

MEDYANIN 'SUSKUNLUK' SINAVI: EKONOMİ-POLİTİK YAKLAŞIM ÇERÇEVESİNDE BERAT ALBAYRAK İSTİFA HABERİNİN TÜRK YAZILI BASININA YANSIMASI

Şükran PAKKAN*

Özet

Habere ve bilgiye erişim, kamuoyunun en temel haklarından biridir. Demokrasinin en temel şartı olan bu hakkın hayata geçmesi ise ancak, çoğulcu ve bağımsız bir medya ortamında mümkün olabilir. Medya içeriği üretimini ve dağıtımını üstlenen şirketlerin çeşitliliği azaldıkça, bilgiye erişim sınırlanır. Medyanın tekelleşmesi, demokrasi için bu yüzden risklidir. Bu çalışma medyanın ekonomi politik bakış açısından Türk medyasında yaşanan tekelleşmenin, haber içeriğine ve bilgi akışına etkisini ele almaktadır. Bu amaçla 66. Hükümet Döneminde Hazine ve Maliye Bakanı olarak görev yapan Ekonomi Bakanı Berat Albayrak'ın istifa haberini ele alışları açısından Türkiye'deki gazetelerin stratejisine odaklanılmıştır. İnceleme kapsamında toplam tirajı 1 milyon 200 bini bulan ve en çok okunan 10 gazetesinin Cumhuriyet, Sabah, Hürriyet, Sözcü, Milliyet, Posta, Yeni Şafak, Akşam, Takvim, Korkusuz 9-11 Kasım tarihlerindeki yayınları söylem analizine tabi tutulmuş, istifa haberi ile mülkiyet ve ideoloji ilişkisi açısından anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır. Analizler ideolojik kutuplaşmaya ve sermaye ilişkilerinin haber seçme eleme kararı üzerinde etkili olduğunu, ayrıca medyanın ekonomik politik pozisyona göre haber verme işlevinin sorgulanması gerektiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Berat Albayrak, ekonomi politik, gazetecilik, medya, tekelleşme, yansılık

*Dr. Öğr. Üye., İstinye Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, sukranpakkan@gmail.com

THE EXAM OF THE MEDIA'S 'SILENCE': EVALUATION OF BERAT ALBAYRAK'S RESIGNATION NEWS IN THE TURKISH PRESS IN TERMS OF ECONOMIC-POLITICAL APPROACH

Şükran PAKKAN*

Abstract

It is one of the fundamental rights of the society to the news and its services. The realization can only be possible in a pluralistic and independent media environment. As the diversity of companies involved in the production and distribution access to information is limited. The monopolization of the media is therefore risky for democracy. This study ensures that the monopolization, news and ignorance from the political economy perspective of the media. Minister of Economy Berat Albayrak resigned worldwide on November 8 2019, the strategy of the newspapers is focused on the story strategy in Turkey. Turkey's most widely read 10 newspapers (Cumhuriyet, Sabah, Hürriyet, Sözcü, Milliyet, Posta, Yeni Şafak, Akşam, Takvim Korkusuz) on 9, 10 and 11 November were subjected to content analysis. A meaningful result has been reached in terms of the property relations and ideologies. This situation revealed that ideological polarization and capital relations had an effect on the decision of selection of news, and news according to the economic and political position should be questioned.

Keywords: Berat Albayrak, bias, journalism, media, monopolization, political economy

*Asst.Prof., Istinje University, Faculty of Communication, Department of Radio, Television and Cinema, sukranpakkan@gmail.com

MEDYANIN 'SUSKUNLUK' SINAVI: EKONOMİ-POLİTİK YAKLAŞIM ÇERÇEVESİNDE BERAT ALBAYRAK İSTİFA HABERİNİN TÜRK YAZILI BASININA YANSIMASI

GİRİŞ

Coşkun Siyaset gazeteciliğinde temel sorun, halkın çıkarını ilgilendiren olaylar bir rekabet alanı olarak ele alındığında ortaya çıkar ve Fallows'un da ifade ettiği gibi (1997) “*gerçek gazeteciliğin özü- yani halkın kamu yararına yönelik bilgi arayışı- hikayelerin gerçek özü kenara itildiğinde zedelenir.*”

“Bilgi edinme” ve “özgür haber dolaşımı” bir haktır, demokratik toplumlarda medyanın kamuoyunu haberdar etmesi ve siyasi mekanizmaları denetleme işlevini gerçekleştirmesi beklenir. Ancak medya artık toplumsal gerçeklikleri ideolojileri yönünde dönüştüren, belli politik görüşleri benimseyen ya da tümünden reddeden, olayları ideolojik pencereden aktaran, bilgiyi yapılandıran, siyasi süreçte aktif rol olan yapılanmalara dönüşmüştür (Page, 1996, s. 20).

Kitle iletişim araçlarının sahipleri haline gelen holdingler, yakın ilişkilerde bulunduğu siyasi grupların faaliyetlerini ele alırken mülkiyet yapısındaki değişimlerden etkilenmiştir. Küresel sermayenin yönettiği yeni medya yapısı, toplumu bilgisizleştirme yoluyla denetimi de sağlamaya çalışır. Böylece, enformasyon yığını arasında bilgisizleştirilen toplumlar, soru sormaz, kolayca rıza gösterir hale gelir (Acar, 2003, s. 144).

Sholle (1994), rıza üretiminin bilginin üretilerek değil, yok edilme yoluyla sağlandığını iddia eder. Medya araçları, içerik üretiminde bilgisizleştirici hikâyelere öncelik vermekte ya da haber konusunu yok saymaktadır. Bu çalışma, 66. Hükümet Dönemi Ekonomi Bakanı Berat Albayrak'ın 8 Kasım 2019 tarihindeki istifasını takip eden üç günlük süreçte Türkiye'deki gazetelerin konuya ilişkin haber stratejilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Ekonomi Politik Bağlam Açısından Medya Endüstrisine Genel Bakış

Kültür ve ideolojiyi üreten medya, ekonomik yapılarına bakılmadan analiz edilemez. Çünkü medya aracılığıyla oluşturulan içerik ve mesajlar, bunları üreten kurumların iç sistemlerince seçilmekte ve yayılmaktadır (Yaylagül, 2017, s. 149). Bu nedenle günümüz dünyasının demokrasiyle idare edilen kapitalist ülkelerinde yayın yapan medya organlarının var oluş amacı yorumlanırken ekonomik politik bağlam esas alınır. Medyayı, üretim biçimi ve ilişkileri açısından ele alan ekonomi politik yaklaşım, medya sahipliğine ve tekelleşmelere odaklanır. Kitle iletişim araçlarındaki sahiplik yapısındaki değişimlerin yayın tarzına ve diline olan ideolojik etkisi medyanın dördüncü güç etkisini sorgulamaya neden olmaktadır.

Ekonomi politik; üretim, bölüşüm ve dönüşümün ele alındığı bilim dalı olarak tanımlanır. Edward S. Herman (2003, s. 109). “Ekonomi her zaman aşılanaan gerçeğin hizmetçisi güç odaklarından gelen taleplere hizmet eden, belli bir sınıfı temel alan, siyasileştirilmiş bir disiplin olmuştur” sözleriyle ekonomik gücün siyasi gücü doğurmuş olduğunu açıklar. Bir bilim olarak 17. yüzyılda doğmasına rağmen, 18. yüzyılda “Ulusların Zenginliği” isimli çalışmasıyla günümüz ekonomik anlayışının temelini atan Adam Smith ile birlikte Alfred Marshall da ekonomiyi; sosyal, kültürel ve toplumsal bağlardan koparıp bir disiplin olarak ele almıştır. Ekonomi politik anlayış, kapitalizmi ve kapitalizmle birlikte gelen zenginliği anlamak için geliştirilmiş bir disiplin olarak değerlendirilebilir (Yaylagül, 2017, s. 141). Ekonomi politik, bu çerçevede kapitalist toplumun yapısını irdelemek amacıyla, çağdaş burjuvazi toplumlara bakar ve kapitalist üretim ağına odaklanır (Şeker ve Uzun, 2018, s. 109).

Liberal ekonomi politiğin arkasında durduğu serbest pazar sistemi, devletlerin rekabet ortamını desteklemesi ve serbest pazar şartlarını sağlamasına dayandığından, bireylerin seçme özgürlüğüne sahip olduğuna inanılır. Eleştirel ekonomi politikçi anlayışı ele alanlar bu nedenle liberal ekonomi

politik yanlılıklarının iddia ettiği özgürlüğün aslında adaletsizlik olduğuna dikkat çekmiştir (Şeker ve Uzun, 2018, s. 109).

Ekonomi kavramı tek başına değerlendirilmeyip siyasi etkileriyle ele alınmış, iletişimi anlama ve incelemek amacıyla çok sayıda çalışmaya imza atılmıştır. İletişimin siyasal ekonomisi, egemen ideoloji, algı yönetimi gibi çok sayıda çalışmayı kapsayan yaklaşımların kaynağı Karl H. Marx'tır. Marx, egemen sınıfın düşüncelerinin her daim egemen olacağını, maddi üretim araçlarını elinde tutan sınıfların aynı anda zihinsel üretimin araçlarını da elinde tuttuğunu söyler. Bu da düşünsel üretimin denetlenmesi anlamına gelir. Herkesin düşüncesini istediği gibi açıklama özgürlüğü vardır; fakat bunu ancak dağıtım araç ve imkanlarına sahip olanlar kullanabilir. Bu sebeple Marx, düşünceyi açıklama özgürlüğü- ve basın özgürlüğünü de- “mülkiyet özgürlüğü” ile tarif eder. Bu araçlardan yoksun olanlar, egemenliğin altına böylece girerler (Tekinalp ve Uzun, 2013, s. 59). Bir başka ifadeyle hangi zihinsel gücün, bulunduğu topluma hakim olacağını belirleyen, o toplumun ekonomik güçlerini elinde tutanlardır. Zira Marksist anlayışa göre; altyapı (ekonomi) üstyapıyı (siyasal, toplumsal, kültürel) belirler. Ekonomik gücün bu etkisinin yoğun bir şekilde yaşandığı tezinden hareketle, dağıtım araçlarını ve ekonomik gücü ele bulunduranların daima siyasileştiğini söylemek mümkündür (Herman, 2003, s. 69).

Medyanın ekonomi politiğini “araçsalcı yaklaşım” üzerinden ele alanlar, “medyayı kim kontrol ediyor?” sorusuna yanıt aradığından medyada üretim süreçlerini ve kurumsal politikalarını belirleyen şeyin mülkiyet yapısı olduğunu odaklanırlar. İletişim araçlarının egemen sınıfa ait olduğunu söyleyen Herman ve Chomsky ile birlikte ekonomik sistemlere ait dinamiklerle ve medyayı kontrol eden yapılarla ilgilenen Golding ve Murdock'a göre de medyanın gelişmesi, şirket menziline genişlemesi, metalaştırma, devlet ve hükümet müdahalesinin değişen rolüne odaklanmak gerekmektedir (Adaklı, 2001, s. 152). Çünkü Herman'ın (2003, s. 319) açıkladığı gibi “kamu yayıncılığı tekelleri bozulmuş ve ticari yayın grupları egemenlik sahalarını genişletmiş, kamu araçları reklamlara uzanmış, sermayeleri devlete ait kamusal yayın organları paylarını azaltmış büyük bir baskı ortamı oluşmuş ve izleyiciler için rekabet adı altında değişmek

zorunda kalmışlardır.” Nitekim medya 1980’lerden sonra bir endüstri alanına dönüşmüş ve tüm mecraları ile birlikte dev bir ekonomi haline gelmiştir. Televizyon, radyo, gazete, internet gibi yayın alanları tek çatı altına toplanmış, yayıncılık mecraları aynı gruplarda biraraya gelmeye başlamıştır. Kapitalizmin en keskin özelliği olarak tekelleşmenin medyada nasıl işlediği meselesi Schiller (1989), Herman ve Chomsky (1994), Wasko (1994), Bagdikian (1997), Herman ve McChesney (1997), Schiller (1999), Golding ve Murdock (2000) ve Wilkin (2001) tarafından ele alınmış, bu tekelleşmeler ekonomi politik yaklaşımında kilit bir rol oynamıştır. Günümüz global medyasında oligopol (benzer ürünlerin az sayıda şirketçe üretilmesi) ve tekelci yaklaşım vardır. Tekelleşme, bir sektörün tek bir elde tutulması olarak açıklanır ve medya sektörüne indirildiğinde medya sermayesinin birkaç elde veya grupta yoğunlaşması olarak ifade edilir (Yaylagül, 2019, s. 409). Medyanın mülkiyet yapısı bu nedenle, kontrol, devletle ilişkiler, üretimin medya içeriklerine yansımaları ve tekelleşmenin okura etkisi gibi konularda iletişimin ekonomi politiğinin nasıl şekillendiğinin yanıtını verir. 1980’lerden itibaren meydana gelen bu keskin dönüşümleri 1990’lı yıllardan itibaren dört temel yaklaşımla ele alan Hamelink, medyadaki bu süreci deregülasyon, birleşme, sayısallaşma ve küreselleşme kavramlarıyla açıklar (Yaylagül, 2017, s. 147). Devletin ekonomik alanda bazı sınırlamaları kaldırdığı ve hukuksal esneklikler sağladığı deregülasyon politikaları medyanın tekelleşmesine yol açmıştır. Bu noktada artık sorun piyasaların kimler tarafından ve nasıl düzenlendiğidir. Deregülasyon söylemine göre “gerçeklik gizlenmektedir ve pazar egemen sermayece tek taraflı düzenlenir”. Devlet bir nevi hakem rolü üstlenir ancak egemen iş dünyası kendi çıkarlarını korumak ve piyasayı düzenlemek için uğraşır (Chomsky, 2017, s. 197). İdeolojik üretim için din, eğitim ile birlikte medya, bu büyüme ve yayılma sayesinde, belli çıkar gruplarına hizmet etmeye başlar. Yazılı basından elektronik medyaya kadar sirayet eden bu dönüşüm, medyanın bağımsız ve demokratik bir tutumda ısrarcı olmasının önünü kesmiştir. Gülsoy, (2005, s. 188) bu durumun nedenini şöyle açıklar; “Çünkü, nasıl ki devlet ve özel sektör piyasayı kontrol edebilme gücüne ve imkanına sahipse medya da bu güce ve imkana sahiptir. Bunun nedeni ise aynı çıkar gruplarını temsil ediyor olmasıdır. Devletlerin ve şirketlerin medyayı kendi

denetimleri altına almak ve bireyleri etkileyerek yönlendirmeye çalışmak en başat gayeleridir”.

Dünya enformasyon dolaşımında da tekelleşme nedeniyle tek yönlülük vardır. Örneğin Amerika, üçüncü dünya ülkelerini tek yönlülük avantajıyla kendisine bağımlı hale getirir, ideolojisini medya aracılığıyla iletir. Schiller bunu klasik emperyalizm kavramı yerine “medya emperyalizmi” kavramlarıyla açıklar (Yaylagül, 2017, s. 160). Bu düşünceyi savunan Herman ve Chomsky de, “Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politigi (*Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*)” isimli eserinde tekelci medyayı sert bir dille eleştirir (Chomsky, 2017). Medyanın “söylemin öncüllerini saptama, halkın neyi göreceğine, duyacağına ve düşüneceğine karar verme ve düzenli propaganda kampanyalarıyla kamuoyunu yönetme yetisine sahip olduklarını” iddia eder (Golding ve Murdock, 2002).

Sonuç olarak, kitle medyası yapısının oluşmasında en önemli etkenlerden ikisi ekonomi ve politikadır. Chomsky ve Herman’ın da ifade ettiği gibi medya kurumlarının çoğu bir şirketler grubunun patronu veya hissedarı, bazısı ise sanayici ya da petrol şirketi sahibidir. Günümüzde medyanın, politik kontrol mekanizmasının bir parçası olduğu tartışmasızdır. Medya merkez ideolojisine karşı olan düşünce ve hareketleri düşman olarak görmekte, bu gelişmeleri kurmuş olunan sisteme zarar verecek tehlikeler olarak değerlendirmektedir. Bu, medyadaki gücün etkinliğini de ispat eder.

Türkiye’deki Medyanın Mülkiyet Ekseninde Değişimi

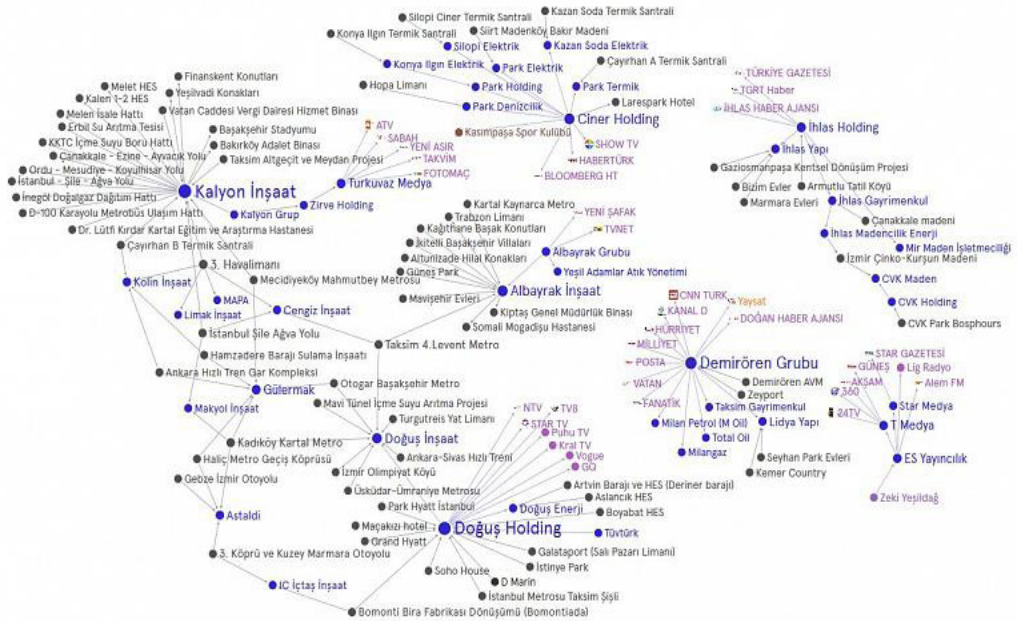
Medya sadece uluslararası düzeyde ideolojik, kültürel veya ekonomik etkileşim alanları sağlamakla kalmamış, aynı zamanda tek tek ülkelerde belli ideolojileri empoze etmeye imkan alanları yaratan bir güç konumuna erişmiştir. Edward S. Herman’ın (2003, s. 313) “muhalif fikirlere yasal bir engel yoktur ancak bunların kar peşinde koşan büyük kurumların tekelindeki geniş kitlelere ulaşmaları düpedüz imkansızdır” saptamasından hareketle günümüzde farklı kitle iletişim araçlarının neden aynı kaynak ve ideolojiden beslendikleri açıklanabilir.

Türkiye’de medyanın mülkiyet yapısında esas dönüşümler 1980’ler ve 1990’larda gerçekleşmiştir. Medyanın sahiplik yapısındaki dönüşüm, geleneksel medya sahipliği yapanların yani genellikle ailesinden dolayı gazeteci olan veya uzun yıllar gazetecilik yapmış kişilerin medya sektöründen çıkmaya başlamasıyla meydana gelmiştir. Yeni medya sahipliğinde gazetecilikle herhangi bir ilişkisi olmayan, yabancı zengin kişilerin varlığı söz konusu olmuştur. Bu yeni sermayenin medyaya yönelme nedeni ise “ekonomik çıkarları için ve önlerine çıkabilecek siyasi engelleri aşabilmek için daha da güçlenmek” olarak açıklanır (Adaklı, 2001, s. 154).

Kadıoğlu’na göre (2018) Türk basınında ilk dönüm noktası 1980’li yıllarda medya dışı sermayenin sektöre girişinin hızlanmasıysa; ikinci dönüm noktası 1990’lara damgasını vuran holdingleşmeler, üçüncü dönüm noktası 2000’li yıllara doğru başlayan el konulan bankalara ait medya şirketlerine TMSF aracılığıyla el konulmasıdır. 2001’de medya sahiplerine, kamu ihalelerine giriş için imkan tanınması ile de medya bir anda cazibe alanı, büyük grupların da devlet ihalelerinden yararlanabileceğini düşündüğü bir yatırım alanı haline gelmiştir. Ancak aynı yıl Cumhuriyet tarihinin en büyük ekonomik krizlerinden biri yaşanınca reklam ve harcamalarda yaşanan düşüş, maliyetlerin artması, işten çıkarmalar gibi sonuçlar beraberinde gelmiştir. Bu süreç Türkiye’deki medya sektörünü baştan dizayn etmiştir. 2002 yılında iktidara gelen AK Parti, bu süreçte el konulan medya şirketlerinin satışında yeni grupların önünü açmış, “ihalesi yapılan medya şirketlerine birden fazla şirketin ortaklığıyla kurulan konsorsiyumlar sahip olmuş, iktidar yanlısı olarak görülen bu konsorsiyumlar medyadaki rekabet portföyünü değiştirmiş, AK Parti iktidarının girdiği seçimlerde giderek arttırdığı oy oranları siyaseten gücünü arttırdığı gibi medya sektöründeki muhalif gruplar karşısında da etkinliğini artırmıştır” (Kadıoğlu, 2018, s. 115).

Bianet ve Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü tarafından hazırlanan Medya Sahipliği İzleme Projesi araştırması, Mayıs 2019’da Türkiye’de 2 bin 474 gazete, 3650 dergi, 899 radyo istasyonu ve 108 televizyon kanalı yayın yaptığını gösterir. Bu tabloya göre Türkiye’nin en büyük 40 medya şirketi, medya dışında

sanayi ve ticaret sektörlerinde öncü durumdadır. Örneğin *CNN Türk*, *Kanal D*, *Milliyet*, *Hürriyet* gibi en büyük medya kuruluşları aslında *Doğuş*, *Demirören*, *Ciner*, *Albayrak* gibi holdinglere aittir. Turkuvaz Medya çatısı altında *Sabah*, *Daily Sabah*, *Takvim*, *ATV* gibi markalar vardır. Tüm bu şirketler; inşaat, enerji, maden, turizm, telekomünikasyon, bankacılık ve finans alanlarında da faaliyet göstermekte, üstelik kamu ihalelerine girmekte ve devletle ticari ilişkileri bulunmaktadır (MOM-RSF Raporu, 2019).



Tablo 1. Türkiye Medya Sahipliği Ağı, (Kaynak: <https://graphcommons.com/graphs/09426282-c311-4b39-be2c-1bd4f93b5771>)

Türkiye’de, dünyada olduğu gibi, medya sektörüne yatırım yapmanın cazibesi her dönemde yüksek olmuştur. Türkiye’deki medya ortamı, iş dünyasında bazı grupların büyümek veya yatırımlarını güçlendirmek için medyaya yönelik yaptıkları yatırımların etkisinde büyümeye devam etmektedir. Holdingler bu yatırımları aracılığıyla rakipleri ya da siyasal iktidarla ilişkileri yeniden düzenleyebilmekte, hükümet ve devletle ilişkiler giderek daha giriftleşmektedir. Bu ilişkilerin kazandığı yeni boyutu sadece ekonomik çıkarlarla açıklamak mümkün değildir, politik çıkarlar söz konusudur. Bu nedenle medya yatırımları

holdinglerin bünyesinde giderek genişlemekte, holdinglerin ekonomik büyüklüğünü artırma ve siyasi cepheyle ilişkilerini dizayn etme amaçları oldukça kırılğan bir medya ortamı yaratmıştır.

Sıralanan nedenlerle Türkiye’de medyanın tekelleşmesi ve ağ sahipliği paritesinde görüldüğü gibi iktidarla yakın ilişkiler içindeki medya patronlarının medyadaki ağırlığının da giderek arttığı görülür. Diğer taraftan iktidara yakın olmayan medyanın da tecimsel (ticari) medya olarak toplum çıkarlarından çok sansasyonel, cinselliği, kişiselleştirilmiş hikayeleri öne çıkardıkları görülmektedir. Medyadaki kutuplaşma sonucunda sadece iktidar medyası değil karşıt medya da kutuplaşmıştır ve her medya kendi partisinin siyasi savunuculuğunu yapmaktadır.

Bu ortamda habercilik yaşanan gelişmelerden olumsuz yönde etkilenmiştir. Medya kuruluşları yöneticileri hangi haberin seçileceği, o haberin ne şekilde verileceğine karar vermekte, izleyicinin doğru bilgi alma hakkına müdahale edilmektedir. Siyasi çıkarlar nedeniyle yapılan müdahaleler ile egemen ideolojinin fikirlerinin yayılmasına, toplum rızasını şekillendirmeyi amaçlayan içerikler üretilmesine neden olmaktadır (Sönmez, 2014, s. 95-96). Mevcut çalışmalar, medya ortamında üretilen içeriğin objektiflik ve tarafsızlıktan uzaklaştığını, egemen gücün çıkarları doğrultusunda, çoğunlukla gerçek haber değerine sahip enformasyon akışına öncelik verilmediğini ortaya koymaktadır. Eleştirel teori içerisinde İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu’ndan Stuart Hall, Richard Hoggart, eleştirel ekonomi politikçilerden Graham Murdock, Edward Herman ve Noam Chomsky gibi isimler haber üretimine yönelik çalışmalar yapmıştır. Manufacturing Consent (Rıza Üretimi) adlı çalışmasında Chomsky ile Herman “elit konsensüs”ün haberleri, kendi değerlerine göne aktardıklarını anlatır. Chomsky, halkın denetim altında tutulması ve rızasının edinilmesi için medya aracılığıyla insanların “erdemli bir bağlılık gösterecek biçimde eğitildiğini” söyler (Chomsky, 1999, s. 27). Bu amacın gerçekleşmesi ise yazılı basın organlarında yayınlanan haber ve köşe yazıları ile olur. Bu nedenle “haber seçimleri” ve “üslubu” kritik rol oynar. Herman ve Chomsky (2012, s. 72) haber süzgeçleri kümesini şöyle açıklamaktadır: “(1) Hâkim kitle medyası firmalarının

büyüklüğü, tekelleşmiş mülkiyeti, sahibinin serveti ve kar yönelimi, (2) kitle medyasının temel gelir kaynağı olarak reklamcılık, (3) medyanın hükümet, iş dünyası ve bu temel kaynakların ve gücün faillerinin finanse ettiği ve onayladığı uzmanların sağladığı bilgilere dayanması, (4) medyayı disiplin altına alan bir araç olarak tepki üretimi, (5) ulusal bir din ve denetim mekanizması olarak ‘antikomünizm. İşlenmemiş ham haldeki haberler geriye yalnızca basıma uygun damıtılmış bir artık kalana kadar peş peşe bu süzgeçlerden geçmektedir.”

Türkiye’ye bakıldığında da medya-siyaset ilişkisinin çoğu zaman ekonomik ve siyasal çıkarlar zemininde gerçekleştiği ve bunların haberlere yansıdığı görülmektedir. Bir çalışmada (Işık ve Börekçi, 2009); Başbakan Recep Tayip Erdoğan ile Doğan Holding Yönetim Kurulu Başkanı Aydın Doğan arasında “Deniz Feneri” davası üzerinden yaşanan tartışmaya bakılmış, medya üzerinden yaşanan çatışmanın sonuçları ele alınmıştır. Yine bir diğer araştırmada (Şimşek, 2009) medya patronlarının kendi çıkarlarını korumak, ülke gündeminde söz sahibi olabilmek amacıyla taraflı davranış sergilediği, 2009 yerel seçimlerinin haber içerikleri örnek alınarak belirlenmiştir. Çalışmada, medya organlarının hükümetler ve muhalefet partilerinden herhangi birinin lehinde ya da aleyhinde davranış sergilediklerini ortaya konulmuştur. Kazaz ve Çoban ise (2005), çalışmalarında televizyon haberlerinde egemen söylemin yeniden üretilmesine odaklanmaktadır. 15 Ocak 2011’de Galatasaray Spor Kulübü’nün yeni stadı Türk Telekom Arena’nın açılış töreninde Erdoğan’ın ıslıklanarak protesto edilmesinin üzerine töreni terk etmesi haberi, ertesi günkü gazetelerde ya hiç yer almamış ya da çok küçük görülmüştür (Euractive, 2011). HES’lere karşı Büyük Anadolu yürüyüşü yapan eylemcilere ilişkin haberler, eylemcilerin Ankara girişinde durdurulup, başkente girişlerine izin verilmemeleri de haberleştirilmemiştir (Arsan, 2011).

Bazı olayların bazı medya gruplarında yok sayılması ya da geniş bir biçimde ısrarlı yer alması şeklinde kendini gösteren örnekler medya ortamının kutuplaşmasının sonucudur. Kutuplaşma Türkiye’de siyasi, etnik ve dini başlıklarda ayrılarak medya ortamının bölünmesi olarak karşımıza çıkmakta, en kabul göreni ise siyasi parti kutuplaşması olmaktadır. Siyasal partiler, mevcut oy

oranını sağlamlaştırmak ve/veya artırmak amacıyla kendi taraflarına yakın basın kuruluşlarında siyasi yönlendirme gücüne sahip olma yoluna gitmektedirler. Yapılan çalışmalar Türkiye'deki siyasal yapıyı toplumsal yapının oydaşma potansiyeline bağlamaktadır (Mardin, 1990, s. 39).

Sahiplikten kaynaklanan savunuculuk yeni bir gelişme değildir. Ancak, Türkiye'de medyanın sahiplik yapısındaki yoğunlaşmaların ivme kazanmasıyla birlikte oluşan ortamı tahlil edebilmek için Hallin ve Mancini'nin siyasal koşutluk (*political parallelism*) kavramına başvurulabilir. Siyasal koşutluk "bir ülkedeki medya kuruluşlarının belirli bir siyasi görüşle ilişkilerinin yakınlığını anlatmak için kullanılan bir terimdir. Siyasal farklılıkların medyalar arasındaki farklılıklara yansıma derecesini anlatır" (Kaya ve Çakmur, 2010). Bu kavram üzerinden medya ile siyaset ilişkilerine açıklık getirilmekte, Türkiye'de karşıt medyaların kendi çıkar ve davalarını ifade etmek amacıyla değil karşı görüşlerini bastırmak için de uğraştığına işaret edilmektedir. "Yani gerçekte medya, haberlerinde daha önce hiç olmadığı kadar kavgacı biçimde partizan hale gelmiştir" (Kaya ve Çakmur, 2010, s. 533).

Habercilik, mülkiyet yapısındaki dönüşümlerden olumsuz yönde etkilenmiş, hangi haberin ne şekilde verileceği kanal yöneticilerinin inisiyatifle belirlenir hale gelmiş, izleyicinin doğru bilgi alma hakkına siyasi çıkarlar nedeniyle müdahaleler olmuş, egemen ideolojinin fikirleri yaymak amacıyla toplum rızasını şekillendirmeyi amaçlayan içerikler üretilmiştir (Sönmez, 1995). Medya içeriği objektif ve tarafsızlıktan uzaklaşmış, egemen gücün çıkarları için, çoğunlukla gerçek haber değerine sahip enformasyonun akışını kesmeyi tercih etmiştir.

ARAŞTIRMA

Amaç, Yöntem ve Örneklem

Bu çalışmada, 66. Hükümet döneminin Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın 8 Kasım 2020 tarihinde sosyal medya hesaplarından duyurarak açıkladığı istifa kararına yönelik yazılı basının tutumu medyanın ekonomi

politığı bağlamında incelenmiştir.

Albayrak, 8 Kasım 2020'de 19.00'da kendisine ait instagram hesabından yaptığı açıklamada "2018'den beri sürdürdüğü Hazine ve Maliye Bakanlığı görevinden sağlık sorunlarını ve ailesi ile zaman geçirmek istediğini gerekçe göstererek görevden affını istediğini" duyurmuştur (BBC Türkçe, 2020). Açıklamasının ardından resmen teyit edilmeyen istifası Türk lirası açısından ses getiren ve ekonomik anlamda yansımaları büyük olacak bir gelişme olarak görülmüştür (Pitel, 2020). Açıklamadan 27 saat sonra 9 Kasım 2020 tarihinde İletişim Başkanlığı tarafından yapılan açıklamada "Cumhurbaşkanımız tarafından yapılan değerlendirmede Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın görevden af talebi kabul edilmiştir" denilmiştir (TRT Haber, 2020).

Albayrak'ın istifası hem bulunduğu konum itibariyle hem de Bakan Albayrak'ın, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın damadı olması bakımından kamuoyu açısından önemli ve haberleştirmeye değer bir konudur. Bu doğrultuda bu çalışmada Albayrak'ın istifasını takip eden üç günlük süreçte yazılı basında yer alan istifa haberleri ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde incelenmiştir.

Çalışmanın uygulama bölümünde, Türkiye çapında ulusal yayın yapan bağımsız ve farklı siyasi söylemlere sahip 10 gazetede *Cumhuriyet*, *Sabah*, *Hürriyet*, *Sözcü*, *Milliyet*, *Posta*, *Yeni Şafak*, *Akşam*, *Takvim* ve *Korkusuz* yayımlanan ve Albayrak'ın istifa açıklamasına ilişkin haberler incelemeye tabi tutulmuştur. Gazeteler farklı sermaye sahipliği ve tirajları gözetilerek seçilmiştir. Analizi yapılan gazeteler seçilirken; ekonomik ve ideolojik yapıları, politik eğilimleri, tirajları, sektördeki payları, genel yayın politikası, okuyucu kitlesi gibi kriterler dikkate alınmıştır. Gazetelerin yayın politikasını belirleyen sermaye sahipliği unsuruna bakıldığında şu tanımlamaları yapmak mümkündür: iktidara muhalif söylem sahibi *Sözcü*, *Cumhuriyet*, *Korkusuz* ile iktidara yakın söylem sahibi *Yeni Şafak*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Posta*, *Akşam*, *Takvim* ve *Sabah*.

Gazetelerin, istifanın ertesi günü 9 Kasım'daki basılı yayınlarıyla birlikte, gerçekleştirilen resmi açıklama sonrasındaki 10 ve 11 Kasım tarihleri nüshalarına

sayısal analiz ve söylem analizi yapılmıştır. Gazeteler Van Dijk'in çözümleme tekniğinde içeriğin dönüşümüne işaret ettiği alanlar dikkate alınarak incelenmiştir. Söylem çözümlemesi; toplumsal iletişim kanallarında üretilmiş olan bilgiye yönelik çözümleme yapmayı mümkün kılan yöntemler bütünüdür. Bu bağlamda "keşif yoluyla bilgi elde etmeye yönelik bir analiz" gerçekleştirilmiştir. Sayısal analiz, verilerle fonksiyonel bir fayda sağlayacağı düşüncesiyle ve genel eğilime ilişkin yaklaşım tespit edilebileceğinden yapılmıştır. İdeolojilerin söylem boyutu, ideolojilerin günlük konu ve konuşmaları nasıl etkilediğini, ideolojik söylemi nasıl anladığımızı ve toplumda ideolojinin yeniden üretiminde söylemin nasıl yer aldığını açıklar (Özer, 2011, s. 52). Van Dijk eleştirel söylem analizinin, eşitsizlik, haksızlık ve gücün kötüye kullanılmasının söylemsel boyutlarıyla ilgilendiğini ifade eder (Van Dijk, 1993, s. 252). Söylem analizinin kullanıldığı bu çalışmada; ideolojik olarak birbirinden ayrılan gazetelerde üretilen haberlerin ideolojik söylem pratiklerine bakılmıştır. Van Dijk, söylem analizinin dile ve dilin kullanımına dair teorik bir yaklaşımı ifade ettiğini, söylemlerin metinler ve mesajlar üzerinden tanımlandığını söyler. Çalışma kapsamında incelenen 10 gazetenin üç gün süren yayınlarında metinde "Berat Albayrak" adı geçen 77 haber, Van Dijk'in söylem analizi tekniğine bağlı kalınarak incelenmiştir. Bu bağlamda haberler makro yapı açısından çözümlenerek şematik ve tematik yapıları açısından ele alınmıştır. Şematik çözümleme, durum ve yorum bölümlerinden oluşur. Durum bölümünde hikâyeye örgüsü ele alınır, olay hakkındaki bilgilerin eksiksiz olup olmadığına bakılır olayın işleniş biçimi değerlendirilir. Yorum bölümünde ise, haber kaynakları ve habere konu olmuş olayın taraflarının tepkileri ele alınır. (Van Dijk, 1993). Böylece çalışmada mesajların yapısını çözümlenmek imkanı bulunmuştur.

Haberlerde yer alan ideolojik söylemlerin söylem analizi yoluyla ortaya konulması, araştırmanın temel amacıdır. Çalışmanın temel varsayımı, "ana akım medya kuruluşlarının sahiplik yapıları doğrultusunda ideolojilerini haberler aracılığıyla şekillendirerek sunmaları, haberi bu amaçla görmezden gelmeleri ya da büyütmeleleridir". Bu bağlamda farklı gazetelerin Albayrak istifası konusunda kendi sahiplik ve ideolojilerine göre farklı gerçeklikler ürettikleri varsayılmıştır. Bu doğrultuda söylem analizi kapsamında yapılan makro analizlerde haberler

tematik ve şematik yapıları bakımından incelenmiş ve bilgi edinme hakkının sağlanıp sağlanmaması ile haberde yanlışlık kriterlerine bakılmıştır. Bu kapsamda araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Bakan Albayrak'ın istifası, gerçekleştiği anda okura duyurulmuş mudur?
2. Medya kuruluşlarının mülkiyet yapıları, Bakan Albayrak'ın istifa haberinin sunumunda etkili olmuş mudur?
3. Gazetelerin yayın politikaları, bilgilendirme hakkına etki etmekte midir?

BULGULAR

Albayrak İstifası Haberlerinin Gazetelere Dağılımı

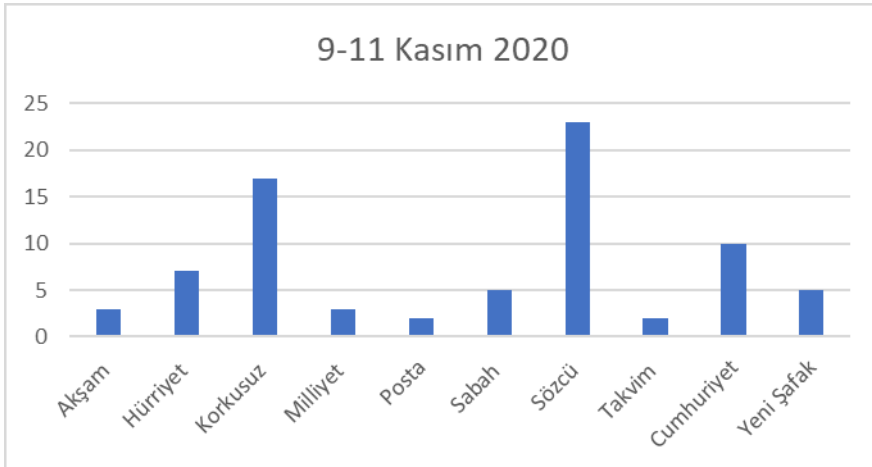
Van Dijk'in analizi yöntemi kullanılarak yapılan çalışma, 9 Kasım 2020 gününden başlayarak 11 Kasım 2020 gününe kadar yayımlanan tüm haberleri kapsamıştır. Bu haberler tarih sırasına göre, Van Dijk'in söylem analizinde belirlediği yöntem ve kurallara göre incelenmiştir.

Tarih	Gazete Adı	İçerik Sayısı
9 Kasım 2020	Akşam	0
9 Kasım 2020	Hürriyet	0
9 Kasım 2020	Korkusuz	2
9 Kasım 2020	Milliyet	0
9 Kasım 2020	Posta	0
9 Kasım 2020	Sabah	0
9 Kasım 2020	Sözcü	3
9 Kasım 2020	Takvim	0
9 Kasım 2020	Cumhuriyet	1
9 Kasım 2020	Yeni Şafak	0
10 Kasım 2020	Akşam	1
10 Kasım 2020	Hürriyet	2
10 Kasım 2020	Korkusuz	8
10 Kasım 2020	Milliyet	2
10 Kasım 2020	Posta	1
10 Kasım 2020	Sabah	1
10 Kasım 2020	Sözcü	11
10 Kasım 2020	Takvim	1

10 Kasım 2020	Cumhuriyet	6
10 Kasım 2020	Yeni Şafak	2
11 Kasım 2020	Akşam	2
11 Kasım 2020	Hürriyet	5
11 Kasım 2020	Korkusuz	7
11 Kasım 2020	Milliyet	1
11 Kasım 2020	Posta	1
11 Kasım 2020	Sabah	4
11 Kasım 2020	Sözcü	9
11 Kasım 2020	Takvim	2
11 Kasım 2020	Cumhuriyet	3
11 Kasım 2020	Yeni Şafak	2
Toplam	10 Gazete	77 Metin

Tablo 2. İncelenen gazetelerdeki Albayrak adı geçen metin sayısı

9-11 Kasım tarihleri arasında Albayrak'ın görevden ayrılmasıyla ilgili en çok haber ve yorum yayınlanan gazetede Sözcü olmuştur (Toplam 23 içerik). Ardından, Korkusuz 17, Cumhuriyet 10, Yeni Akit 8, Hürriyet 7, Yeni Şafak ve Sabah 5, Akşam ve Milliyet 3, Posta ve Takvim 3 metin yayınlayarak konuyla ilgili gelişmeleri yayınlamıştır. Toplamda 77 haber yapılmıştır.



Tablo 3. Yazılı Basın Organlarındaki Albayrak Haberlerinin Sayısal Analizi

İstifa Haberinin 9 Kasım Tarihinde Türk Basınında Ele Alınışı

Albayrak, 8 Kasım akşamı onaylı Instagram hesabından görevden ayrıldığını duyurmuştur. “Açıklama metninin yazım hatalarıyla dolu olması ve bakanın Twitter hesabına erişimin kesilmesi, ilk dakikalarda hacklenme şüphesi söz konusu olduğu için istifa haberine ulusal medya kanalları ve yazılı basın organlarının mesafeli yaklaştığı” söylenmektedir (Journo, 2020). İstifa duyurusunun ertesi günü yayınlanan 9 Kasım tarihli incelenen gazetelerin yedisinde Albayrak’ın istifa haberi ya da iddialarına dair hiçbir bilgi yer almadığı görülmektedir.



Tablo 4. Yazılı Basın Organlarındaki Albayrak Haberlerinin Sayısal Analizi

Albayrak’ın istifasına yönelik gelişmeler 9 Kasım 2020 tarihinde incelenen gazeteler arasında sadece Cumhuriyet, Korkusuz ve Sözcü Gazetesi’nde haber olmuştur. Konuyla ilgili Akşam, Hürriyet, Milliyet, Posta, Takvim, Sabah, Yeni Şafak gazetelerinde bir bilgi bulunmamakla birlikte, 9 Kasım tarihli yayınlarının hiçbirinde Albayrak’ın adı geçmemektedir.

Cumhuriyet Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Üst Başlık: “Kriz damadı salladı”, “Albayrak istifa etti”

Cumhuriyet Gazetesi istifaya ilişkin tek ancak geniş haberinde, Albayrak’ın istifasını sosyal medyadan duyurduğunu, gözlerin saraya çevrildiğini, ipleri Merkez Bankası Başkanı Naci Ağbal’ın atanmasının kopardığını söyleyerek

okuyucusuna aktarmıştır. Cumhuriyet 5. sayfadaki devam haberinde “Albayrak istifa etti” başlığını tercih etmiş, kabinenin en eleştirilen bakanlarından biri olduğunu, “ülkeyi yoksullaştırdığını” öne sürmüştür. Albayrak'ın istifasına yönelik gelişmeler ve tepkiler de haberde ayrıntılı aktarılmıştır.

Makro açıdan başlıklar ve haber incelendiğinde Cumhuriyet gazetesinin ideolojik açıdan eleştiren ve ötekileştiren bir söylem tercih ettiği görülmektedir. Tercih edilen cümleler ve ifadeler ile eleştirel bakış açısının sürdürüldüğü görülmüştür. Haber dilinin ideolojik vurguları görülmüştür.

Korkusuz Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Berat Albayrak İstifa Etti”

Birinci sayfanın sürmanşetinden istifa haberini duyuran Korkusuz Gazetesi, sosyal medyadan duyurulan açıklamanın görselini paylaşmakta ve açıklamadan alıntı vermektedir. Haberin spotunda yorumdan uzak durulmuş, “Albayrak sosyal medya hesabı Instagram’dan istifa ettiği açıkladı” denilmiştir. Haberin 1. sayfadaki anonsunda “Merkez Bankası Başkanı Murat Uysal’ın değişmesi sonucu Albayrak’ın istifa ettiği, kararın Ankara’da şok etkisi yarattığı, Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın istifayı kabul edip etmeyeceğinin merak konusu olduğu” belirtilmiştir. Haber 4. sayfada devam etmekte ve istifanın nedenlerine dair ayrıntılı analiz ve yorumlar yapılmaktadır. Korkusuz köşe yazarı Memduh Bayraktaroğlu da 9 Kasım tarihli köşe yazısında Merkez Bankası başkanının

değişimi ile ilgili yorum yaparken, istifasına değinilmeden Berat Albayrak'ın adı geçen yorum yapmıştır. İstifa haberinin geç duyurulması ve yazarların yazılarını erken saatte teslim etmeleri nedeniyle bu haberin istifadan bağımsız yazıldığı düşünülebilir.

Makro yapı çözümlemesinde habere ilişkin olumsuz bir ifade yer almadığı görülürken, tematik yapı çözümlemesinde haberin sunuluş biçimi ve haber metinlerinin olumsuz bir sentaktik yapıda olduğu görülmektedir.



Sözcü Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Görevden Ayrıldığını Sosyal Medyadan Duyurdu”, “Hazine Bakanı Berat Albayrak istifa etti”

Sözcü, haberi ana manşetinden “Görevden Ayrıldığını Sosyal Medyadan Duyurdu-Hazine Bakanı Berat Albayrak istifa etti” başlığıyla yayınlamıştır. Haberın spotunda Albayrak'ın açıklamasında yer alan “Bakanlık görevime sağlık sorunlarım nedeniyle artık devam edememe kararı aldım” sözlerini spotuna taşıyan Sözcü, devamında “Değişik iddialar var, gözler bugün piyasada” yorumunda bulunmuştur. İstifanın sosyal medyadan yapıldığı bilgisi veren ve açıklamanın görselini birinci sayfasından paylaşan Sözcü, haberin fotoğrafı olarak Albayrak ile Erdoğan'ın birlikte görüldüğü bir görsele yer vermiştir.



Sözcü “Erdoğan’ın daha önce Soylu’nun istifasını da kabul etmemiştir” yorumunu yapmakta, Erdoğan’ın istifayı kabul edip etmeyeceğinin merak konusu olduğu belirtilmiştir. Sözcü, iç sayfalarında Albayrak’ın istifasıyla ilgili açıklamalara yer ayırmıştır. “Akşener’den İstifaya Videolu Tepki Başlıklı” başlıklı haberde İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener’in sosyal medya hesabından yaptığı geçmiş tarihli bir konuşmasına, “Aile Kavgası Batırıyor” başlıklı haberde ise Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) Milletvekili Muharrem İnce ve Faik Öztrak’ın açıklamalarına yer verilmiştir.

Gazete Adı	Destekleyen	Tarafsız (Bilgilendirme)	Eleştiren	Toplam
Korkusuz	-	2	-	2
Sözcü	-	3	-	3
Cumhuriyet	-	-	1	1
Toplam	-	5	1	6

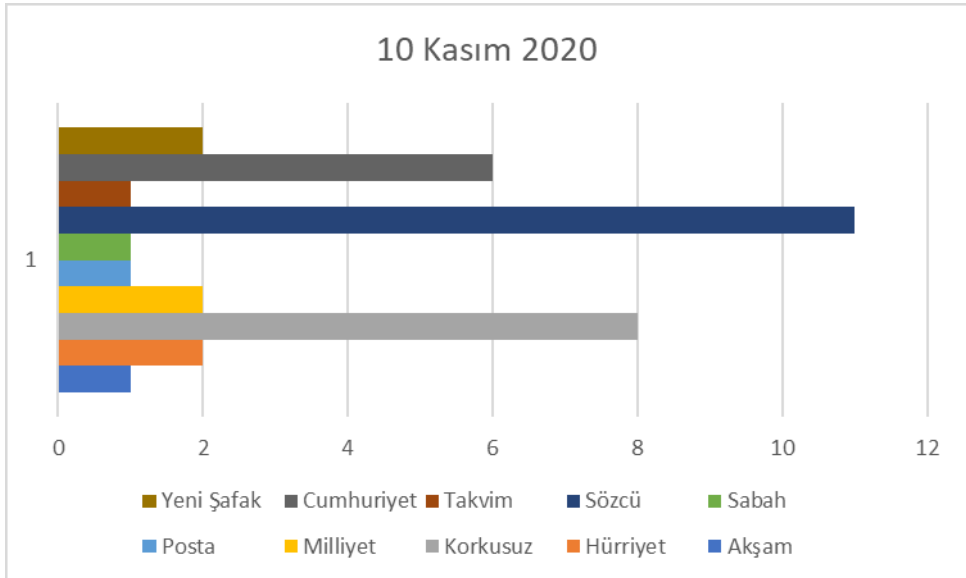
Tablo 5. 9 Kasım 2020 Tarihli Yazılı Basın Organlarındaki Albayrak Haberlerinin İçerik Analizi

Makro yapı içerisinde genel olarak şematik yapıya bakıldığında Korkusuz, Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerinde ana olayın gerçekleşmesi verilmiştir. Sözcü ve Korkusuz Gazetelerinde bilgilendirici bir içerikle konunun ele alındığı görülmektedir. Cumhuriyet Gazetesi konuyu eleştirel bir bakış açısıyla ele almıştır. Korkusuz, Cumhuriyet ve Sözcü Gazetesi’nde yayınlanan 6 haberlerin 5’i bilgilendirici içerikte, 1’i eleştirel içeriktedir.

İktidara yakın gazeteler ise, konuyla ilgili haberleri yayınlamadıkları için değerlendirmeye tabi tutulmamıştır.

İstifa Haberinin 10 Kasım Tarihinde Türk Basınında Ele Alınışı

9 Kasım 2020 akşamında İletişim Başkanlığı “Cumhurbaşkanımız tarafından yapılan değerlendirmede Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın görevden af talebi kabul edilmiştir” açıklamasında bulunmuştur ve ertesi gün (10 Kasım) yazılı basın organlarının tamamında konuyla ilgili haberlerin yayınlandığı görülmektedir. İncelenen 10 gazetede konuyla ilgili toplam 32 haber çıkmıştır. Gazetelerin siyasi pozisyonlarına göre haber sayıları değişmektedir. İktidara muhalif duruş sergileyen Korkusuz 8, Cumhuriyet 6, Sözcü 11 haber ve yorum yayınlamıştır. İktidara yakın duruş sergileyen Yeni Şafak, Sabah, Takvim, Akşam, Hürriyet, Milliyet, Posta az sayıdaki içerikle birlikte istifa haberini aktarış biçimleri ile dikkat çekmektedir. Gazeteler istifa yerine “af talebi” değerlendirmesini tercih etmekte, konuyu bilgilendirici ve kısa haberlerle çerçevelemektedirler. İktidara yakın duruş sergileyen bu yedi gazetenin aynı başlıkla yayınlanması dikkat çekicidir.



Tablo 6. Yazılı Basın Organlarındaki Albayrak Haberlerinin Sayısal Analizi

Akşam Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: "Albayrak'ın Görevden Af Talebi Kabul Edildi"

Akşam Gazetesi, İletişim Başkanlığı açıklamasını yayımlanmıştır. Bu alıntıda Albayrak'ın görevini başarıyla icra ettiği bölümün öne çıkarılması önemlidir. Gazete istifa kelimesini kullanılmamış, Albayrak açıklamasında ve resmi yanıtta dile getirildiği üzere "görevden af talebi" tanımını tercih etmiştir.



Hürriyet Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: "Görevden Af Talebi Kabul Edildi"

Hürriyet Gazetesi'nde Albayrak'ın istifası ana sayfada küçük bir yer bulmuş, haberin devamı 14. sayfada "Başarıları Taktir Edildi" sözleri ara başlığıyla çekilerek ve sınırlı yer bulmuştur. Albayrak'ın görev sürecinin hatırladığı haberde, resmi açıklama metni geniş yayınlanmıştır. Albayrak'ın adı geçtiği ikinci haberin içeriği, yeni bakan Lütfü Elvan'ın tanıtılmasını içermektedir.



Milliyet Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: "Bakan Albayrak Görevden Ayrıldı"

Birinci sayfadan haberi duyuran Milliyet Gazetesi'nde üç yazı yayınlanmıştır. İstifa haberini ve Albayrak'ın fotoğrafını kullanmayan Milliyet Gazetesi, birinci sayfasından Albayrak'ın görevden af talebinin kabul edildiğini belirterek, yeni bakan Elvan'ın atanmasıyla ilgili gelişmeleri öne çıkarmaktadır. 16. sayfadaki devam haberinde ise İletişim Başkanlığı'nın yayınladığı metnin geniş bir şekilde yayınlandığı, başka bir ayrıntıya yer verilmediği görülmektedir.



Posta Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Görevden Af Talebi Kabul Edildi”

Birinci sayfasından haberi yayınlanmış, bir gün öncesinde konuyla ilgili bir haber yayınlanmamasına rağmen “8 Kasım Pazar akşamı Albayrak’ın sosyal medya hesaplarından sağlık nedeniyle görevden affını istediği, Cumhurbaşkanı tarafından değerlendirildiği ve kabul edildiği” belirtilmiştir. Posta, Albayrak’ın bugüne kadar hizmetlerini de maddeleştirerek sıralamış, yeni Bakan Elvan’ın özgeçmişine de bu haber kapsamında yer verilmiştir.



Sabah Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Albayrak’ın Görevden Af Talebi Kabul Edildi”

Birinci sayfasından kısa bir haber ve “Albayrak’ın Görevden Af Talebi Kabul Edildi” başlığıyla istifayı duyuran Sabah Gazetesi de konuyla ilgili gelişmelere 6. sayfada yeni MB başkanına yer verilen geniş bilgilendirici bir haberle devam etmiş, sayfanın sonunda verilen kısa bir haberle ise istifayla ilgili resmi açıklamaya değinilmiştir. Konuyla ilgili tek köşe yazısına imza atan Okan Müderrisoğlu “Arı Kovanına Çomak Sokmak” başlığı ile yayınlanan yazısında “Albayrak’ın göreve geldiği günden bu yana Türkiye ekonomisinin kalkınması için birçok hamle yaptığı ve bu hamlelerin Türkiye’deki yerleşik piyasa oyuncularının kovanına çomak sokmak olduğunu” yorumunda bulunmuştur.



HAZİNE ve Maliye Bakanı Berat Albayrak'ın sağlık sorunları nedeniyle görevden af talebi Başkan Erdoğan tarafından kabul edildi. İletişim Başkanlığı'ndan yapılan açıklamada, "Bölgesel ve küresel krizlerin yaşandığı bir dönemde Bakan Albayrak'ın gayretleriyle ülkemiz en az hasarla yoluna devam etmiş, sayın bakanımızın başarıları Sayın Cumhurbaşkanımız tarafından takdir edilmiştir" denildi. **6'DA**

Takvim Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: Akdeniz Uyarısı

Birinci sayfasında Erdoğan'ın resmi açıklamasının yer aldığı haberin içerisinde bir cümle ile İletişim Başkanlığı resmi açıklamasını duyuran Takvim Gazetesi, 9. sayfadaki devam haberinde ise sadece resmi açıklamayı yayınlamıştır.



Yeni Şafak Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: "Ankara'da sıcak saatler", "Görevden Af Talebi Kabul Edildi"

10 Kasım tarihli gazetelerde Yeni Şafak açısından dikkat çekici bir baskı değişikliği örneği yaşanmıştır. Erken saatlerde basılan taşra baskısında manşette "Ankara'da sıcak saatler" başlığıyla Albayrak'ın istifa ettiği ancak Cumhurbaşkanını istifayı kabul edip etmediğine dair bir açıklama yapılmadığı belirtilmiştir.

Ancak gazetenin yenilenen şehir baskısında başlık diğer gazetelerde olduğu gibi "Görevden Af Talebi Kabul Edildi" başlığıyla değiştirilmiş, "başarılarının takdir edildiği" sözleri öne çekilmiştir.



Bu noktaya kadar ele alınan gazetelerin *Yeni Şafak*, *Sabah*, *Takvim*, *Akşam*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Posta* kullandığı başlıklarla haberin özü hakkında kısa bilgi verme yoluyla özetleme yoluna gittiği görülmüştür. Gazeteler enformasyon eksiltimine başvurmuştur. Şematik ve tematik yapı içinde nedensel, işlevsel ve referansal ilişkileri birbirine benzer kurgulanmıştır. Olayın oluş aşamaları aktarılmıştır. Haberin retorik unsurları, egemen söylemi yeniden üreten bir yapıda kurulmuştur. İncelenen bu gazetelerin AK Parti'ye yakın olmaları nedeniyle ideolojinin haber söylemine yansıdığı görülmektedir. Haber metinleri ve sunumları ile ideolojik üretim gerçekleştirmektedir.

Cumhuriyet Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Damat Saray’ı Kızdırdı”

11 Kasım tarihli gazetesine istifaya detaylı yer vermiştir. “Damat Saray’ı Kızdırdı” başlıklı haberinde Cumhuriyet, istifanın hükümet tarafından gayri ciddi bulunduğunu söylemiştir. İktidar ve basının sessiz kalmasını eleştiren Cumhuriyet, ekonomik krizin istifa molası verdiğini söylediği bir başka haberinde ise Türk lirasının dolar karşısında değer kazanmasından övgü ile bahsetmiştir. CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’nun “Vezir Vererek Şahı Kurtaramazsınız” sözlerini de 1. sayfasına taşıyan Cumhuriyet’in “Aile içi kriz çıktı” başlıklı haberinde ise istifa şeklinin yarattığı etkiye ilişkin duyular ele alınmaktadır.



Korkusuz Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Erdoğan Albayrak’ın İstifasını Kabul Etti”

Resmi olarak istifanın açıklanmasının ardından 6 haber ve 3 köşe yazısına imza atmıştır. “Erdoğan Albayrak’ın İstifasını Kabul Etti” diyen Korkusuz, istifa sonrası piyasaların olumlu yönde etkilendiğini söylemiştir. “Bakan Düşüren 5 İddia” başlığıyla yayınlanan haberinde ise istifaya gerekçe gösterilen “Piyasalardaki kötü gidişat, ekonomideki sıkıntılar” yorumlarıyla dikkat çekmektedir.

Erdoğan, Albayrak'ın istifasını kabul etti

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, Hazine Bakanı Berat Albayrak'ın pazar günü Instagram'dan duyurduğu istifasının Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından kabul edildiğini açıkladı. **7'DE**



Sözcü Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: "Siyasette İlk Kez Böylesi Yaşanıyor-Instagram'dan İstifa 27 Saat Sonra Kabul Edildi"

7 haber ve 4 köşe yazısıyla istifa haberini ele alan Sözcü, sür manşetinde "Siyasette İlk Kez Böylesi Yaşanıyor-Instagram'dan İstifa 27 Saat Sonra Kabul Edildi" başlığıyla yayınlandığı haberde "Açıklamanın sosyal medya üzerinden duyurulduğunu, 27 saat sonra kabul edildiğini, bu süreç boyunca kimin bakan olduğunun belli olmadığı, kimsenin açıklama yapmadığını" dile getirmiştir. "Türk medyasının bu süreçte sessiz kaldığına" dikkat çeken Sözcü, manşet haberinde Maliye Bakanlığı'na yapılan yeni atamayı konu almıştır. "Bir devlet krizi ile karşı karşıyayız" başlıklı haberinde muhalif siyasetçilerin gelişmelere olan tepkisi yayınlanmıştır.



Hükümete ideolojik olarak muhalif sayılan *Cumhuriyet*, *Sözcü* ve *Korkusuz* 10 Kasım tarihli yayınlarının makro yapısı incelendiğinde haberlerin ideolojik olarak taraflı bir biçimde sunulduğu görülmüştür. Haberin ele alınış şekline bakıldığında iktidarla aynı görüşlerin paylaşılmadığı açıkça görülmüştür. Haber tematik açıdan incelendiğinde kullanılan söylemin ideolojik bir bakış açısıyla sunulduğu görülmektedir.

Yayınlanan haberlerin analizleri sınıflandırıldığında, iktidara yakın gazetelerin konuya resmi açıklama sınırlarında yaklaştıkları ve övgü/eleştiride bulunmadıkları için bilgilendirici içerik sundukları görülmüştür.

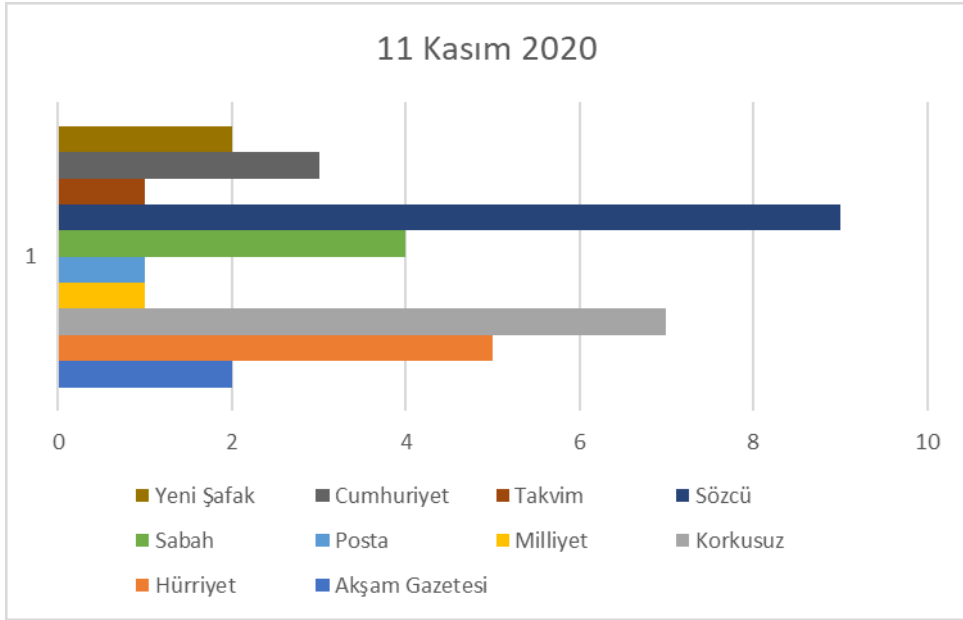
Muhalif basın organları ise konuya eleştirel yaklaşmıştır. Yayınlanan toplam 41 metnin, 16'sının eleştiren, 26'sının ise bilgilendirici kapsamda olduğu görülmüştür.

10 Kasım 2020 Tarihli Metinlerin İçerik Sınıflandırılması				
Gazete Adı	Destekleyen	Tarafsız (Bilgilendirme)	Eleştiren	Toplam
Akşam	-	2	-	2
Hürriyet	-	2	-	2
Korkusuz	-	5	4	9
Milliyet	-	3	-	3
Posta	-	1	-	1
Sabah	1	1	-	2
Sözcü	-	7	6	13
Takvim	-	1	-	1
Cumhuriyet	-	-	6	6
Yeni Şafak	-	2	-	2
Toplam	2	26	16	41

Tablo 7. Yazılı Basın Organlarındaki Albayrak Haberlerinin İçerik Analizi

İstifa Haberinin 11 Kasım Tarihinde Türk Basınında Ele Alınışı

11 Kasım 2020 tarihinde incelenen gazetelerde istifaya ilişkin gündem, yeni Hazine Bakanı Lütfi Elvan'a yönelik gelişmelere yer verilmesiyle sürmektedir. İstifa tanımı iktidara yakın gazeteler tarafından kullanılmamaya devam etmekte, muhalif gazeteler "medyanın konuyla ilgili suskunluğuna" dikkat çekmektedir.



Tablo 8. Yazılı Basın Organlarındaki Albayrak Haberlerinin Sayısal Analizi

Akşam Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Piyasa dostu olacağız”

İstifaya ilişkin haberi ve Turgay Güler’e ait “Damat” başlıklı yazısında yeni bakan Lütfü Elvan ile ilgili gelişmeleri aktarmış, ekonominin gidişatına ilişkin olumlu yorumda bulunmuştur.

Hürriyet Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Hedef güçlü Ekonomi” ve “Benim İçin Sürpriz Oldu”

Üç haberinde görevden ayrılma talebi kabul edilen Albayrak dönemi sonrasında ekonomiye yönelik gelişmelerin yeni bakan tarafından sürdürüleceği ifade edilmektedir. “Erdoğan’ın öngörülemes liderliği” başlıklı köşe yazısında Abdülkadir Selvi ise yaşanan olumlu gelişmelerin Erdoğan’ın başarısı olduğunu söylemektedir.

Milliyet Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Savaştlılar, Başardılar”

11 Kasım’da yayınladığı tek haberinde Kılıçdaroğlu’nun konuyla ilgili eleştirisine “Savaştlılar, Başardılar” başlıklı haberiyle yer vermiştir.

Posta Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “İstikrar, Büyüme, İstihdam”

Posta gazetesi içerisinde Albayrak adı geçen tek bir habere imza atmış, 5. sayfadaki haberinde Lütfü Elvan’ın göreve başlaması, ilk hedefleri ve yeni göreviyle ilgili açıklamalarına yer vermiştir.

Sabah Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Enflasyonla Kararlı Mücadele Sürecek”

Sabah Gazetesi, Albayrak adı geçen 1 haber ve 3 köşe yazısıyla yayınlandığı 11 Kasım tarihindeki vurgusunu yeni bakan Elvan’dan yana kullanmış, yorumlarda Albayrak’a hizmetleri için teşekkür edilen bir dil tercih etmiştir.

Takvim Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Milli Ekonominin Temellerini Attı”

“Albayrak’ın faiz lobilerinin hedefi olduğunu” söyleyen Takvim, görevden ayrılan bakana edilen teşekkürleri konu alan habere imza atmıştır.

Yeni Şafak Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Elvan Göreve Başladı”, “Benim İçin Sürpriz Oldu”

Yeni Şafak enflasyonla mücadelede hız kesilmeyeceğini belirterek, Elvan’ın açıklamalarına yer vermektedir.

Sahiplik yapısı gereği ideolojik olarak hükümete yakın *Yeni Şafak*, *Sabah*, *Takvim*, *Akşam*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Posta*’da yayınlanan haberlerin makro çözümlemesi yapıldığında istifanın ertesi gününde ekonominin gidişatına

odaklandığı ve olumlayıcı ve oldukça benzer söylemlerle okuyucuya aktarımda bulunduğu görülmüştür. Milli unsurları öne çıkaran ve nesnel olmayan bir dil kullanan gazetelerin ideoloji doğrultusunda taraflı bir haber sunumu gerçekleştirdiği görülmektedir.

Cumhuriyet Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Dolar Elvan’a bakıyor”

Ekonomide yeni adımlar için Elvan’ın adımlarının beklendiğini dile getirmektedir. “Elvan’a bile sürpriz oldu” haberinde devir teslim töreni yapılmamasına dikkat çeken gazete, “Ne oldu da at izi it izine karıştı” haberlerinde ise Kılıçdaroğlu’nun konuyla ilgili eleştirilerine geniş yer ayırmıştır.

Korkusuz Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Benim İçin Sürpriz Oldu Beklemiyordum”, “Kılıçdaroğlu: Veziri Verip Şahı Kurtaramazsınız”, “S&P: Hazine ve Maliye Bakam Değişikliğinin Etkisi Net Değil”, “Piyasalar, Ağbal ve Elvanın Adımlarını Sıkı Takip Ediyor”

4 haber, 2 köşe yazısında Elvan’ın bakanlığa atanmasının kendisi için de sürpriz olduğu açıklamalarına yer verilmiş, görev teslim yapılmadığı belirtilmiş ve Ağbal’ın yeni yapacağı hamleler aktarılmıştır. Korkusuz, kredi derecelendirme kuruluşu olan S&P’nin yeni bakan ve Merkez Bankası başkanı atamalarının olumlu etkisinin devam edeceği konusunun net olmadığına yönelik vurgu dikkat çekmektedir.

Sözcü Gazetesi Haberlerinin Şematik ve Tematik Analizi

Başlık: “Sürpriz İstifanın Perde Arkası”, “Elvan ve Ağbal’ı Bekleyen Ağır Tablo”, “Arpalık Aile Şirketi Broşürü Niye Toplatıldı?”

3 haber ve 6 köşe yazısıyla yayınlandığı 11 Kasım tarihli nüshasında “Medyanın Albayrak konusundaki suskunluğuna” dikkat çekmiş, istifa hakkındaki görüşlere yer vermiştir. Sözcü yeni bakanın açıklamaları ve icraatlarına da yer ayırmaktadır.

Sözcü, Korkusuz ve Cumhuriyet Gazeteleri'nin makro çözümlemesi yapıldığında negatif ve muhalif söylemlerin öne çıktığı görülmektedir. Haberlerde ekonomik ve siyasi etkenlerin, gazetelerin söylemlerinde etkili olduğu saptanmıştır.

11 Kasım tarihli gazetelerde toplam haber sayısının 35 olduğu, 6 övgülü içerik içeren “destekleyen” içerik ve 18 tarafsız/bilgilendirici içerik ve 11 eleştirel içerik yayınlandığı görülmektedir.

11 Kasım 2020 Tarihli Metinlerin İçerik Sınıflandırılması				
Gazete Adı	Destekleyen	Tarafsız (Bilgilendirme)	Eleştiren	Toplam
Akşam	1	1	0	2
Hürriyet	0	5	0	5
Korkusuz	0	3	4	7
Milliyet	0	1	0	1
Posta	0	1	0	1
Sabah	3	1	0	4
Sözcü	0	2	7	9
Takvim	1	0	0	1
Cumhuriyet	-	3	-	3
Yeni Şafak	1	1	0	2
Toplam	6	18	11	35

Tablo 9. Yazılı Basın Organlarındaki Albayrak Haberlerinin İçerik Analizi

SONUÇ

Medya, toplumu tek taraflı bilgilendirmek ve dezenformatif bir yapı içine hapis etmek suretiyle, “rıza dayalı ortak duyunun” inşasını sağlayabilir. Bunu yaparken siyasi taraflılık yapar ve konuyu ideolojik bir zeminde yorumlar. Bir gerçeğin tek yanlı sunumu, haber gazeteciliğine aykırılık olarak değerlendirilmelidir (Schlapp, 2000).

Çalışmada ele alınan kuramlar ve geçmiş örnekler, yazılı basın organlarında yayınlanan Albayrak haberinin ele alınış biçimine ışık tutmaktadır. Albayrak istifasının, dikkat çekmesi, beklenmedik bir şekilde gelişmesi, toplumdaki bireylerin büyük bir çoğunluğunu ilgilendirmesi, elit ulus ve

kişilerle ilgili olması bakımından haber değeri taşıdığı tartışmasız bir gerçektir. Ancak Albayrak istifasının iktidara yakın söylem sahibi gazetelerde yer almadığı görülmüştür. İktidara muhalif söylem sahibi gazetelerde ise oldukça detaylı, eleştirel, manşetten ve ayrıntılarıyla sunulduğu görülür. Böylesi önemli bir haberin farklı gazetelerde farklı biçimlerde sunulması ya da yok sayılması ise; sermaye yapısı bağlamında açıklanabilir. Türkiye’de medyanın sahiplik yapısındaki yoğunlaşmaların artması sonucu oluşan kutuplaşma sadece iktidar medyasını değil karşıt medyanın kamplaşmasına neden olmuş, her medyanın kendi partisinin siyasi savunuculuğunu yaptığı bir ortam oluşmuştur.

Bu araştırmada gerek siyaset gerekse medya tarafından oluşturulan ekonomik güç ve tahakküm ilişkilerinin gazete haberlerini çözümleyerek ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Çalışma ile konu ve aktör bağlamında incelenen haberlerde, medya-sermaye-devlet arasındaki ilişkilerinin birbirine eklemlenmiş olduğu ortaya koyulmuştur. Büyük sermaye tarafından kontrol edilen haber medyasında, devletin işleyişi ile ilgili bir istifa açıklaması haber konusu yapılmamakta, bu alanlardaki sessizlik, mevcut medya ortamının doğal sonucu olarak kabul edilmektedir.

Medyadaki tekelleşme ve mülkiyet ilişkileri, medyanın kamu yararını göz etmesinin ve denetlemesinin önüne bir engel olarak çıkmaktadır. Medya ve siyasetin kurumsal olarak örgütlenmesi kamusal alana zarar vermiş, medya, sermaye ve siyasetin bu yapısal bütünleşmesi, insanların toplumsal sorunlara ve siyasete etkin katılımcılar olmaktan çıkarak pasif izleyicilere dönüşmesine neden olmuştur.

Kaynakça

Acar, N. O. (2013). Toplumsal Kontrol Mekanizmasını Tersine Çevirme Girişimi Olarak “Bio-Haber Talebi”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (19), 141-153.

Adaklı, G. (2001). Yayıncılık Alanında Mülkiyet ve Kontrol. Ed. B. Keşanlıoğlu, S. Çelenk ve G. Adaklı, *İçinde Medya Politikaları*. Ankara: İmge Kitabevi.

Arsan, Esra (2011), “*Sivil İtaatsizlik Bağlamında Bir Araştırma: Gazeteci Sansür ve Otosansür*”, Cogito & Sivil İtaatsizlik, Yapı Kredi Yayınları, Sayı 67.

Bagdikian, B. (1992). *The Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.

BBC Türkçe. (2010). Gazeteciler Erdoğan korkusuyla otosansür uyguluyor. Erişim Adresi ve Tarihi: http://www.bbc.co.uk/turkce/haberler/2010/11/101112_economist_turkey.shtml?print=1 ve 21 Nisan 2021.

BBC Türkçe. (2020). Berat Albayrak istifa etti, siyasetçiler ne tepki verdi? Erişim Adresi ve Tarihi: <https://web.archive.org/web/20201109153504/https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-54868257>, 9 Kasım 2020.

Bianet ve Sınır Tanımayan Gazeteciler Örgütü. (2019). Medya Sahipliği İzleme Projesi, (MOM) Raporu, Erişim Adresi: <https://turkey.mom-rsf.org/tr/medya/>.

Chomsky, N. (1999). Medya Gerçeği. *Medya ve Etik*. Ankara: İmge Kitapevi.

Chomsky, N. (2017). *Güç ve İdeoloji Üzerine Managua Dersleri*. (Ş. Duran ve T. Doğan, Çev.) İstanbul: BGST Yayınları.

Chomsky, N., Herman, E. S. (2012). *Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası* (Çev: Ender Abadoğlu), İstanbul: Bgst Yayınları.

Van Dijk, A. T. (1993). “Principles of Critical Discourse Analysis”, London: Discourse & Society Sage (London. Newbury Park and New Delhi), vol. 4(2): 249-283.

Golding, P. ve Murdock, G. (2002). Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik. Çev: D. Beybin Kejanlıoğlu. İçinde *Medya Kültür Siyaset*. Der: Süleyman İrvan. (2. Baskı). Ankara: Alp Yayınevi (s. 59-97).

Euractive Online. <http://www.euractiv.com.tr/politika-000110/article/trk-medyasnda-oto-sansur-erdoana-protestoyu-grmediler-014900>.

Fallows, J. M. (1997). *Breaking the news: How the media undermine American democracy*. New York: Vintage.

Gülsoy, D. (2005). Medyanın Alt Yapısına Muhalif Bir Yolculuk Noam Chomsky. Ed. N. Rigel, G. Batuş, G. Yücedoğan, ve B. Çoban, İçinde *Kadife Karanlık 21. Yüzyıl İletişim Çağını Aydınlatan Kuramcılar* (s. 139-191). İstanbul: Su Yayınevi.

Herman, E. S. (2003). *Pazarın Zaferi Ekonomi, Politika ve Medya Üzerine*. (Z. Savan, Çev.) İstanbul: Pınar Yayıncılık.

Işık, G. ve Börekci, O. (2009). Siyasetçi-Medya İlişkileri Bağlamında Bir İnceleme: "Deniz Feneri Örneği", *Gazi Üniversitesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (29), 53-81.

Journo. (2020). "Berat Albayrak istifa haberleri: Eski medya sustu, 'Yeni Medya' coştı, uluslararası medya gazetecilik yaptı" Erişim Adresi ve Tarihi: <https://journo.com.tr/berat-albayrak-istifa-haberleri> ve 9 Nisan 2021.

Kadıoğlu, Z. K. (2018). Türkiye'de Medya Sahipliği Ekseninde Mülkiyet Yapılarındaki Değişimin Kronolojik Analizi (1950-2010). *İnsan ve İnsan*, 5(16), 100-120. DOI: 10.29224/insanveinsan.400126

Kaya, R. ve Çakmur, B. (2010). "Politics and the Mass Media in Turkey", *Turkish Studies*, 11: 4, 521-537

Kazaz M. ve Çoban M. (2005) Televizyon Haberleri ve Egemen Söylemin Yeniden Üretimi Sürecinde İdeoloji İnşa Stratejilerinin Kullanımı, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(2), 191-206.

Mardin, Ş. (1990). Türk Siyasetini Açıklayabilecek Bir Anahtar: Merkez-Çevre İlişkileri. *Türkiye'de Toplum ve Siyaset*, 19, 35-77.

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

Page, B. I. (1996). The mass media as political actors. *PS: Political Science and Politics*, 29(1), 20-24.

Pakkan, Ş. (2020), *Haberin “İdeolojik” Dönüşümü: 2015 Genel Seçimlerinde Yazılı Basında Yayınlanan Eleştirel Haberlerin Çözümlemesi*, The Journal of Academic Social Science Yıl:8, Sayı: 111, Aralık 2020, s. 167-196

Pitel, L. (2020). Turkish lira rebounds after Erdogan's son-in-law quits finance ministry. *Financial Times*. Erişim Adresi ve Tarihi: <https://www.ft.com/content/f36843ca-db6f-4a1e-810a-bd4694961e7e> ve 15 Nisan 2021.

Schlapp, H. (2000). *Medya Uygulamaları Üzerine: Gazeteciliğe Giriş*, İstanbul: Vestfalya Yayınları.

Sholle, D. (1994). The theory of critical media pedagogy. *Journal of Communicaiton Inquiry*. 18:2 (Summer 1994) 8-29

Sönmez, M. (2014). Dünden bugüne Türkiye’de medyanın ekonomi politiği. E. Arsan ve S. Çoban (Editörler), içinde *Medya ve iktidar: Hegemonya, statüko, direniş* (86-101).

Şimşek S. (2009) *Medya-Siyaset-İktidar Üçgeninde Medya Gerçeği*, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 6(1), s.124-143

Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2013). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*, 4. Basım, İstanbul: Beta.

TRT Haber. (2020). İletişim Başkanlığı: Berat Albayrak'ın görevden af talebi kabul edilmiştir. Erişim Adresi ve Tarihi: <https://www.trthaber.com/haber/gundem/iletisim-baskanligi-berat-albayrak-in-gorevden-af-talebi-kabul-edilmistir-529559.html> , 9 Kasım 2020.

Yaylagül, L. (2017). Eleştirel Ekonomi Politik Bakış Açısından Medyada Tekelleşme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (48), 404-418.

