberde kullanılan başlık, k' ve görüntülerin konu ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Haberin ana olay ve sunumunda CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nun hükümet tarafından yöneltilen eleştirilere cevap vermesi ele alınmıştır. Ardalan ve bağlam bilgisi olarak hükümetin eleştirel söylemlerine yer verilmiştir. Haberin mikro analizine baktığımızda kullanılan başlık ve k'lerin kısa ve anlaşılır olduğu görülmüş, cümle yapısı olarak nedensellik ve işlevsellik ilişkileri kurularak anlatım yapılmıştır. Haberin kaynağı olarak CHP lideri Kılıçdaroğlu'nun açıklamaları kullanılmıştır.

28 Mart 2019 tarihli habere baktığımızda ise makro açıdan başlık, k' ve görüntülerin konu ile uyumlu olduğu görülmüştür. Haberin ana olay ve sunumunda gençlerle bir araya gelen Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sorulara cevap vermesi ele alınmıştır. Gençlerin HDP milletvekilleriyle ilgili terör iddialarına yanıt vermiş,

söylemsel açıdan habere yüklenen anlam itibariyle ardalın ve bağlam bilgisi olarak çözüm süresiyle ilgili bilgilere yer vermiştir. Mikro analizine baktığımız zaman ise kullanılan başlıkların net ve kolay ifadeler olduğu tespit edilmiştir. Cümle yapıları nedensellik ilişkisi kurularak oluşturulmuştur. Haberin retorğinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın doğrudan konuşması alıntılanmıştır.

Bu haber kıyaslamasında olumlu ve olumsuz kelime sayılarının tespit edilme aşamasında fark edilen nokta, Aydın Doğan döneminde muhalif taraf kaynak olarak tercih edilirken, Demirören Grubu döneminde hükümet tarafı kaynak olarak kullanılmıştır. İki dönemde de yakın oldukları taraf hakkında olumlu bir algı oluşturmak üzere yeniden söylem üretilirken, dikkat çekici olumlu ve olumsuz kelimeye rastlanılmamıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Hazırlanan bu çalışmada Aydın Doğan Grubundan Demirören Grubuna geçen CNN Türk TV'nin haber üretim aşamalarında editoryal bağımsızlığının korunup korunmadığı veya söylemlerinde meydana gelen değişikliğin sahiplik yapısıyla ne kadar ilintili olduğu tespit edilmiştir.

1980'li yıllardan bu yana yaşanan teknolojik değişikliklerle birlikte medya sektöründe ciddi gelişmeler yaşanmış, sahiplik yapılarında el değiştirmelere ve satın almalara yol açmıştır. Böylece teknolojik gelişmelerin maliyetleri artırmasıyla özel sermayenin bu alana doğru yönelme süreci başlamış oldu. Sermaye grubu zamanla medya sektöründeki ağırlığını arttırdı. Reklam ve ilan gelirlerinde devletin yerini özel sektörün alması sermaye grubunu bu alanda güçlendirdi. Aileden gazetecilik mesleğini devam ettiren nesilden iş adamlarının eline doğru kaymaya başlayan medya sektöründe editoryal anlamda farklı bakış açılarının da sunulduğu sonuçlar görülmüştür.

Medya sektörünün dördüncü kuvvet olması özelliğinden dolayı geniş kitlelere ulaşabilme, iktidarı etkileme, mesaj verebilme, siyasi erk üzerinde etkileyici gücü bulunuyor. Sermaye gruplarının diğer iş alanlarına kıyasla karı daha az olsa dahi etkisi sebebiyle satın almada tercih ediliyor. Günümüzde medya grupları elektrik, madencilik, finans, enerji, otomotiv, sanayi gibi faaliyet alanlarında iş yapıyor, sahip oldukları medya kuruluşlarını çalıştırdıkları alanların reklamını yapma, ihale yoluyla kazanımlar elde etme, olumlu bir algı yaratma amacıyla kullanıyorlar.

Çalışmanın ana hatlarını oluşturan eleştirel ekonomi politik yaklaşım, medyada sahiplik sürecinin incelendiği temel noktalardandır. Medyanın ekonomi politik yaklaşımı sadece

üretimle değil üretim ilişkileri ile de bağlantı kurar. Golding ve Murdock'un 'kitle iletişiminin ekonomi politiği' makalesine göre medyanın ürettiği meta olarak kabul edilir ve sahibi kim ise onun kontrolündedir. Üretimi ve dağıtımının yanında içeriklerin ideolojik görevlerini de inceler. Bunun yanında üretim araçlarına sahip olan güçlerin zihinsel üretim araçlarına da hâkim olduğu görüşü ekonomik politikçilerin temel kabul ettiği düşüncedir. Buna göre kontrolü elinde tutanlar kamuoyunu yönetme yetkisine sahip olarak halkın izleyeceği, duyacağı her türlü iletiyi düzenli propaganda kampanyaları ile canlı tutarlar.

Ekonomi politikçilerin medya mülkiyetine bakış açısı ise medya sahiplerinin iktidar ile olan ilişkilerini fazla değiştirmedeği yönündedir. İktidarı elinde tutanlar medyayı denetlemek için sahiplik yolunu tercih etmektedirler. Bundan dolayı medya sahipleri genellikle iktidara yakın bir duruş sergilemektedir. İktidarın gücünden faydalanmak isteyerek yayınlarını da bu ilişkiyi destekleyecek şekilde yönlendirmektedir.

Eleştirel söylem çözümlemesi yapılırken haberler ana konu başlıklarına ayrılmıştır. Ekonomi Haberleri, Siyaset Haberleri ve Yatırım Haberleri olarak 3 ayrı başlık altında çözümlemesi yapılmış ve kullanılan olumlu ve olumsuz kelime sayıları belirlenmiştir. Sahiplik yapısının değişmesinin ardından ne gibi sonuca ulaşıldığı tespit edilmiştir.

Buna göre ekonomi haberlerine baktığımızda toplam 22 adet haber analizi yapılmıştır. Aydın Doğan Grubuna ait olduğu dönemde haberlerde geçen olumlu kelime sayısı 88; olumsuz kelime sayısı 223 olarak tespit edilmiştir. Demirören Grubuna geçtikten sonra olumlu kelime sayısında artış yaşanmış ve 125 adet tespit edilirken olumsuz kelime sayısı azalarak 54 adet olmuştur.

Yatırım haberinden 7 adet haber incelenip analiz edilmiştir. Çıkan sonuca göre Doğan Grubundaki haberlerde olumlu kelime sayısı 14 adet iken olumsuz kelime sayısı

95 olmuştur. Demirören grubundaki haberde ise olumlu kelime sayısı 39 iken olumsuz algıya yol açabilecek kelimelere yer verilmediği görülmüştür.

Siyaset haberlerine baktığımızda ise 4 adet analiz yapılmıştır. Buna göre olumlu kelime sayısı Aydın Doğan döneminde 12 adet tespit edilirken olumsuz kelime sayısı 11 olmuştur. Demirören grubundaki haberlerde ise olumlu ve olumsuz kelime sayısı eşit olarak 5 adet tespit edilmiştir. Bu kısımda dikkat çekilmesi gereken nokta olarak şunu söyleyebiliriz. İki dönemde de yayın politikası ve sahiplik yapısı olarak kendine yakın olarak görülen siyasi kesim hakkında olumlayan haber söylemleri üretilmiştir. Aydın Doğan dönemi muhalif kanat hakkında pozitif içerikli haber içerikleri hazırlarken, Demirören grubunda bu durum tam tersine geçmiş ve hükümet kanadı hakkında olumlu haber içerikleri oluşturulmuştur.

Netice itibariyle sahiplik yapısı Doğan grubundan Demirören Grubuna devredilen CNN Türk TV'de kamuoyu nezdinde meydana gelen hükümet yanlısı algının gerçekliğini tespit etmek amacıyla bu çalışma yapılmıştır. Sahiplik yapısı el değiştiren CNN Türk TV'nin editoryal sürecinde ne gibi değişiklikler olduğu incelenmiş, muhalif görüşte yayın yapmakta iken Demirören Grubuna geçtikten sonra hükümet yanlısı içerikler üretmeye başlanmıştır. Yaşanan medya mülkiyetindeki değişiklik iktidar ilişkilerini besleyen bir süreci getirmiştir. Medya sahibi kanalın muhalif çizgisini korumayı tercih etmemiş, çıkar ilişkilerine göre yayın politikası üretmektedir. Benzer başlıklı haber konularının söylemi oluşturulurken sahiplik yapısının editoryal kadro üzerindeki etkisi gözler önüne serilmiştir. Bunu tespit etmek için eleştirel söylem çözümlemesi tekniğinden yararlanılmıştır. Bu teknik kullanılırken haberlerin mikro ve makro yapısı irdelenmiş, haber başlıkları, haber girişleri, ana olay ve sunuş, ardaan ve bağlam bilgisi, haber kaynakları, sentatik analiz, sözcük seçimleri ve haberlerin retoriği incelenmiştir Yapılan bu çalışma ile haber üretim aşamalarında yaşanan değişiklikler objektif olarak ortaya çıkarılmıştır

5.KAYNAKÇA

Kitaplar

Adaklı, G. (2006).*Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*. Ankara: Ütopya Yayınları.

Adaklı, G. (2001).Türkiye’de Televizyon Yayıncılığının Dinamikleri, *Medya Politikaları*. B. Kejanhoğlu, S. Çelenk, G. Adaklı (derl.). Ankara: İmge Kitapevi.

Akdemir, Ç.(2011).Medya Ekonomisi ve Türkiye’de Basın Piyasasının Ekonomik Analizi. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi SBE.

Aras, Ö. (2008). Türk Basınının Mülkiyet ve Sahiplik Yapısı Bağlamında Özelleştirme Uygulamaları. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi SBE

Andrew B.ve Ruth C. (2011). *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*. Nurçay Türkoğlu(çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Bruce Hanlin, (1994). “Gazete Sahipleri, Editörler ve Gazeteciler”, *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*.Andrew Belsey ve Ruth Chadwick (ed.). Nurçay Türkoğlu (çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları

Bulut, S. (2009). *Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi*. Selda Bulut (çev.) Ankara: Ütopya Yayınları

Çam A.ve Şanlıer, İ. (2015) Türkiye’de Medyanın 2002 Sonrası Dönüşümü. U.Uraz Aydın. (der).*Neoliberal Muhafazakar Medya*. İstanbul: Ayrıntı yayınları.

Doğan, G. (2013). *Söylem Çözümlemesi*. İstanbul: Papatya Bilim

- Duran, R. (1999). *Burası Dünya Polis Radyosu Global Medya Eleştirileri*. İstanbul: YKY
- Durna, T.(2010). *Medyadan Söylemler*. Tezcan Durna (derl.). İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık
- Dursun, Ç. (2001). *TV Haberlerinde İdeoloji*. Ankara: İmge Kitapevi
- Dursun, Ç.(2004). *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi*. Ankara: Elips Yayınevi
- Erdoğan, İ. Ve Korkmaz, A. (2002). *Öteki Kuram Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Değerlendirilmesi*. Ankara: ERK Yayınları
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (1994). *Popüler Kültür ve İletişim*. Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Ertan Keskin, Z.(2004). “Türkiye’de Haber İncelemelerinde van Dijk Yöntemi”, Çiler Dursun (Ed.), *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi*. Ankara: Elips Yayınevi.
- Gadimov, J. (2012). Herman ve Chomsky’nin Propaganda Modeli: Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası. (Elektronik Versiyon). Zirve Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 2015, 2 (2), 215-226.(10 Mart 2018)
- Golding, P ve Murdock, G.(2014). “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”, *Medya Kültür Siyaset*, Süleyman İrvan(derl.). Ankara: Pharmakon
- Gülenç, K.(2015)*Frankfurt Okulu Eleştiri, Toplum ve Bilim*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Güllüoğlu, Ö.(2012). *İletişim Bilimlerinde Araştırma Yöntemleri Yazılı Metin Çözümleme*. Ankara: Ütopya Yayınevi
- Güngör, N. (2016). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Güventürk, G.(1999). *Basında Ekonomik Bağımlılık 1970’lerden 1990’lara Basında Tekelleşme*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları

Herman, E. ve Chomsky,N. (2012). *Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Politikği*
Dr. Ender Abadoğlu (çev.).İstanbul: Bgst Yayınları

İliç, D. (2014). “Türkiye’deki Anaakım Televizyon Kanallarında Editoryal Bağımsızlık-
Profesyonellik İdeolojisi İlişkisi” (Elektronik Versiyon). Gümüşhane Üniversitesi
İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi. 2 (4), 100-122 (8 Şubat 2019)

İşkar, E. (2014). Türkiye ile ETA Arasında Yürütölen Terör Müzakerelerin Yazılı
Basında Ele Alınış Biçiminin Söylem Analizi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
Ankara: Kara Harp Okulu Komutanlığı Savunma Bilimleri Enstitüsü

Kejanlıoğlu, B.(2005). *Frankfurt Okulunun Eleştirel Bir Uğrağı İletişim ve
Medya*.Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

Kılıçatan, E.(2011).*Türk Medyasında Dönüşüm ve Değişen Sahiplik Yapısı*.İstanbul:
Literatürk Yayıncılık

Kuyucu, M.(2012)*Türkiye’de Medya Ekonomisi*. İstanbul: Esen Kitap

Laughey, D.(2010) *Medya Çalışmaları Teoriler ve Yaklaşımlar*. İstanbul: Kalkedon
Yayıncılık

Lundby, K. Ve Ronning, H. (2014). “Medya, Kültür, İletişim: Medya Kültürü
Aracılığıyla Modernliğin Yorumlanması”, *Medya Kültür Siyaset*, Süleyman İrvan(derl.)
Ankara: Pharmakon

Marx. K. Ve Engels F. (2013). *Alman İdeolojisi*. Ankara: Sol Yayınları

Mutlu, E.(2005).*Kitle İletişim Kuramları*.Erol Mutlu. (der.). Ankara: Ütopya Yayınları

Nikitin, P(1968).*Ekonomi Politik*. Hamdi Konu(çev.).Ankara: Sol Yayınları

Olkun, E. (2013). *Türkiye’de Medya Sahiplik Yapısındaki Değişim: Vatan ve Milliyet
Gazeteleri Örneği*. Konya: Selçuk Üniversitesi SBE

O'Neil, J.(1998). "Piyasada Gazetecilik Yapmak", *Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar*, Andrew Belsey ve Ruth. Chadwick(ed.). Nurçay Türkoğlu(çev.).İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Özer, Ö. (2011). *Haber Söylem İdeoloji*. Konya: Literatürk

Özsever, A.(2004). *Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci Türkiye'de Basın Çalışanlarının Sorunları ve Bir Model Önerisi*. Ankara: İmge Kitapevi

Shoemaker, P. ve Reese, S. (2014). "İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi", *Medya Kültür Siyaset*, Süleyman İrvan(derl.). Ankara: Pharmakon

Sönmez, M.(2004.)*Filler ve ÇimenlerMedya ve Finans Sektöründe Doğan-Anti Doğan Savaşları*.İstanbul: İletişim Yayınları

Tılıç, D.(1998). *Utanyorum Ama Gazeteciyim Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik*.İstanbul: İletişim Yayınları

Tomgüshehan, T.(2017) Türkiye'de Çözüm Sürecinde Yazılı Basının Eleştirel Söylem Analizi: Sabah ve Özgür Gündem Gazeteleri Örnek Olayı. *Yayımlanmamış Doktora Tezi*. Lefkoşa: Yakındoğu Üniversitesi SBE

Ülkü, G.(2004). "Söylem Çözümlemesinde Yöntem Sorunu ve Van Dijk Yöntemi", Çiler Dursun (Ed) *Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi*.Ankara: Elips Yayınevi

Yaylagül, L. ve Korkmaz, N.(2008). *Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji*.Levent Yaylagül ve Nilüfer Korkmaz(derl.).Ankara: Dipnot Yayınları

Yaylagül, L. (2019). "Eleştirel Ekonomi Politik Perspektiften Devlet ve Medya İlişkisi". (Elektronik Versiyon).Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. 5 (2), 134-152. (1 Haziran 2019)

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/6-haziran-2019-persembe><https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/31-mayis-2019-cuma><https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/11-mart-2019-pazartesi><https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/13-mart-2019-carsamba><https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/28-mart-2019-persembe><https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/28-subat-2019-persembe>

<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/13-subat-2019-carsamba>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/31-ekim-2018-carsamba>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/29-ekim-2018-pazartesi>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/27-eylul-2018-persembe>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/20-eylul-2018-persembe>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/13-eylul-2018-persembe>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/13-agustos-2018-pazartesi>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/13-kasim-2017-pazartesi>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/19-eylul-2017-sali>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/12-haziran-2017-pazartesi>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/19-haziran-2017-pazartesi>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/16-mart-2017-persembe>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/26-nisan-2017-carsamba>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/23-mart-2017-persembe>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/28-subat-2017-sali>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/28-kasim-2016-pazartesi>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/8-subat-2016-pazartesi>
<https://www.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/ana-haber/11-ocak-2016-pazartesi>

<http://beyazgazete.com/video/anahaber/cnn-turk-12/2012/08/09/istanbul-a-3-havaalani-310308.html>

