

## Türkiye’de Neoliberal Politikaların Haber Medyasına Yansımaları: Anaaakım Medyanın Ekonomi Haberleri Üzerine Bir İnceleme

The Reflections of Neo-Liberal Policies to the News Media in Turkey: A Study on Economy News of Mainstream Media

Fulya ŞEN

Yrd. Doç. Dr., Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-posta: fulyasen@firat.edu.tr

Zakir AVŞAR

Prof. Dr., Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-posta: zakiravsar@gmail.com

### Anahtar Kelimeler:

neoliberalizm, medya endüstrisi, anaakım medya, kamusal sorumluluk

### Öz

Medya, toplumsal yapının siyasî ve ekonomik yeniden üretiminin önemli araçlarından biri olarak meta üretimi kuralları içinde hareket etmektedir. Türkiye’de medya, ekonomik ilişkiler ağı içinde siyasî iktidara bağımlı bir durumdadır. Güç/ iktidar ilişkileriyle örülü toplumsal alana ilişkin anlam çerçeveleri oluşturan haberlerin, bu egemen ilişkileri sorgulayan ve eleştiren bir içerikten yoksun olduğu görülmektedir. Ekonomi haberlerinin çerçevesi, medyanın ekonomik ve sosyal haklara odaklı çoğulcu ve eşitlikçi bir anlayışı dışladığını ve neoliberal ideoloji ile uyumlu olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın amacı, günümüzde demokratik bir toplumda medyanın rolünü tartışmak, sermayenin kontrolünde olan medyanın kamusal sorumluluk anlayışından uzaklaştığını ve sınıf temelli eşitsizlikleri haber konusu yapmadığını ortaya koymaktır. Bu çalışmada, neoliberalizme eklenmiş anaakım medyayı temsil eden *Hürriyet* ve *Sabah*’ın ekonomi haberleri konular ve aktörler açısından incelenmiştir.

### Keywords:

neoliberalism, media industry, mainstream media, public responsibility

### Abstract

Media is one of the most important means of political and ideological reproduction of social structure and has moved within rules of commodity production. Media depends on political power in network of economic relations in Turkey. It is seen that news which constructs the frame of meaning related to public sphere surrounded by power relations lacks a content questioning and criticizing dominant relationship. The frame of economy news shows that media excludes pluralist and egalitarian understandings focused on economic and social rights and conforms with neoliberal ideology. The aim of this study is to debate the role of media in a democratic society today and to prove that media under the control of capital has become far from the understanding of public responsibility and been unable to deal with issues of inequality based on class. In this study, economy news of *Hürriyet* and *Sabah* newspapers, representing mainstream media integrated with neoliberalism, is examined in terms of topics and actors.

## Giriş

Günümüzde günlük yaşam pratiklerine daha fazla nüfuz eden ve tüm toplumsal ilişkileri etkileyen medya, toplumsal denetimin ve değişimin başlıca araçlarından biri olarak önemli bir güç ve iktidar kaynağıdır. Modern toplumlarda bireyler kendi deneyimleri dışında kalan dünyayı büyük ölçüde medyanın kendilerine sunduğu çerçeveler içinde kavramakta ve anlamlandırmaktadır. Bir üst yapı kurumu olarak ideoloji üretmesinin yanı sıra medya, ekonomik bir etkinlik alanı oluşturmakta ve teknik alt yapısı, istihdam potansiyeli, üretim ve tüketim süreçleriyle serbest piyasa sisteminde yer alan diğer ticarî kuruluşlarla aynı mantığa göre işlemektedir. 1980’lerden sonra dünyaya egemen olan neoliberalizme dayalı küreselleşme sürecinde medya-sermaye-devlet üçgeninde yeni bir endüstri inşa edilmiştir. Geline nokta medya, topluma haber ve bilgi aktarma işleviyle yüklü kamusal hizmet üreten bir kurum olmaktan uzaklaşmış, kamusal sorumluluğunu yerine getirmekle yükümlü gazetecilik mesleğinin pratikleri dönüşüme uğramıştır. Böyle bir ortamda medyanın toplumsal rolünün sorgulanması gerekmektedir (Kaya, 2009). Türkiye’de 1980’den sonra uygulanan neoliberal politikalar sonucunda medya sektöründe sahiplik yapısı büyük ölçüde değişmiştir. 1990’larda radyo ve televizyon yayıncılığında devlet tekelinin sona ermesinin ardından, büyük holdingler dikey ve yatay birleşmeler aracılığıyla sektörün tüm alanlarına egemen olmaya başlamıştır. Medya sektöründe çapraz birleşmeleri engelleyen, basın özgürlüğünü ve medyada çoğulculuğu güvence altına alan ve medya sahiplerinin kamu ihalelerine girmelerini engelleyen yasal düzenlemelerin eksikliği nedeniyle büyük sermaye grupları ve iktidar arasında organik ilişkiler ağı oluşmuştur.

Neoliberalizmin kamu sektörünü radikal bir biçimde dönüştürmesiyle birlikte özellikle yayıncılık alanı olmak üzere pek çok alanda kamu hizmeti ve kamu yararı anlayışı da terk edilmiştir. Medya sermayesi, tekelleşme ve uluslararasılaşma yönünde bir eğilim göstermiş ve bunun sonucunda alternatif medya olanakları zayıflamıştır. Büyük sermayenin oyun alanının genişlemesi sürecinde medyadaki çalışma ilişkilerinin yapısı da değişmiş ve sendikasılaştırma politikaları egemen olmuştur. Bu süreçte, medya yöneticilerinden oluşan yeni bir sınıf yaratılmış ve bu sembolik seçkinler, medyanın ideolojik işlevlerine yeni bir boyut getirmiştir. Bütün bunlar, toplumsal eşitlik ve özgürlük gibi temel değerler üzerinde aşındırıcı bir etki yapmıştır. Yeni medya düzeninde neoliberal politikalara karşı çıkabilecek toplumsal güçler ekonomik, siyasî ve ideolojik olarak bu alanın dışına itilmişlerdir. Sektördeki yoğunlaşmanın gazetecilik pratiklerini değiştirmesiyle birlikte haber medyası, medya yöneticileri ile ekonomik ve siyasî iktidarın etki alanına girmiştir. Güç/iktidar ilişkileriyle örülü toplumsal alana ilişkin anlam çerçeveleri oluşturan ve mevcut güç/iktidar ilişkilerini yeniden üreten haber metinleri, bu egemen ilişkileri sorgulayan ve eleştiren bir içerikten yoksundur. Anaakım medyanın hak ihlallerini haber yapmaması ve madunları (yoksulları, kadınları, çocukları) temsil etmemesi demokrasilerde medyanın kamusal sorumluluğu üzerinde düşünmek için tartışılması gereken temel sorunlardır. Ekonomi haberlerinde sendikalar, işçi hakları, sosyal güvenlik, yoksulluk gibi konular yerine iş ve finans dünyası, kamu-özel sektör işbirliği gibi daha çok sermaye kesimine yönelik konulara yer verilmektedir. Ekonomi haberlerinin çerçevesi, medyanın ekonomik ve sosyal haklara odaklı çoğulcu ve eşitlikçi bir anlayışı dışladığını ve neoliberal ideoloji ile uyumlu olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmanın amacı, medyanın bir endüstriye dönüşmesiyle birlikte kamusal sorumluluk anlayışının nasıl içinin boşaltıldığını ortaya koymak, böylece günümüzde medyanın demokrasiye katkılarını tartışmak ve toplumsal eşitlik idealinin medya eliyle nasıl zayıflatıldığını göstermektir. Bu tartışma; medya sermayesinin oluşumunu, yapısal özelliklerini, medya aktörlerinin sınıfsal konumunu ve siyasî iktidarla organik ilişkilerini temel alan eleştirel ekonomi-politik bir perspektiften yapılmıştır. Bu çalışmada, neoliberalizme eklenmiş yeni medya düzenini temsil eden anaakım medyanın ekonomi haberlerinin bir haritası çıkartılmaya çalışılmıştır. Medyanın ekonomik ve siyasî alanda etkin bir rol oynadığını, toplumsal eşitsizliğin derinleşmesi ve yeniden üretilmesi sürecinde egemen ideolojiyi temsil ettiğini göstermesi açısından ekonomi haberleri önemli bir veri sunmaktadır. Bu çerçevede, anaakım/egemen medyanın ekonomi haberlerinde işçi hakları ve çalışma ilişkileri gibi temel ekonomik haklara ilişkin sorunlara yer vermediği, bunun yerine finans, sigortacılık, enerji, inşaat, iletişim, v.s. sektörlerindeki dev yatırımlar, CEO'lar, yabancı ortaklıklar ve reklamverenlerin yeni ürün ve hizmetleri gibi tamamen sermaye kesimine odaklanan bir haber anlayışını benimsediği varsayımından hareketle, emek süreçlerine ilişkin dışlayıcı tutumu tartışılmış ve Türkiye'de medya endüstrisinin ana aktörlerinden olan ve sermaye medyasını temsil eden *Hürriyet* ve *Sabah*'ın ekonomi haberleri ele alınmıştır. Anaakım medyanın kamusal sorumluluk anlayışından nasıl uzaklaştığı, ekonomik ve siyasî iktidar odaklarıyla olan organik bağı nedeniyle bağımsız olma karakterini nasıl yitirdiği ve sınıf temelli eşitsizlikleri haberin dışında tutarak egemen ideolojiyi nasıl yeniden ürettiği sorularına cevap aramak amacıyla ekonomi haberlerinde öne çıkan temalar, konu başlıkları ve aktörler içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir.

### **Kuramsal Çerçeve: Medya ve Toplum İlişisine İki Farklı Yaklaşım**

Bir kurum olarak medyanın toplumdaki rolü ve işlevi, iletişim disiplini içinde önemli bir araştırma ve tartışma konusu olmuştur. Egemen paradigmaya göre medya, hükümetlerin baskılarını kısıtlayan etkili bir veto aracı ve Batılı parlamenter demokrasilerde hükümetler ve başkanlar elinde siyasî gücün yoğunlaşmasının güçlü katalizörlerinden biri olarak görülmektedir (Helms, 2008). Toplumsal denetimin ve değişimin başlıca araçlarından olan ve bir güç/iktidar kaynağı olarak görülen medya, kamusal olayların yer aldığı bir alan oluşturmaktadır. Toplumsal yaşamda gerçekliğin ne olduğu konusunda tanımlar medya aracılığıyla oluşturulmakta ve aktarılmaktadır. Medya, topluma sürekli bir anlamlar sistemi sunmaktadır. Medyaya bakışın kuramsal çerçevesini oluşturan önemli damarlardan biri, liberal-çoğulcu bir toplum idealini simgeleyen kuramsal öncüllere dayanan liberal-çoğulcu/anaakım yaklaşımdır. Anaakım yaklaşıma göre medya toplumun aynasıdır. Yani, medya toplumdaki olay ve olguları yurttaşlara yansıtır, dış dünyadaki olaylarla ilgili bilgileri rasyonel davranabilen bireylere sunarak genel çıkarın oluşmasına çalışır. Her düşüncenin özgürce dile getirilmesi ve iletişimin özgürce gerçekleştirilmesi liberal öğretinin özü ve gereği olmaktadır. Toplumsal yaşamın günlük akışı içinde bunu sağlamanın yolu iletişimin çoğulcu bir çerçeveye oturtulmasıdır. Liberal anlayışa uygun olarak düzenlenen bir iletişim sisteminin iki temel ögesi bulunmaktadır: Bunlar; serbest dolaşım ve özel girişimciliktir. Liberal yaklaşımda basın özgürlüğünün temelini

yerleştirilen her türlü düşüncenin serbestçe ifade edilmesi ve girişim serbestliği ilkelerinin bir arada bulunması bir çelişki yaratmaktadır. Çünkü, birincisi tekelleşmeyi reddetmekte, diğeri ise tekelleşmeye zemin hazırlamaktadır (Kaya, 1999, 2009).

Liberal kuram, medyanın kamu politikaları üzerinde dönüştürücü bir etki yapması, özgür basın idealinin demokratik yurttaşlığı geliştirmesi ve siyasî otoritelerin hesapverebilirliğini teşvik etmesi ideallerine dayanmakta ve bu yaklaşıma göre demokrasilerde dinamik bir düşünce ortamı özgür basın tarafından yaratılmaktadır. Basının hem yurttaşların siyasî ilgilerini uyandırarak hem de hükümeti sorumlu tutmaları için onlara gerekli bilgiyi sağlayarak demokrasiyi geliştirmesi gerekmektedir (Entman, 1989). Amerika’da “özgür basın”ın özgür olamadığını belirten Entman’a göre, izleyicinin sınırlı zevkleriyle sınırlanan ve bilgi kaynağını siyasî elitlerden oluşturan bağımlı bir haber sisteminde fikirlerin serbest pazarından söz etmek mümkün değildir. Gazetecilik pratiğinde, bir yurttaşlık eğitimcisi ve demokrasinin bekçisi olarak özgür basın ideali yetersiz kalmakta ve rekabetin serbest pazar içinde demokrasiyi beslediği görüşü de bir çelişkiyi içermektedir. Buna göre, özgür basın idealleri, halkın her zamankinden daha fazla siyasete katılmasını sağlamamış, tam tersine Amerikalıların siyaset hakkında geçmişe kıyasla daha fazla bilgi sahibi olmadığı ve oy verme oranının da düştüğü görülmüştür (1989: 3-4).

Basın ve iletişim özgürlüğünün ilkeleriyle ilgili tartışmalar ve mücadele biçimleri modern demokratik toplumun doğuş evresinde belirlemiştir. Basın özgürlüğü, Batılı toplumlarda demokratik mücadele geleneğinin önemli aşamalarından biri olmuştur. Liberal demokrasi kuramında basın; kamu çıkarını gözetmesi, kamu yararına hizmet etmesinde ve halk iradesinin ortaya çıkmasında ve serbestçe oluşmasında bir araç olması bakımından meşru bir temele oturtulmuştur. Basın, 19.yy’ın ilk yarısından itibaren kamu yararının bekçisi olarak özgür bilgi akışının sağlanması, keyfi iktidarların sınırlanması ve kamu yararının çoğaltılması fonksiyonunu üstlenmiştir. Basın özgürlüğü mücadelesinin yoğunlaştığı 19.yy’da basının kurumsallaşmasına yönelik eleştiriler de belirli bir yer tutmaktadır. Basın tekniklerinin geliştirilmesi sonucunda yayıncılığın daha fazla sermaye gerektiren bir etkinlik haline gelmesi, reklam ve ilan gelirlerinin artması ve gazetelerde özel çıkarların daha fazla görünür olması sonucunda basına yönelik eleştiriler de artmıştır. Bu eleştirilerdeki vurgu, basının özel çıkarların güdümüne girdiği ve siyasî-kültürel aydınlatma işlevlerini yerine getirmek yerine halkı eğlendirdiği yönündedir (Köker, 1998: 131-133).

John Keane’in (1993) belirttiği gibi liberal düşünürler, basın özgürlüğünü bir negatif özgürlük olarak tanımlamışlardır. Bu özgürlük, bireylerin veya bireylerden oluşan grupların önceden bir dış engelleme olmaksızın düşüncelerini dile getirme özgürlüğüdür ve sadece bu özgürlüğü tüm diğer bireylere garanti eden ve hükümet tarafından yaptırımlarıyla uygulanan yasalara tabidir. Keane, özgürlüğe bu şekilde yaklaşan –erken dönem- liberal kuramcılarının ve özellikle faydacıların önceden göremedikleri gelişmeleri ve tartışmaksızın benimsedikleri kabulleri sorgularken, gazeteciliğin tanımına, her şeyi bilen gören ve rasyonel karar alabilen bir birey varsayımının egemen olduğunu; ayrıca, serbest piyasaya ve rekabet koşullarına aşırı güvenmenin, ileride mülkiyette oluşacak yoğunlaşmaları tamamen gözden kaçırdığını belirtmiştir. Keane’e göre, pazar liberalizmi

iletişim özgürlüğü ile çelişkilidir. Liberallerin çoğu sansürsüz bir özgür iletişim pazarını savunmakla birlikte, yurttaşların hukuk devletini genişletme, siyasal erkin keyfilğine ve gizliliğine set çekme çabalarına karşı olumsuz bir tutum takınmaktadır. Pazar liberalizmi ayrıca, pazara girmek isteyenlere karşı engeller koyarak, tekellere izin vererek ve seçenekleri sınırlayarak kamusal yarar kavramından uzaklaşmaktadır. Encabo (1997:289-291), liberal siyaset kuramının özgür basın idealinin temelinde yer alan enformasyon hakkına vurgu yaparak, demokratik bir devleti niteleyen üç klasik gücün -yasama, yürütme, yargı- ve özellikle yasamanın yalnızca editörlerin ve gazetecilerin ifade özgürlüğünün çerçevesini güvence altına almanın ötesinde, aynı zamanda yurttaşların doğru, tarafsız ve dürüst enformasyon alma hakkını korumakla da görevli olduğunu belirtmektedir. Enformasyon hakkı, yurttaşların bireysel ve toplumsal gelişimlerdeki en önemli öğelerden biridir. Buna göre, kamusal veya özel medya, enformasyonu başlı başına bir amaç olarak değil, bireyin ve toplumun gelişimine katkıda bulunmanın bir aracı olarak kabul etmelidir. Medyanın görevi kamuoyunu önceden belirlemek ve yaratmak olmamalı; medya, kamuyu ilgilendiren konulara ilişkin çeşitli enformasyonu ve kanılları aktarmalı, yurttaşların kendi kanıllarını serbestçe oluşturmalarına hizmet etmelidir.

Kapitalist siyasal sistemde basın, dördüncü güç olarak halk için gözetleyici anlamında kullanılmaktadır. Dördüncü güç kavramıyla basına burjuva siyasal yapısının üç ana bölümü içinde kendi başına halkın gözü ve kulağı olma, doğruyu ve haklıyı temsil etme, siyasal gücü denetleme ve gözetleme rolü verilmiştir. Basın, toplumun üretim ilişkileri yapısı dışında bu ilişkilerin belirleyiciliğinden bağımsız bir biçimde ele alınmıştır. Kitle iletişimlerinin dördüncü güç olması fikri nesnellik ve tarafsızlık ideolojisine dayandırılmaktadır (Erdoğan, 1999). Whitten-Woodring'e (2009: 599-601) göre, medya ve hükümet ilişkilerinde medyanın en önemli rolü bir "bekçi köpeği" (watchdog) gibi hükümeti izlemek ve eleştirmektir. Medya bu fonksiyonunu yerine getirdiğinde, siyasî tartışmalar için bir forum yaratmış olacaktır, ancak özgür medyanın etkileri demokrasinin düzeyine bağlı olarak değişebilmektedir. Yasal, siyasal ve ekonomik çevrelerden oluşan profesyonel bir ortamda faaliyet gösteren haber medyasının özgürlüğünü, siyasal ve yasal koşulların yanı sıra ekonomik ortam da büyük ölçüde etkilemektedir. Özellikle, medya sahipliği haberler üzerinde kısıtlayıcı bir etki yapmaktadır; ancak burada devlet mülkiyeti ile özel mülkiyetin denk olmadığını belirtmek gerekir. Örneğin BBC, hükümet fonlarına bağımlı olmakla birlikte editoryal bağımsızlığa sahiptir. Buna karşılık, özel mülkiyet medya özgürlüğünü garanti etmemektedir. Medya mülkiyetindeki artan yoğunlaşma, duyulmayan seslerin dışarıda bırakılması ve daha fazla kâr getiren haberlere yer verilmesi sonucunu doğurmaktadır.

Çoğulcu liberal yaklaşım, medyanın kamusal sorumluluğunu ve denetleme işlevini yerine getirebilmesi için profesyonellik pratikleri/kodları geliştirmiştir. Gazetecilik meslek kodlarının en bilineni ve tekrarlananı haberin nesnellik ve gerçeklik taşıdığı iddiasıdır. Gazetecilik meslek ilkeleri haberin nesnel olabileceği ve gerçekliği yansıtabileceği mitini desteklemektedir. Haberın bizatihi seçmeye dayalı ve kurucu bir pratik olması nesnel haber iddiasını geçersiz kılmaktadır. Haberın liberal tasarımında nesnellik ve tarafsızlık, habere konu olan olayın taraflarının dengeli bir biçimde yer almasıyla sağlanmaya çalışılmaktadır. Medya kuruluşları tarafsızlık görüntüsü altında aslında kendi

görüşlerinin satışını yapmaktadır. Haberde dengelilik adına birbiriyle çatışan bütün farklı çıkarları temsil eden tarafların görüşleri sunulduğunda da haberde görüşlerine öncelik verilen kişilerin durum tanımları belirleyici olmaktadır. Böylece, gazetecilik mesleğinin profesyonellik kodları, kurgulamaya yönelik belirli özellikleri sürekli kullanarak (5N1K kuralı) içeriği günlük olaylara göre çeşitlendirmektedir (Dursun, 2005: 78-80).

Çoğulcu liberal yaklaşım yansıtmacı bir temsil anlayışı üzerine kurulmuştur. Geleneksel basın etiğinin temelini oluşturan yansıtmacı temsil anlayışı, haber medyasını, gerçeklerin temsil edildiği ortam olarak gören “ayna” metaforuyla açıklamakta, başka bir ifadeyle “medya dünyaya açılan pencereimizdir” yaklaşımını bir ön kabul olarak benimsemektedir. Geleneksel etik anlayışın bir diğer unsuru olan dengeli habercilik, olay/olgu haberciliği ile değil, konu/sorun (issue) haberciliği ile gerçek anlamına kavuşacaktır. Sorunların karşıt kutuplar içinde ele alınması dengeyi sağlamak için yeterli değildir. Asıl önemli olan, temsilde eşitliği sağlayabilmektir. Ancak, rutin haber toplama pratikleri ve yaygın haber değerleri, ayrıca haberciliğin belkemiği olan olgu/olaya dayanma (facticity) ilkesi, dengeli haberciliğin önünde bir engel oluşturmaktadır (İnal, 2009a: 257, 262). İnal’a göre, çoğulcu liberal yaklaşımın haber toplama ve yazma pratikleri gazetecileri kaynaklara bağımlı bir konuma getirirken, pek çok haber doğrudan haber kaynaklarının eylemleri ve açıklamalarıyla şekillenmektedir. İktidar konumunda olan haber kaynaklarının söylemleri ve durum tanımları haber olurken, gazetecilerin benimsedikleri ve günlük haber yazma pratikleri içine yerleşmiş olan alıntılama ve aktarma biçimleri bu söylemlere güç kazandırmakta ve çoğu durumda habercileri var olan iktidar yapılarının hegemonyalarını tesis etmekte bir aracı konumuna getirmektedir (2009b: 36).

Geleneksel bakış açısının kusurlarına değinen Curran (1997: 172), geleneksel düşüncenin, modern liberal demokrasinin inşa ettiği blokları görmezden geldiğini ve bu nedenle medyanın bunlarla nasıl ilişkilendirileceği ve performansını nasıl geliştirebileceği konusunda söyleyecek yapıcı hiçbir şeyi olmadığını belirtmektedir. Geleneksel yaklaşımın ikinci eksikliği ise enformasyon ve temsil arasında yapay bir ayırım yapmasıdır. Enformasyonu toplumsal bağlamından koparan liberal yaklaşım, medyanın bilgilendirme rolünü başarıyla yerine getirdiğini öne sürmektedir. Ancak, medyanın bilgilendirme rolü asla bilgisel değildir, aynı zamanda rakip çıkar gruplarının retoriksel iddiaları arasında karar vermektir. Medyadaki çeşitlilik akılcı bir tartışmayı geliştirme niteliğine sahip değildir. Klasik liberal modelin üçüncü sınırlılığı, kamusal söylemin akılcılığını abartmasıdır. Kamuoyu oluşturma süreci akılcı olmayan öğeleri de içermektedir. Geleneksel modelin dördüncü eksikliği de yasal yayın yapma hakkı ile bu hakkın kullanılmasını sınırlayan ekonomik gerçeklik arasında bir ayırım yapmamasıdır. Pazara girişteki sınırlamalar, bireysel ifade özgürlüğünü ve toplumdaki farklı grupların medya aracılığıyla kamusal alana erişmesini kısıtlamıştır.

Modern toplumda demokratik meşruiyet ilkesi olarak kamusal alan, devlet aygıtları ve onların icraatları için örgütlenme ilkesi olarak gelişmiş; idarenin, parlamentonun ve mahkemelerin yani tüm devlet işlerinin halka, onun bilgi ve denetimine açık olması anlamına gelmiştir. Demokratik ilke olarak kamusal alan, yurttaşların ortak meselelerini, eşit ve özgür katılımı tartıştıkları yerdir. Toplumdaki demokratik katılım ve eleştirel söylem alanı olarak kamusal alanın genişliğini ve sınırlarını, düşünce, ifade, bilgiye

erişme, tartışma, toplanma, örgütlenme ve tanınma özgürlüklerinin gelişmişliği ve ayırt etmeksizin herkesi kapsayıcılığı belirlemektedir. 1980'lerde uygulanmaya başlanan neoliberal politikalar, kamu yararı ve sosyal adalet kategorilerinin yanı sıra emek kategorisinin de siyasî, hukukî ve toplumsal söylemden dışlanmasına neden olmuştur. Burjuva liberal siyaset tasarımı ekonomik eşitsizlik ve sınıfsal uzlaşmazlık sorunu, ekonomi ve siyaset alanlarının birbirinden ayrılması ve kanun önünde eşit sayılan yurttaşların siyasî katılımını garanti altına alan düzenlemeler yapılması yoluyla çözülmüş, basına da kamu gözcüsü rolü biçilerek ekonomik demokrasinin olmadığı yerlerde toplumsal sorunlar siyasî katılım ve hukuk mücadelesi bağlamında ele alınmış, demokratik hukuk devleti burjuva kamusal alanın temel ilkesini oluşturmuştur. Kamuoyu esas olarak bireysel kanaatlerin toplamı ve egemen medyanın oluşturduğu gündem olarak anlaşılmiş, medya ekonomi-politik çıkarlarla iç içe geçerek kamusal alanı boşaltmıştır (Özbek, 2010: 31-35).

Çoğunluğun katılımından daha çok egemen sınıflarla meşgul olan mevcut medya pratiği ve etiği, hem toplumda hem de zihinlerde açık bir kamusal alanın bulunmayışının bir göstergesidir. Kamusal söylemin biçimlendirilmesinde önemli bir aktör olan medya, hükümetle halk arasındaki bu alanda yer almaktadır. Sahici bir kamusal alan siyasetçilerin ve gazetecilerin dar bir alanı değil, devletle özel yaşam arasında yer alan devasa bir alandır. Ülke olarak, bu alana sadece medyanın eşik bekçileri değil, her yurttaş girebilmelidir. Tam bir kamusal alanda her yurttaş birer olgu toplayıcısı ve fikir savunucusu olabilmeli ve günümüzde gazetecilerin temel görevi gibi görünen şeyleri yapabilmelidir (Peters ve Cmiel, 1997: 276-278). Curran'a göre, demokratik bir medya sistemi için ön koşul toplumdaki tüm çıkar gruplarının medyada temsil edilmesidir. Medya, çıkar gruplarının kamusal alana katılmalarını kolaylaştırmalı, kamuoyunu ilgilendiren tartışmalara katkı yapabilmelerine ve kamu politikalarının şekillendirilmesinde söz sahibi olmalarına olanak sağlamalıdır. Medyanın temel görevi, demokratik kurallar içinde yarışan çıkarlara hakemlik etmek ve demokratik tartışmaları desteklemek biçiminde tanımlanmalıdır (1993: 217).

Curran (1993), liberal ve Marksist yaklaşımların güçlü yaklaşımlarını bir araya getirerek üçüncü bir yol olarak ortaya koyduğu radikal demokratik yaklaşımda, medyanın rolünün klasik liberalizmin tanımladığından çok daha öteye gitmesini savunmaktadır. Liberal açıklamaların çoğunda kamusal alan siyasal alanla eşitlenmekte, medyanın kamusal rolü hükümetle ilişkisi açısından tanımlanmaktadır. Buna karşılık, radikal yorumcular, kamusal alanın liberal tanımını destekleyen kamusal ve özel alan arasındaki geleneksel ayrımı reddetmekte ve medyanın aracı rolünün iktidar ilişkisinin söz konusu olduğu tüm alanlara uzandığını kabul etmektedirler. Geleneksel liberaller medyanın serbest pazar sistemi içinde düzenlenmesi gerektiğine inanmaktadırlar, çünkü onlara göre serbest pazar medyanın devletten bağımsızlığının garantisidir. Diğer taraftan, radikal demokratlar ise medyanın düzenlenmesinde serbest pazarın uygun bir temel olamayacağını ve bunun egemen sınıfların çıkarlarına uygun olacak şekilde çarpıtılan bir sisteme dönüştüğünü savunmaktadır. Pazar sisteminin ideolojik ve kültürel çeşitliliği daraltması, temsil edici olmaması ve büyük aktörlere alan açması nedeniyle oldukça kusurlu olduğunu belirten Curran (1993: 238), alternatif bir yol olarak kolektivist yaklaşımı önermektedir. Bu yaklaşımın avantajı, sınırlı mali kaynaklara sahip olanların

medyanın kontrolünde pay sahibi olmasını sağlamasıdır. Kolektif düzenlemeler, medya çıktılarında çeşitliliği ve çoğulculuğu da sağlayabilecektir. Curran’ın idealize ettiği model, kurallara bağlanmış bir pazar ekonomisidir.

1980’lere kadar haber medyası, halkın haber alma özgürlüğü ve ifade özgürlüğü ile birlikte, bunların temel koşulu olarak “bağımsızlık” nosyonlarına dayanan liberal çoğulcu paradigma çerçevesinde tanımlanmış ve meşruiyet alanını oluşturmuştur. 80’lerdeki dönüşüm sürecinde devletten, sermayeden veya belirli çıkar gruplarından bağımsız bir medya kavramı, yeni hegemonya projesine çok da uygun bir alan sağlamamış; ancak, kapitalist üretim tarzı içinde “devletten bağımsız”, “tarafsız”, “kamu bekçisi” gibi nitelendirmelerle tanımlanan bir bağımsızlık miti, aktif rıza üretimi için oldukça işlevsel olmuştur. Liberal çoğulcu yaklaşıma göre; medyanın bağımsızlığı açısından temel sorun, patronun veya devletin müdahalesidir. Ancak, sorun, gazetecinin haberi yazarken devletin veya patronun doğrudan müdahalesine maruz kalması değildir. Ancak meseleyi “dışarıdan, doğrudan müdahale” gibi sunmak, doğrudan müdahalenin gözükmediği her yerde gazeteci bağımsızlığından, objektif ve tarafsız haberdan bahsetme ve çoğu kez manipülasyonu gizleme, örtbas etme imkânı sağlamaktadır. Liberal anlatıda maskelenen en önemli olgusal gerçek, anaakım medyanın ekonomik bir işletme olarak kâr güdüsüyle hareket etmesidir. Kâr amaçlı bir kurum, “kamu çıkarı” kavramıyla çelişmektedir (Adaklı, 2009: 80-81).

Liberal çoğulcu yaklaşımın siyaset ve medyayı iki ayrı bütünlük, birbirinden bağımsız iki kuvvet olarak ele alan yaklaşımı, habercilik işinin siyasal ve ekonomik iktidar ilişkilerinin yeniden üretiminde ne kadar önemli bir rolü olduğunu sorgulama dışında bırakmıştır (İnal, 2009b: 37). Medyaya daha çok iletme, aktarma, nakletme, yansıtma aracı olarak bakan liberal çoğulcu yaklaşımdan farklı olarak, iletişimi daha geniş toplumsal ilişkiler ağı içinde ortak anlam haritaları üretme/yeniden üretme aracı olarak gören eleştirel yaklaşımların bir kısmı mülkiyet ve kontrole, kurumlara ve kurumsal pratiklere, bir kısmı ise yazılı ve görsel metinlere odaklanmıştır. Kejanlıoğlu, anaakım yaklaşımın ayna metaforuna karşılık, gerçekliği yansıtacağı iddia edilen aynanın, biz ona baktığımız sırada zaten medyanın teknolojik niteliği, kurumsal işleyişi ve metin sunumu düzeylerinde kırıldığını belirtmiştir. Artık aynanın/medyanın dünyası, gerçekliğin aynası ve aynı olmaktan çıkmıştır (2003: 75-82).

Eleştirel ekonomi-politik yaklaşım, ideolojiye değil, ekonomik temele yaptığı vurguyla kapitalist üretim dinamiklerine yönelmiş, ekonomik ve sınıfsal ilişkilerin belirleyici olduğu görüşünü savunmuştur. Eleştirel ekonomi politik, iletişimsel etkinliğin, maddi ve simgesel kaynakların eşit olmayan paylaşımı tarafından yapılandırılma tarzıyla ilgilenmektedir. Kültürün eleştirel bir ekonomi politiği için medyanın gelişmesi, şirket menziline genişlemesi, metalaştırma ve devlet/hükümet müdahalesinin değişen rolü olmak üzere dört farklı tarihsel sürece özel bir önem atfedilmektedir. İletişimin ekonomi-politiği ise, kültürel üretim ve dağıtım üzerinde kontrol uygulayan güçlerin etkinlik alanlarındaki değişimlerin kamusal alanı nasıl sınırlandırdığını veya özgürleştirdiğini araştırmaktadır. Bu noktada iki temel konu üzerinde durulmaktadır: Birincisi, bu tür kurumların mülkiyet yapısının ve etkinlikler üzerindeki kontrolünün yarattığı sonuçlardır. İkincisi de devlet düzenlemesi ile iletişim kurumları arasındaki ilişkinin içeriğidir (Golding ve Murdock,



1997: 55-62). Medyanın mülkiyet yapısındaki değişimlerin sonuçlarından biri, medya kurumlarının ait oldukları dev kartellerin etkinliklerini araştırmaktan veya eleştirmekten kaçınmaları şeklinde ortaya çıkmaktadır. Medyanın mülkiyet yapısındaki değişimler, medyanın hükümetle ilişkilerini de etkilemektedir. Medya kartelleri, hükümet üzerinde popüler bir denetim kaynağı olmaktan çok, devlet üzerinde dolaylı etkide bulunan başat ekonomik güçlerin araçlarından biri haline gelmektedir. Medyanın kapitalizmle bütünleşmesi, sermayeyi destekleyen söylemlerin onaylanması sürecini beraberinde getirmektedir (Curran, 1997: 148-149).

Ekonomi-politik, kültürün yöneten-yönetilen ilişkisi içinde üretildiği ve bu nedenle de var olan güç yapılarını yeniden ürettiği veya onlara karşı direndiği gerçeğine dikkat çekmektedir. Ekonomi ve politik kavramlarına yapılan göndermeler, kültürün üretim ve dağıtımının devlet, ekonomi, toplumsal ilişki ve pratikler ile medya gibi örgütler arasındaki ilişkilerden meydana gelen özgül bir ekonomik sistem içinde yer aldığı gerçeğine vurgu yapmaktadır. Kapitalist toplumlar kültürel üretimi kâr ve pazar merkezli kılabilmek uğruna, kurum ve pratikleri, metalaşmanın ve sermaye birikiminin mantığına uygun olarak yapılandırılan başat bir üretim tarzına göre örgütlenmişlerdir. Ekonomi-politik sadece ekonomiye değil, aynı zamanda toplumsal gerçekliğin ekonomik, politik ve diğer boyutlarına da göndermede bulunmaktadır (Kellner, 2008: 151). Garnham (2001, 2008), ekonomi politiği üretim araçlarına erişimin ve ekonomik artı ürünün dağılımının yapısını anlamının bir anahtarı olarak görmektedir. Kültürel materyalizm kavramlaştırmasında, sembolik değişimin toplumsal sürecinin indirgenemez maddi belirleyiciliğine ve kapitalist üretim tarzının genel gelişimi içinde meta üretimi ve değişimi alanıyla birlikte gelen bu süreçlerin etkilerine odaklanmaktadır. Bir medya sistemi, ulus devletlerin içinde ve arasında ekonominin gelişme durumu ve yapısı, devletin biçimi, sınıf ilişkilerinin niteliği ve egemen ve/veya bağımlı devletler arasındaki ilişkiler tarafından belirlenmektedir.

Kültürel yeniden üretimin doğrudan maddi belirleyiciler tarafından yönetildiğini öne süren Garnham'a göre, TV haberleri genel olarak meta üretimi içinde belirlenmekte ve siyaset içinde ideolojik bir işlevi yerine getirmektedir. Tekelci kapitalizm içinde kitle iletişim araçlarının en önemli özelliklerinden biri ekonomi aracılığıyla ideolojik ve siyasî bir tahakküm kurmasıdır. Garnham, üretim, tüketim ve yeniden üretim süreçlerinde medyanın rolünü anlamak için sermaye birikiminde devletin rolü, kamu ve özel sektör arasındaki ilişki ve üretken emeğin sorunları gibi ekonomi politiğin temel konularıyla yüzleşmek gerektiğine dikkat çekmektedir (1979: 126, 145). Medya ürününün içeriğini merkeze koymanın ve bu içeriği üretim tarzı ile ilişkilendirmeden tek başına ideolojik yapıyı öne çıkarmanın yanlış olduğunu belirten Erdoğan'a göre, Türkiye'de medyada çalışanların ücret politikalarını belirleyen faktörler metinsel ilişkiler değil, belli bir yer ve zamandaki pazar yapısıdır. Ekonomiyle, kültürle, ideolojiyle ve siyasetle iç içe olan örgütlü bir pazar yönetimi etkinliği olan kitle iletişimini incelemek, kitle iletişiminin toplumsal üretim tarzları ve ilişkileri içinde konumlandırılmasını gerektirmektedir (2001: 281). Medya, kitleler üzerinde ideolojik bir güç olarak eşitsizliğin yeniden üretilmesinde, kapitalist toplumsal ilişkilerin meşrulaştırılmasında ve toplumsal düzenin sürdürülmesinde ideolojik bir rol üstlenmektedir (Miller, 2002).

Haber üretim süreçleri, haber metninin yapısı üzerinde belirleyici bir etkiye

sahiptir. Haber yapımı sürecinde muhabirler bağlı oldukları kurumun politikalarına ve önceliklerine göre hareket etmekte, ayrıca haber konusuna kendi değer yargıları ve dünya görüşünün getirdiği çerçevelendirme içinden bakmaktadır. Gazeteciliğin kapitalist bir ekonomik sistemde yapılması birtakım öncelikleri dayatmaktadır. Özetle, gazeteciliğin rutin pratiklerinden kaynaklanan yere ve zamana ilişkin sınırlılıklar ile kapitalist bir ekonomik yapının medya kuruluşlarının ayakta kalabilmesine yönelik baskısı haberin anlatsal özelliklerini belirleyen iki temel dinamik olarak karşımıza çıkmaktadır (Dursun, 2005). Eleştirel ekonomi-politik yaklaşımın temsilcilerinden Herman ve Chomsky’nin “propaganda modeli”ne göre (2002: 2), haber mesajlarını değiştiren ve deforme eden filtreler bulunmaktadır. Bu filtreler şu şekilde işlemektedir: 1) Egemen medya kuruluşlarının sahiplik yapısı, büyüklüğü ve kâr odaklı olması; 2) Medyanın reklam gelir kaynakları; 3) Hükümet ve iş dünyası temsilcileri ile uzmanlardan oluşan güvenilir haber kaynakları; 4) Bir kontrol mekanizması olarak anti-komünizm. Bu unsurlar etkileşim içinde birbirlerini güçlendirmekte ve haber hammadde sırasıyla bu filtrelerden geçirilmektedir.

İdeoloji, reklamverenler, mülkiyet ve organizasyon yapısı gibi faktörler medyanın çoğulculuğunu ve kalite düzeyini sınırlandırmaktadır. Eleştirel yaklaşımlara göre, medya içerikleri varlıklı sınıfların ve seçkinlerin gücünü yeniden üretmektedir. Devlete ait medya varlığını sürdürmek için üst düzey devlet yetkililerine bağlı iken, ticarî medya reklam verenlere bağlıdır. Medya içeriği kurumsal reklamverenlerin özel talepleri doğrultusunda biçimlendirilebilmektedir. Medya üzerindeki bir diğer etki medya mülkiyetinin yoğunlaşmasıdır. Büyük medya şirketlerinin sahipleri kişisel inanç ve değerleri doğrultusunda medya içeriklerini etkileyebilmektedir. Haber organizasyonunun editoryal tarafı ile işletme tarafı arasındaki sınır çizgisi kaybolmakta, medya imparatorluğunun büyümesi için ticarî unsurlar daha öne geçebilmektedir. Üst düzey şirket yöneticileri, medya çalışanlarının editoryal kaygılarıyla daha az uyum içinde olmakta, tüketim kültürü yaratmak için reklamverenlerin ihtiyaçlarını yansıtan sulandırılmış ve homojonize bir içeriğe yönelmektedir. Medyadaki bu yoğunlaşma, çoğulculuğun önünde bir engel oluşturmaktadır (Woods, 2007). Medyadaki yoğun rekabet, çoğulcu içeriği garanti etmemektedir. Medya sahipliği kurallarının da tek başına çoğulculuğu korumak için yeterli olmadığı görülmekte ve bu nedenle içerik, kaynak ve dağıtım düzeylerinde çoğulculuğun önemi üzerinde durulmaktadır. Medyada çoğulculuk konusu genel bir kabul görmekle birlikte, kamu yayıncılığının geliştirilmesi dışında, uluslararası düzeyde de bağlayıcı bir karar bulunmamaktadır. Avrupa Birliği’nde de medyada yoğunlaşma ve tekelleşme konusunda özel bir düzenleme bulunmamakta, konu topluluk hukuku, rekabet ve medya hukuku çerçevesinde ele alınmaktadır (Avşar, 2004).

Gazeteciliğin nasıl işlediği sorusuna medya sosyologlarının verdiği cevaplardan biri olan makro-kurumsal yaklaşıma göre, devlet yapısının ve haber kuruluşlarının ekonomik temelleri haberlerin oluşumunu ve içeriğini belirlemektedir. Anaakım haber medyasının genel olarak birer işletme olduklarını ve hükümetten göreceli olarak bağımsız olduklarında bile, ticarî örgütlenme veya bağımsız kamusal mülkiyete ait olsalar da, hükümetin amaçları ve eylemleri ile iç içe geçmiş olduklarını söylemek mümkündür (Schudson ve Waisbord, 2010: 377, 382). Starr’a göre (2012: 235-236), post-endüstriyel dünyada haber medyası uzun vadeli ciddi bir krizle karşı karşıyadır. İnternetin, yeni medyanın ve dijital devrimin gelişmesi, daha açık bir kamusal alanın oluşması ve demokratik

değerlerin güçlenmesi açısından bir fırsat olarak görülmüştür. Bu bakış açısına göre, özgür bir basın ve demokrasi post-endüstriyel dünyada birlikte gelişebilecektir. Bazı sosyal bilimcilerin bu iyimser yaklaşımı haber medyası yöneticileri ve profesyonelleri tarafından da paylaşılmaktadır. Bu eğilim, 20.yy'ın son on yılında ekonomik olarak gelişmiş toplumlarda desteklenmiştir. Ancak son yıllarda yaşanan dönüşümle birlikte, gazetecilikte karanlık bir süreç başlamış, maliyetleri ve profesyonel istihdamı azaltma eğilimi ortaya çıkmıştır. Zengin demokrasilerde gazete, dergi ve diğer haber medyası gelirlerine ilişkin veriler, 20.yy'ın son otuz yılındaki büyüme modelinin 2000 yılında zirveye çıktığını ve son on yılda düştüğünü göstermektedir. Haber medyasının post-endüstriyel toplumda demokrasiyi geliştireceğine dair iyimser yaklaşım, ekonomik gerçeklikleri dikkate almamakta, haberin bir kamu malı olduğu ve sistematik olarak piyasada üretildiği gerçeğini göz ardı etmektedir.

### **Türkiye’de Medya Endüstrisinin Görünümü ve Anaakım Medyada Ekonomi Haberlerinin Sunumu**

Türkiye’de 1980’lerden itibaren farklı medya ortamlarının farklı sanayi kollarıyla bütünleşmesi sürecinde ortaya çıkan mülkiyet ve kontrol ilişkileri, neoliberal ekonomi politikaları bağlamında Türkiye’nin girdiği yeni sermaye birikimi sürecinden bağımsız değildir. Türkiye’de medya sektöründeki yoğunlaşma, 1990’lı yıllardan itibaren büyük bir ivme kazanmış, gazeteci ailelerin kontrolündeki geleneksel medya sahipliği, yerini medya dışı sektörlerde faaliyet gösteren sermaye gruplarının egemen olduğu yeni medya sahipliğine bırakmıştır. Şirket evlilikleri ve çapraz mülkiyet ile karakterize olan yeni medya sahipliği, tüm dünyada farklı bir iletişim ortamına işaret etmektedir. Yeni iletişim teknolojileri ile beslenen medya endüstrisi, yeni bir ekonomik, siyasî ve kültürel ortamın temel unsuru haline gelmektedir. Türkiye’de medya sektöründe faaliyet gösteren büyük sermaye gruplarının gazete yayıncılığı, haber ajansı hizmetleri, kitap ve dergi yayıncılığı, dağıtımçılık, reklam-ilan dağıtımçılığı, televizyon yayıncılığı, radyo yayıncılığı, televizyon yapımcılığı gibi alanlarda ticarî faaliyetlerinin yanı sıra bankacılık ve finans, pazarlama, otomotiv, turizm, sağlık, enerji, telekomünikasyon, sigorta, inşaat gibi birçok sektörde girişimleri bulunmaktadır. Bu profil, medya içerikleri üzerinde oldukça belirleyici olmaktadır (Adaklı, 2001, 2006).

Türkiye’de özellikle 1990’lı yıllardan itibaren medya sektöründeki istihdam politikalarında (*Anadolu Ajansı* ve *Cumhuriyet* hariç) sendika yer almamaktadır. Bu koşullar altında iş güvencesi olmayan gazetecilerin özerkliği çok sınırlı olmakta, medya sahiplerinin ve reklamcılarının baskılarına karşı durmaları zorlaşmaktadır. Ayrıca, editöryal özerklikten de söz etmek mümkün değildir. Türkiye’de pek çok editör, meslekten çok medya sahibiyle özdeşleşmekte, bunun yanı sıra muhabirler de kendilerine oto-sansür uygulayabilmektedir (Gencil Bek, 2010: 116). Arsan (2011), haber medyasında sansür ve oto-sansür sorununu ele aldığı ampirik araştırmasında, gazetecilerin günlük haber pratiğinde kamu yararı içeren bazı olayları habere dönüştürmekte tereddüt edip etmediklerine ilişkin bir soruya %91,4 oranında “evet” cevabı verdiklerini bulgulamıştır. Bu sonuç, “gazetecilerin kamunun ihtiyacı olan önemli olayları/durumları habere

dönüştür(e)mediklerini” göstermektedir. Gazeteciler, kamu yararı içeren olayları/ durumları/açıklamaları neden habere dönüştüremediklerinin gerekçelerini ise; iç siyasî baskılar, medya sahibinin finansal çıkarları ve reklam verenlerin baskısı olarak sıralamışlardır. Gazetecilerin çok önemli olduğunu düşündükleri haberlerin editoryal süreçte sansürleneceğini düşündüklerinden, bu tür haberleri yapmaya dahi kalkışmadıkları anlaşılmaktadır.

Adaklı (2010: 75), 1980’den sonra yeniden şekillenen “basın” döneminin yerini “medya” dönemine bırakmasıyla oluşan “yeni medya mimarisi” olarak adlandırdığı süreçte öne çıkan unsurları şu şekilde belirtmektedir: 80’li yıllarda henüz basın olarak varlık gösteren sektör, zamanla başka mecralarla buluşmuş ve büyük sermayenin önemli bir bileşeni olmuştur. Bununla bağlantılı olarak, medya sektörüne hem ekonomik, hem de siyasî olarak güçsüz grupların katılması neredeyse imkânsız hale gelmiştir. Medya sektöründe emek gücünün çalışma koşulları, özlük hakları oldukça gerilemiş, sendikaya üyelik koşulları da son derece zorlaşmıştır. Medya içeriklerinde sansasyon ve manipülasyon daha da yaygınlaşmıştır. Medya yöneticileri ve köşe yazarları, burjuvanın önemli temsilcileri ve ideologları olarak medyayı ekonomik ve siyasî yönden şekillendirmeye başlamıştır. Bu süreç, çeşitli iletişim olanakları yaratan yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesini sağlarken, ancak etkin bir alternatif medya olanağını zayıflatmış ve etik kodların sürekli aşınmasına yol açmıştır.

Ekonomik baskılar, parçalanmış medya ortamında geniş halk kitlelerini birleştirmenin zorluğu ve devlet ile özel sektörün güçlü çıkarları karşısında diğer kaynakların kamuoyu üzerinde daha az etkiye sahip olması gibi nedenler, özgün habercilik kapasitesini zayıflatmaktadır. Medyanın kurumsal kapasitesindeki bu bozulma demokrasi açısından da bir sorun teşkil etmektedir. Daha az haber, daha yerleşik siyasal liderler yaratmakta ve bu da muhtemelen gücün kötüye kullanılması sonucunu doğurmaktadır (Starr, 2012: 240). Medya ürünlerinin metalaşması, başka bir ifadeyle ekonomik saikle sermaye birikimi için medya/kültür ürünlerinin üretimi, toplumların ideolojik yeniden üretim süreçlerine de hizmet etmektedir. Medya ekonomik yapının olduğu kadar kültürü ve ideolojiyi içeren üst yapının da önemli bir parçasıdır. Medyada yeniden üretim iç içe iki daireden oluşmaktadır. İçteki daire ekonomik yeniden üretim sahasına denk düşerken, onu çevreleyen ikinci daire ise siyasî-ideolojik yeniden üretim sahasını içermektedir (Sönmez, 2010). Bu iç içe geçmiş yapısıyla medya, hem üretim ilişkilerinde, hem de ideoloji üretiminde önemli bir aktördür. Liberal-çoğulcu yaklaşımın, medyanın bağımsız ve özerk olduğu yönündeki tezleri pratikte karşılığını bulmamaktadır. Kaya’nın da belirttiği gibi (2009: 20), Türkiye’de çok sık örneğine rastlandığı üzere, bir medya grubuna bağlı bir veya birkaç yayın kuruluşunun mevcut siyasî iktidara karşı duruşunu değiştirmesi ve sert muhalefet yapmaya başlaması bir çıkar çatışmasına işaret etmektedir. İhtilafli konuda yapılan pazarlıkta anlaşılma olmanın bir sonucu olarak da eleştirilen siyasî parti aynı yayın kuruluşunda övülebilmektedir. Bütün bunlar, medya-sermaye-devlet ilişkisinin nerede başlayıp başladığı ve sonlandığı ayırt edilemeyen; sınıksız ama kimi zaman ve yerde tersine sarılmış; karmakarışık bir iktidar yumağı olduğunu göstermektedir.

Medyanın hızla serbestleştirilmesi ve büyük yatırım gerektirmesi sebebiyle az

sayıda aktörün kontrolsüzce sektöre girişinden kaynaklanan kartellerin oluşması, bu alanı yönetmek üzere yasal düzenleme yapılması ihtiyacını doğurmuştur. Bu ihtiyaç, Türkiye'nin ilk özel yayıncılık yasasının<sup>1</sup> (3984 sayılı Kanun) kabul edilmesi ve “radyo ve televizyonların düzenlenmesi ve denetlenmesi” amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) kurulması ile sonuçlanmıştır. Ayrıca, radyo ve televizyon kuruluşlarının yayın hizmetlerine ilişkin son düzenlemede<sup>2</sup>, yabancı sermaye payına ilişkin kısıtlama genişletilmiştir. Söz konusu sermaye sınırı yüzde 50'ye çıkartılmış, yabancı gerçek ve tüzel kişilerin en fazla iki medya hizmet sağlayıcı kuruluşa ortak olmasına izin verilmiştir. Türkiye'de medya pazarındaki rekabette reklam gelirleri önemli bir kalem oluşturmaktadır. Medya üzerindeki reklam baskısı yolsuzlukların, işten çıkarmaların, grevlerin veya sendikasılaştırma stratejilerinin haberleştirilmesine de engel olmaktadır. Hatta gazeteciler kendi özlük hakları veya işten çıkarılan ve sendikasılaştırılan meslektaşları ile ilgili haber yapamamaktadırlar (Kurban ve Sözeri, 2012). Türkiye'deki büyük sermaye gruplarına ait medya kuruluşları; başta emek-sermaye ilişkilerine yönelik haber, yorum ve her türlü aktarımlarında olmak üzere, toplumsal gelişmeler karşısında sermayeden yana bir tutum takınmakta; grev, çalışma yaşamı, işsizlik, işten çıkarma v.b. gibi ekonomik haklara ilişkin konularda sessiz kalırken, özelleştirme gibi siyasî iktidarların sermayenin lehine olan politikalarını tam bir mutabakat içinde desteklemektedir (Kaya, 2009).

Bu temel tezlerden hareketle, bu çalışmada Türkiye'nin büyük sermaye gruplarına ait iki farklı gazetenin internet sitelerindeki ekonomi haberleri incelenmiştir. Sermaye medyasını temsil eden ve sektörün güçlü aktörlerinden olan Doğan Grubu'na ait *Hürriyet* ve Çalık Grubu'na ait *Sabah* 'ta, bu medya gruplarının medya dışı sektörlerdeki büyük yatırımları ve ekonomik faaliyetleriyle de Türkiye'deki medya sahipliği profilinin temel özelliklerini taşımaları nedeniyle seçilmiştir. Bu bağlamda, bir haftalık bir çözümlemenin yeterli olacağı düşünülmüş ve 23-30 Eylül 2012 tarihleri arasındaki ekonomi haberleri ele alınmış ve çalışmada içerik çözümlemesi yöntemi kullanılmıştır. İçerik çözümlemesinde elde edilen veriler üzerinden nitel çözümlenmeler yapılmıştır. Eylül ayının son haftasının seçilmesinin nedeni, bu dönemde ekonomideki olumsuz göstergelere ilişkin ekonomi yönetiminin farklı açıklamalar yapması ve zam haberlerinin üst üste gelmesidir. Ayrıca, 1-30 Kasım 2012 tarihleri arasındaki bir aylık sürede ise *Hürriyet* ve *Sabah* internet sitelerinde neoliberal politikaların merkezinde yer alan özelleştirmelere ve neoliberal politikaların yarattığı işsizlik ve yoksulluk sorununa ilişkin haberlerin niceliksel dağılımı ortaya koyulmuştur. Bu dağılımı ortaya koymak amacıyla, “özelleştirme”, “işsizlik” ve “yoksulluk” anahtar sözcükleri ile arama yapılmış, bu sözcükleri içeren haber başlıkları çözümlenmeye dâhil edilmiştir.

Bu çalışmada, ekonomi haberlerinde toplumun ezilen sınıflarının refah hakları ile çalışan kesimin sosyal güvenlik ve özlük haklarına ilişkin sorunlar yerine daha çok sermaye kesiminin beklentilerine uygun olarak iş dünyası, bankacılık-finans çevreleri, yatırım araçları, borsa, döviz gibi konular ekseninde egemen ekonomik düzenin devamına ve yeniden üretimine yönelik bir içerik oluşturulduğu ve ekonomi

1 Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, No. 3984, 13.04.1994, Resmi Gazete, No. 21911, 20.04.1994. Bu Kanun, 15.02.2011 tarihinde kabul edilen yeni yayın yasası ile yürürlükten kaldırılmıştır.

2 Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, No. 6112, 15.02.2011, Resmi Gazete, No. 27863, 03.03. 2011.

haberlerinin temel aktörlerinin de büyük sermaye sahipleri, ulusal ve uluslararası finans kuruluşlarının üst düzey yöneticileri ve siyasî iktidarın temsilcileri olduğu varsayımından hareket edilmektedir. Çözümleme kapsamında ilk olarak anaakım medyanın ekonomi haberlerinde hangi konulara ağırlıklı olarak yer verildiği, ikinci olarak da hangi aktörlerin öne çıkarıldığına ilişkin bulgular ortaya koyulmuştur. Haberlerin konu dağılımı Tablo 1’de sunulmuştur:

**Tablo 1. Ekonomi Haberlerinin Konularına Göre Dağılımı**

Gazeteler (İnternet sitesi)	Bankacılık-finans haberleri	İş dünyası ve sektörel yatırım haberleri	Döviz, faiz, borsa, altın haberleri	İşçi hakları, emek sorunları, yoksulluk haberleri	Çalışma yaşamı, sosyal güvenlik hakları, işsizlik haberleri	Zam, vergi, harç, enflasyon, uygulama değişikliği vs. enformatif haberler
<i>Hürriyet</i>	7	42	2	1	7	14
<i>Sabah</i>	23	87	21	4	11	20
<b>Toplam</b>	<b>30</b>	<b>129</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>34</b>

Haberlerin konularına göre dağılımına bakıldığında, ekonomi haberlerinde iş dünyası ve sermaye yatırımları ile ilgili haberlerin ağırlıklı olarak yer aldığı görülmektedir. Sermaye gruplarını ve neoliberal ekonomik sistemin bileşenlerini temsil eden haberlerin sayıca fazla olması çalışmanın temel argümanlarını desteklemektedir. Anaakım medyada emekçi sınıfların, çalışma yaşamına ilişkin temel sorunların, işsizlerin ve yoksulların neredeyse hiç yer almamasını, medyanın kapitalist üretim biçiminin bir parçası olarak egemen ideolojiyi yeniden üretmesinin bir sonucu olarak eleştirel ekonomi politik bir perspektifle açıklamak mümkündür. Farklı medya gruplarına ait olmakla birlikte, sermaye medyasını temsil etmeleri nedeniyle her iki gazetenin de benzer bir haber panoraması sunması, tekelleşmenin haber içeriklerinde yarattığı türdeşleşme ile açıklanabilir.

İncelenen gazetelerde çalışma yaşamı ve işsizlik kategorisinde yer alan haberlerin, kategori başlığına uygun düşmekle birlikte, daha çok kamuda ve özel sektördeki işe alım duyuruları, emeklilere ödenecek maaş farkı, Avrupa ülkelerindeki işten çıkarmalar ve işsizlik rakamları ile ilgili olduğu görülmektedir. Türkiye’deki işten çıkarmalar, işsizlik oranları veya iş güvenliği, işçi hakları, esnek çalışma sistemi gibi çalışma yaşamına ilişkin sorunlar haberlerde temsil edilmemektedir. Ayrıca, ekonomi haberlerinde sosyal güvenlik başlığı altında yer alan haberlerin çoğunun, 1 Ocak 1988 ve sonrası doğan ve Genel Sağlık Sigortası prim borcu tahakkuk eden 1 milyon 153 bin 595 kişi ile ilgili olduğunu da belirtmek gerekmektedir. Zam, vergi ve harçlar gibi ekonomik sistemle ilgili veriler haberlerde bilgi amaçlı olarak sunulmakta, zamlara ilişkin sorgulayıcı ve eleştirel bir dil kullanılmamaktadır.

**Tablo 2. Ekonomi Haberlerinin Görüşlerine Öncelik Verilen Aktörlere Göre Dağılımı**

Gazeteler (İnternet sitesi)	İktidar partisini temsil eden siyasetçiler	İş dünyasından yöneticiler/ patronlar	Çalışan kesimler, işçiler, sendika temsilcileri, işsizler, yoksullar
<i>Hürriyet</i>	10	15	2
<i>Sabah</i>	24	13	-
<b>Toplam</b>	<b>34</b>	<b>28</b>	<b>2</b>

Haberlerde işlenen konular kadar öne çıkartılan ve görüşlerine yer verilen aktörlerin kimler olduğu da haberin ürettiği egemen anlamları ve ideolojiyi göstermesi açısından önemlidir. Konu dağılımına paralel olarak aktörlerin dağılımı da toplumdaki güç ve iktidar ilişkilerini yansıtmaktadır. Siyasî iktidarın ve sermaye sınıfının temsilcileri haberlerde görüşlerine öncelik verilen durum tanımlayıcıları olarak karşımıza çıkmakta; haberler, onların eylem ve söylemleri üzerine inşa edilmektedir. Sıradan insanlara ve toplumun güçsüz kesimlerine bir aktör olarak haberlerde yer verilmemektedir. Çalışma kapsamında incelenen gazetelerde sadece iki haber bu kategoriye dahil edilebilmiştir. Bu haberlerden biri, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın yoksulluk puanı uygulamasını, diğeri ise TESK (Türkiye Esnaf ve Sanatçılarını Konfederasyonu) Başkanının son dönemde yapılan zamlara gösterdiği tepkiyi içermektedir.

**Tablo 3. “Özelleştirme”, “İşsizlik” ve “Yoksulluk” Sözcüklerine Göre Haberlerin Niceliksel Dağılımı**

Gazeteler (İnternet sitesi)	Özelleştirme Haberleri	İşsizlik-Yoksulluk Haberleri
<i>Hürriyet</i>	11	2
<i>Sabah</i>	13	-
<b>Toplam</b>	<b>24</b>	<b>2</b>

Araştırma kapsamında yer alan gazetelerin internet haberlerinde “özelleştirme”, “işsizlik” ve “yoksulluk” anahtar sözcükleri ile arama yapılmış ve bu aramanın sonucunda her iki gazetede özelleştirme konulu haberlerin yoğun bir biçimde yer aldığı, buna karşılık işsizlik ve yoksulluk konulu haberlere neredeyse hiç yer verilmediği görülmüştür. Sermaye gruplarını temsil eden anaakım medya, kamu hizmetlerinin özelleştirilmesini bir ekonomik büyüme ve verimlilik ölçütü olarak sunmakta ve neoliberalizmin kamu hizmetlerinin özelleştirilmesi gerektiği yönündeki egemen söylemini yeniden üretmektedir. Örneğin, “Akdeniz Elektrik’e bu kez 546 milyon dolar” (hurriyet.com.tr, 13.11.2012) başlıklı haber elektrik hizmetlerinin özelleştirilmesi ile ilgilidir. *Sabah*’ta yer alan “Özelleştirmeden 3 milyar dolar geldi” (sabah.com.tr, 30.11.2012) başlıklı haberde ise özelleştirmelerin devlete gelir getiren verimli bir yöntem olduğu vurgulanmakta ve bir olumlama göze çarpmaktadır. Anaakım medyanın, özelleştirmelerin yurttaşlar ve emekçi kesimler açısından doğuracağı sonuçları “kamu yararı” perspektifinden değerlendirmedeği görülmektedir.

*Hürriyet*’te yer alan “*Şehit ateşi bu yoksul eve düştü*” (hurriyet.com.tr, 10.11.2012) başlıklı haberde yoksulluk bir toplumsal sorun olarak tespit edilmek yerine bir şehit ailesinin sosyo-ekonomik yapısını nitelemek amacıyla kullanılmıştır. “*İşsizlik Ağustos’ta yüzde 8.8 oldu*” (hurriyet.com.tr, 15.11.2012) başlıklı haberde ise Türkiye İstatistik Kurumu’nun resmî açıklaması çerçevesinde işsizlik oranının düştüğü belirtilmiştir. İşsizlik bir ekonomik ve toplumsal bir sorun olarak ele alınmamış, geçen yılın aynı döneme göre yüzde 0,4 puanlık düşüş olması bir olumlama çerçevesinde sunulmuştur. *Sabah*’ta ise “işsizlik” ve “yoksulluk” sözcükleri ile yapılan aramada herhangi bir habere rastlanmamıştır. Neoliberal politikaların yarattığı derin toplumsal eşitsizlikler, haberler aracılığıyla normalleştirilmekte ve temel yurttaşlık hakları içinde yer alan refah hakları üzerinde medyada bir mücadele alanı oluşturulmamaktadır.

## Sonuç

Küreselleşme sürecinin temelini oluşturan neoliberal politikalar, yeni bir birikim modeli yaratmıştır. Bu dönemi karakterize eden başlıca unsurlar; sermaye hareketlerinin serbestleşmesi ve mali sermayenin öne çıkması, esnek üretim ve esnek çalışma, özelleştirme ve taşeronlaştırmadır. Refah devleti sürecinde sendikaların da içinde olduğu bir kurallar bütününe göre yürüyen üretim faaliyeti, neoliberal yönetim zihniyeti çerçevesinde sermaye tarafından tek taraflı olarak yeniden şekillendirilmiş ve tamamen kuralsızlık üzerine inşa edilmiştir. Neoliberal politikalar, tüm dünyada işsizlik, yoksullaşma, kamu hizmetlerinden yoksun kalma ve dışlanma gibi sorunlara yol açmıştır. Neoliberalizm sürecinde sermayenin faaliyetlerini ve serbest dolaşım olanaklarını koordine etmek amacıyla devletin müdahalesi gerekmiştir. Düzenleyici devlet anlayışı ile medya alanında yoğunlaşmanın ve yeni bir sahiplik yapısının önü açılmıştır. Kitle iletişimi faaliyeti toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel bir bağlamda gerçekleştirilmektedir. Medya kuruluşlarının kendi örgüt politikaları ile ulusal ve uluslararası politikalar arasında güçlü bağlar bulunmakta ve kitle iletişim sisteminde egemen olantekelleşme, toplumun genel çıkarlarıyla bağdaşmayan bir yapı oluşturmaktadır.

Türkiye’de 1990’lardan sonra medya sektöründeki yoğunlaşma süreci hızlanmış ve medya dışı sektörlerdeki büyük sermaye gruplarının medyaya egemen olduğu yeni bir sahiplik yapısı ortaya çıkmıştır. Yatay ve dikey birleşmelerle büyüyen medya, siyasî iktidarın hegemonik bir aracı olarak kamusal sorumluluk ve toplumsal denetim gibi demokratik işlevlerini yitirmiştir. Çapraz mülkiyet yapısı ile karakterize olan medya sektöründeki sermaye grupları, aynı zamanda kamu sektöründeki ihale ve özelleştirme süreçlerinde de önemli birer aktör konumundadır. Bu çalışmada konular ve aktörler açısından incelenen ekonomi haberleri, medya-sermaye-devlet arasındaki ilişkileri ve anaakım medyanın egemen ideolojiye eklemlediğini açıkça göstermektedir. Büyük sermayenin kontrolünde olan haber medyasında modern devletin kazanımları olan ekonomik ve sosyal haklar haber konusu yapılmamakta, bu alanlardaki eşitsizlikler sistemin doğal bir sonucu olarak kabul edilmektedir. Medya sektöründeki yoğunlaşma ve mülkiyet ilişkileri, medyanın kamu yararını gözetmesinin ve hükümeti denetlemesinin önünde bir engel oluşturmakta, medya eşitsizlikleri yeniden üreten yapıların bir parçası olmaktadır.



Türkiye'deki medya ortamının çoğulculuğu ve demokratikleşmesi için çöksesliliğin medyada yaygınlaşması sağlanmalıdır. Günümüzde medya endüstrisinin temel sorunu, ekonomik bağımlılığın gazetecilerin özerkliğine olan olumsuz etkileridir. Neoliberalizm sürecindeki egemen medya düzeni, editoryal bağımsızlığı olanaksız hale getirmekte, gazetecilerin örgütsüz çalışma ilişkileri içinde istihdam edilmesi ve iş güvencelerinin olmaması haberlerde eleştirel bakışı ortadan kaldırmakta ve gazetecilerin bağlı oldukları medya grubunun çıkarlarına göre hareket etmelerine neden olmaktadır. Haber içeriklerinde belirli konuların öne çıkartılması, kamu yararını ilgilendiren ve demokrasinin temelini oluşturan ekonomik ve sosyal güvenlik haklarına ilişkin sorunların haber çerçevesinin dışında tutulması demokratik bir toplumda medyanın kamusal sorumluluk bilincinden kopması anlamına gelmektedir. Sermaye sınıfı ve siyasî iktidar arasındaki güçlü ittifak; haber medyasında tek yönlü ve türdeş bir içeriğin oluşturulması, egemen ideolojinin medya aracılığıyla meşrulaştırılması ve yeniden üretilmesi sonucunu doğurmaktadır.

Özgür ve bağımsız medyanın gelişmesinin önündeki engelleri anlamak ve açıklamak için medya politikalarının irdelenmesi önemli bir başlangıç noktasıdır. Kamusal sorumluluğu, demokratik bir toplum inşasında kitle iletişim araçlarının en önemli görevlerinden biridir. Medyanın, toplumun egemen sınıflarının dışında kalan güçsüz kesimlerin temsiline yer açması, bu kesimlerin ekonomik ve sosyal sorunlarını ve sınıfsal boyutu olan hak ihlallerini sorunlaştırması ve yurttaşların bilgisine sunması demokrasinin gelişmesi açısından çok önemlidir. Siyasetçilerin, medya çalışanlarının, sendikaların, sivil toplum örgütlerinin ve tüm yurttaşların; kamu yararı ve kamusal sorumluluk bilincine sahip, iktidarla organik bağı olmayan, toplumun her kesiminin temsiline ve katılımına açık ve sermaye tekelinden bağımsız çoğulcu ve demokratik bir medya ortamının yasal temellerinin oluşturulması için mücadele etmesi demokrasi adına atılmış büyük bir adım olacaktır.

### Kaynakça

Adaklı, Gülseren, (2001). "Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol", *Medya Politikaları*, B. Kejanlıoğlu, S. Çelenk, G. Adaklı (der.), Ankara: İmge Kitabevi, s.145-204.

Adaklı, Gülseren, (2006). *Türkiye'de Medya Endüstrisi: Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri*, Ankara: Ütopya Yayınevi.

Adaklı, Gülseren, (2009). "Gazetecilik Etiğini Belirleyen Yapısal Unsurlar: Mülkiyet ve Kontrol Sorunu", *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (der.), Ankara: Fersa Matbaacılık, s.61-96.

Adaklı, Gülseren, (2010). "Neoliberalizm ve Medya: Dünyada ve Türkiye'de Medya Endüstrisinin Dönüşümü", *Mülkiye*, Cilt: XXXIV, Sayı: 269, s.67-84.

Arsan, Esra, (2011). "Sivil İtaatsizlik Bağlamında Bir Araştırma: Gazeteci Gözüyle Sansür ve Otosansür", *Cogito*, Sayı: 67, YKY, İstanbul.

Avşar, Zakir, (2004). “Medyada Yoğunlaşma ve Şeffaflaşma: Yasal Düzenlemeler, Beklentiler, Sorun Alanları”, *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), s.87-112.

Curran, James, (1993). “Kamusal Bir Alan Olarak Medyayı Yeniden Düşünmek”, Süleyman İrvan (çev.), *İLEF Yıllık*, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, s.215-243.

Curran, James, (1997). “Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Biçme”, *Medya, Kültür, Siyaset*, Süleyman İrvan (der.), Ankara: Ark Yayınları, s.139-197.

Dursun, Çiler, (2005). “Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek” *Gazetecilik ve Habercilik*, Sevda Alankuş (der.), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, s.69-90.

Encabo, Manuel Nunez, (1997). “Gazetecilik Etiği ve Demokrasi”, *Medya, Kültür, Siyaset*, Süleyman İrvan (der.) içinde, Ankara: Ark Yayınları, s.283-298.

Entman, Robert M., (1989). *Democracy Without Citizens: Media and the Decay of Amerikan Politics*, Oxford University Press, New York.

Erdoğan, İrfan, (1999). “Dördüncü Gücün İlettiği: Amerikan Örneği”, *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, Korkmaz Alemdar (haz.), İstanbul: Afa Yayıncılık, s.33-42.

Garnham, Nicholas, (1979). “Contribution to a political economy of mass-communication”, *Media, Culture & Society*, 1, pp.123-146.

Garnham, Nicholas, (2001). “Bir Kültürel Materyalizm Teorisine Doğru”, *Praksis* (4), s.126-143.

Garnham, Nicholas, (2008). “Ekonomi Politik ve Kültürel Çalışmalar: Uzlaşma mı Boşanma mı?”, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar*, Sevilay Çelenk (der.), Ankara: De Ki Yayınları, s.115-129.

Gencil Bek, Mine, (2010). “Karşılaştırmalı Perspektiften Türkiye’de Medya Sistemi”, *Mülkiye*, Cilt: XXXIV, Sayı: 269, s. 101-125.

Golding, P. ve Murdock, G., (1997). “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”, *Medya, Kültür, Siyaset*, Süleyman İrvan (der.), Ankara: Ark Yayınları, s.49-76.

Helms, Ludger, (2008). “Governing in the Media Age: The Impact of the Mass Media on Executive Leadership in Contemporary Democracies”, *Government and Opposition*, Vol. 43, No. 1, pp. 26–54.

Herman, E. and Chomsky, N., ([1988] 2002). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, New York: Pantheon.

İnal, Ayşe, (2009a). “Haber Medyası ve Seçim Kampanyaları”, *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (der.), Ankara: Fersa Matbaacılık, s.251-267.

İnal, Ayşe (2009b). “Tarihsel Gelişimi İçinden Gazetecilik Etiğini Yeniden Düşünmek”, *Televizyon Haberciliğinde Etik*, Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel (der.), Ankara: Fersa Matbaacılık, s.27-44.

Kaya, Raşit, (1999). “Medya, Toplum, Siyaset”, *Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar*, Korkmaz Alemdar (haz.), İstanbul: Afa Yayıncılık, s.23-32.

Kaya, Raşit, (2009). *İktidar Yumağı: Medya-Sermaye-Devlet*, Ankara: İmge Kitabevi.

Keane, John, (1993). *Medya ve Demokrasi*, Haluk Şahin (çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kejanlıoğlu, Beybin D., (2003). “Medya-Toplum İlişkisi ve Küreselleşmenin Yerel Medyaya Sunduğu Olanaklar”, *Medya ve Toplum*, Sevda Alankuş (der.), İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları, s.75-93.

Kellner, Douglas, (2008). “Ayrımın Üstesinden Gelmek: Kültürel Çalışmalar ve Ekonomi-Politik”, *İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar*, Sevilay Çelenk (der.), Ankara: De Ki Yayınları, s.147-172.

Köker, Eser, (1998). *Politikanın İletişimi İletişimin Politikası*, Ankara: Vadi Yayınları.

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

Miller, David, (2002). “Media Power and Class Power: Overplaying Ideology”, *Socialist Register*, Vol. 38, pp.245-264.

Özbek, Meral, (Ed.) (2010). “Kamusal Alanın Sınırları”, *Kamusal Alan*, İstanbul: Hil Yayın.

Peters, J.D. ve Cmiel, K., (1997). “Medya Etiği ve Kamusal Alan”, *Medya, Kültür, Siyaset*, Süleyman İrvan (der.), Ankara: Ark Yayınları, s.255-282.

Schudson, M. ve Waisbord, S., (2010). “Haber Medyasının Siyasal Bir Sosyolojisine Doğru”, *Siyaset Sosyolojisi: Devletler, Sivil Toplumlar ve Küreselleşme*, Soner Torlak (ed.), Ankara: Phoenix Yayınevi, s.377-392.

Sönmez, Mustafa, (2010). “Medyada İstanbul İktidarı”, *Mülkiye*, Cilt: XXXIV, Sayı: 269, s.85-99.

Starr, Paul, (2012). “An Unexpected Crisis: The News Media in Postindustrial Democracies”, *The International Journal of Press/Politics*, 17(2), pp.234-242.

Whitten-Woodring, Jenifer, (2009). “Watchdog or Lapdog? Media Freedom, Regime Type, and Government Respect for Human Rights”, *International Studies Quarterly*, 53, pp.595–625.

Woods, Joshua, (2007). “Democracy and the press: A comparative analysis of pluralism in the international print media”, *The Social Science Journal*, 44, pp. 213-230.

### İnternet Kaynakları

<http://www.hurriyet.com.tr/anasayfa/>, (Erişim Tarihi: 02.12.2012).

<http://www.sabah.com.tr/>, (Erişim Tarihi: 02.12.2012).