T.C

İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

MEDYANIN EKONOMİ POLİTİĞİ BAĞLAMINDA GELENEKSEL ve YENİ MEDYADA PATRONSUZ GAZETECİLİK OLGUSU: DEMOKRAT ve BİRGÜN GAZETELERİ ÖRNEĞİ

Şükran Arzu GÖNÜLERİ

2501210926

TEZ DANIŞMANI

Doç. Dr. Ahsen Deniz Morva KABLAMACI

İSTANBUL - 2025

ÖZ

MEDYANIN EKONOMİ POLİTİĞİ BAĞLAMINDA GELENEKSEL ve YENİ MEDYADA PATRONSUZ GAZETECİLİK OLGUSU: *DEMOKRAT* ve *BİRGÜN* GAZETELERİ ÖRNEĞİ

ŞÜKRAN ARZU GÖNÜLERİ

Gündelik haber ihtiyacımızı karşılayan medya kurumlarının ticarileşmesi, kamusal yayıncılığa olan ihtiyacı gündeme getirmiştir. Anaakım medyada yaşanan yapısal dönüşümler, bağımsız gazeteciliğin gelişmesine zemin hazırlamıştır. Bu araştırma, geleneksel ve yeni medyadaki dinamiklere odaklanarak, patronsuz gazeteciliğin benzerliklerini ve farklılıklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırmanın genelinde, okuyucu ile inşa edilen pratiklerin katılımcı bir medya ortamı için sunduğu potansiyel de incelenmektedir. Alanyazındaki patronsuz gazetecilik çalışmalarında, okuyucu kavramına yeterince yer verilmemiş olması, bu çalışmanın temel problemini oluşturmuştur. Çalışmada, okuyucu ve gazeteciler arasındaki ilişkiler derinlemesine analiz edilerek, eleştirel ekonomi politik bağlamda yorumlanmıştır. Araştırmanın örneklemi olarak Demokrat ve BirGün Gazeteleri seçilmiş, bu gazetelerin okuyucu ve çalışanlarıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Görüşmelerden elde edilen bulgular, nitel veri analiziyle çözümlenmiştir. Bu araştırma, patronsuz gazeteciliği geleneksel ve yeni medya bağlamında, özellikle okuyucu perspektifinden ele aldığı için önemli bir katkı sunmaktadır. Araştırmanın bulguları, okuyucuların hem maddi hem de eylemsel açıdan aktif bir rol üstlendiklerini göstermektedir. Patronsuz gazetelerde okuyucular, üretim, tüketim ve dağıtım faaliyetlerinin tamamına katılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekonomi politik, yeni medya, medya mülkiyeti, tekelleşme, küreselleşme, okuyucu ilişkileri, patronsuz gazetecilik

ABSTRACT

THE PHENOMENON OF JOURNALISM WITHOUT PATRONS IN THE CONTEXT OF THE POLITICAL ECONOMY OF THE MEDIA: THE CASE OF *DEMOKRAT* AND *BİRGÜN* NEWSPAPERS

ŞÜKRAN ARZU GÖNÜLERİ

The commercialization of media institutions that meet our daily news needs has brought the necessity of public broadcasting to the forefront. Structural transformations in mainstream media have laid the groundwork for the development of independent journalism. This research aims to highlight the similarities and differences of patronless journalism by focusing on the dynamics in both traditional and new media. Throughout the study, the potential of practices co-constructed with the audience for fostering a participatory media environment is also explored. The lack of attention to the concept of the audience in existing literature on patronless journalism constitutes the central problem of this study. In this research, the relationships between readers and journalists are analyzed in depth and interpreted within a critical political economy framework. The sample for the study includes the newspapers *Demokrat* and *BirGün*, with semi-structured interviews conducted with their readers and staff. The findings from these interviews were analyzed using qualitative data analysis. This research is significant because it addresses patronless journalism in the context of both traditional and new media, specifically from the perspective of the audience. The findings show that readers play active roles both materially and in terms of action. In patronless newspapers, readers are involved in all stages of production, consumption, and distribution.

Keywords: Political economy, new media, media ownership, monopolization, globalization, reader relations, journalism without bosses

ÖNSÖZ

"Aslında körlük umudunun tükendiği bu dünyada yaşamaktır."

Jose SARAMAGO/Körlük

Aslında körlük yabancılaşmanın bizi esir aldığı dünyada yaşamaktır. Yabancılaşmanın ortadan kalktığı, emeğin umut olduğu bir dünyada yaşamak dileğiyle teşekkürlerimi sunmak isterim.

Yolumuz ders döneminden sonra kesişmiş olmasına rağmen iyi ki öğrencisi olmuşum dediğim danışmanım Sayın Doç. Dr. Ahsen Deniz MORVA KABLAMACI'ya sonsuz teşekkür ederim.

Tez konum üzerine beni yüreklendiren, rehber olan ve öğrencisi olarak beni kabul eden Sayın Doç. Dr. Veli POLAT'a değerli emekleri için teşekkür ederim.

Hayatım boyunca karşılaştığım her zorlukta yanımda olan maddi ve manevi desteğini benden esirgemeyen, çocukken bisikletten düştüğümde ve şimdi tez yazarken tökezlediğimde beni ayağa kaldıran canım babam Rüstem GÖNÜLERİ ve annem Gülten GÖNÜLERİ'ye teşekkür ederim. Beni bugünlere getiren ve küçükken en yakın arkadaşım olan dedem Rüstem GÖNÜLERİ'ye teşekkür ederim. Öğrencilik dönemimde bana her türlü desteği sağlayan amcam Nazif GÖNÜLERİ'ye ve abim Koray GÖNÜLERİ'ye teşekkür ederim. Başım ne zaman derde girse bir çözüm bulan, yanında çok gülüp çok ağladığım ikinci annem Sibel GÖNÜLERİ'ye teşekkür ederim. Tez yazmaya başladığım günden son güne kadar bana destek olan ve emek veren kız kardeşlerim Safiye Serdem GÖNÜLERİ ve Gamze Elif GÖNÜLERİ'ye teşekkür ederim.

Lise dönemimde beni kitaplar ile tanıştıran ve yüksek lisans yapmaya heveslendiren Berke MİTAP'a, arkadaştan çok kız kardeşim olan Bilge Altuntaş DENİZ' e sonsuz teşekkür ederim. Hayatıma anlam katan ve bana daima destek olan yol arkadaşım Ali Eren ERDOĞAN'a teşekkür ederim. Bu süreçte editörlük yapan ve benimle birlikte mesai harcayan Eren TUTEL'e teşekkür ederim. Bu uzun yolda sundukları katkılar için Hasan Basri ÇIPLAK, Ömer Kamil ORAL, İbrahim AYDIN, Yunus ALAÇAM ve Emre YILDIM'a teşekkür ederim. Demokrat ve BirGün çalışanlarına, okuyucularına sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Rahmetli gazeteci amcam Bülent CAN'ın, muhabir Recai ÜNAL'ın ve Selver SAVRAN'ın anısına saygıyla.

ŞÜKRAN ARZU GÖNÜLERİ

İSTANBUL – 2025

İÇİNDEKİLER

ÖZ ..... **ii**
ABSTRACT ..... **iii**
ÖNSÖZ ..... **iv**
TABLOLAR LİSTESİ ..... **vii**
ŞEKİLLER LİSTESİ ..... **viii**
KISALTMALAR LİSTESİ ..... **ix**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

İLETİŞİM ARAŞTIRMALARINDA EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM

1.1. Ekonomi Politiğin Temelleri 12
1.2. Ekonomi Politiğin Temel Kavramları 21
1.2.1. Emek, Artı Değer ve Meta İlişkileri 21
1.2.2. Sermaye ve Emek: Kapitalist Üretimin Dinamikleri 24
1.2.3. Ekonomi Politiğin Işığında Yabancılaşma 25
1.2.4. Özel Mülkiyet, Ücret ve Kapitalist Üretim İlişkileri 26
1.2.5. Kapitalizmin Ekonomik Dinamikleri: Üretim-Tüketim 28
1.3. İletişim Araştırmaları: Kavramlar, Kuramlar, Yaklaşımlar 29
1.3.1. İletişim Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi 30
1.3.2. İletişim Araştırmalarında Farklı Yaklaşımlar 32
1.3.2.1. Anaakım Yaklaşımlar 32
1.3.2.2. Frankfurt Okulu'ndan Gramsci'ye: İletişim Araştırmalarında Eleştirel Yaklaşımlar 35
1.3.2.3. Ekonomi Politik Yaklaşım ve Medya 39

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ ve PATRONSUZ GAZETECİLİK

2.1. Dünya Ekonomisindeki Değişim ve Tekelleşme Dinamikleri 48

2.2. Dünyada Medyanın Dönüşümü 53
2.3. Türkiye'nin Ekonomik Gelişimi ve Tekelleşme Adımları 64
2.4. Türkiye'de Basından Medyaya Dönüşüm 74
2.4.1. 1980 Sonrası Türkiye'de Medya Yapısının Değişimi 78
2.4.2. 2000 Sonrası Türkiye'de Medya: Ekonomik Kriz ve Siyasi Etkiler 81
2.5. Patronsuz Gazetecilik Olgusu 85
2.5.1. Geleneksel Medya ve Gazetecilik 92
2.5.2. Geleneksel Medya ve Gazetecilik Örneği: Halkın Gazetesi Demokrat 95
2.5.3. Yeni Medya ve Gazetecilik 100
2.5.4. Yeni Medyada Patronsuz Gazetecilik Örneği: Halkın Gazetesi BirGün 105

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PATRONSUZ GAZETECİLİĞİN EKONOMİ POLİTİĞİ: DEMOKRAT ve BİRGÜN GAZETELERİ ÜZERİNDEN BİR ANALİZ

3.1.Araştırma Problemi 110
3.2. Araştırmanın Önemi ve Amacı 110
3.3.Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları 111
3.4. Araştırmanın Metodolojisi 112
3.5.Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Veri Toplama Aracı 113
3.6. Katılımcıların Demografik Özellikleri 114
3.7. Bulgular 115
3.7.1.Emek – Sermaye Çatışmasında Bir Praksis: Patronsuz Gazetecilik 116
3.7.2. Patronsuz Gazetelerin Hiyerarşik Yapısı ve Haber Üretim Pratikleri 122
3.7.3. Patronsuz Gazetelerin Kuruluş Süreçleri ve Sermaye Kanalları 128
3.7.4. Geleneksel ve Yeni Medyada Patronsuz Gazetecilik Avantajları ve Dezavantajları 133
3.7.5. Demokratik Katılım, Okuyucular ve Patronsuz Gazetecilik 140
SONUÇ 146
KAYNAKÇA 151

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (D.O) …….....114

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri (D.Ç) …….....114

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri (B.O) …….....115

Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özellikleri (B.Ç) …….....115

Tablo 5. Betimsel Analiz Temaları …….....116

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Basın Kartı ……..……..….. 96

Şekil 2. 28 Ocak 1980 Tarihli Manşet …….……96

Şekil 3. İmece Kartı …….....98

Şekil 4. Demokrat Afiş 98

Şekil 5. BirGün 20. Yıl Manşeti 106

Şekil 6. BirGün Dayanışma Bildirisi ……...106

Şekil 7. Birgün.net Abonelik Sistemi 107

Şekil 8. Demokrat Gazetesi Manşeti …….....……..…137

KISALTMALAR LİSTESİ

AA : Anadolu Ajansı

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

AKP : Adalet ve Kalkınma Partisi

BİK : Basın İlan Kurumu

ÇUŞ : Çokuluslu Şirket

KİT : Kitle İletişim Araçları

SSCB : Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği

TAKSAV : Toplumsal Araştırmalar Kültür ve Sanat İçin Vakıf

YAY-SAT : Yayın Satış Pazarlama ve Dağıtım A.Ş.

GİRİŞ

"Yedi kapılı Teb şehrini kuran kim?

Kitaplar yalnız kralların adını yazar.

Yoksa kayaları taşıyan krallar mı?"

Bertolt Brecht'in *Okumuş Bir İşçi Soruyor* adlı şiirindeki bu dizeler bana perdenin arkasında kalanlara bakmayı ve ötekini görmeyi öğretti. Araştırmamı yaparken destanların odağında yer alanları değil, onları yaratan toplulukları görünür kılmaya çalıştım. Sokakta bir gazete standı gördüğümde en üstteki gazeteler kimin, en alttaki gazeteler kimin? En üsteki neden en üstte, en alttaki neden en altta? gibi sorulara aradığım cevaplar, beni iletişimin ve gazeteciliğin bir parçası yaptı. Bağımsız gazetecilik serüvenim lise çağlarında *BirGün* ve *Evrensel* okuyarak başladı. İki gazete de öz sermayeyle kurulmuş, dayanışmayla yaşayan gazetelerdi. Liseli bir genç olarak etrafımdaki insanların bu gazeteleri ayakta tutma çabaları beni çok etkiledi. Lisans eğitimimin başlangıcında ise bu dayanışmanın bir ferdi olmak istedim. BirGün Gazetesinde gönüllü olarak muhabirlik yapmaya başlamıştım. Bu süreçte kampüslerde, sokaklarda gazeteyi görünür kılmaya çalışmış, dört yıllık üniversite deneyimimde gazeteciliğin ancak bağımsız yapıldığında kamu yararına olabileceğini benimsemiştim. İş hayatımdaki çeşitli denemelerin ardından BirGün'de çalışmaya başladım. Yıllar önce gönüllü muhabir olarak yola çıktığım bu hikâye bugün sokakta sattığım gazetenin bir emekçisi olarak devam ediyor. Çalışırken tecrübe ettiğim gözlemler okuyucu olarak edindiğimden çok daha farklıydı. Gerek ekonomik zorlukları, gerekse çalışma koşullarını deneyimleyince bu araştırmayı yapmaya karar verdim. Yine Brecht'ten ilham alarak kendime sorduğum soru şu oldu: Tarih yalnızca büyük medya gruplarının hikâyelerini mi yazmıştı yoksa başka deneyimler de var mıydı? Bu soru beni medyanın ekonomi politiği üzerine düşünmeye sevk etti.

Ekonomi politik, toplumların üretim, tüketim ve dağıtım ilişkilerini inceleyen ve kapitalizm eleştirisi veren toplum bilimdir. 1980'den sonra kapitalizmin kabuk değiştirmesinin ardından tüm dünyada neoliberal politikalar uygulanmaya başlanmıştır. Kapitalizmin yeni politikaları, özelleştirmeleri teşvik ederek devletçi müdahaleleri ortadan kaldırmıştır. Kamuya ait birçok sektör özelleştirilmiş ve piyasa ekonomisine doğru geçiş yapılmıştır. Dünya genelinde yaşanan bu ekonomik dönüşümler küreselleşme olarak adlandırılmıştır. SSCB'nin yıkılmasının ardından neoliberal politikaların uygulama alanlarının dünya genelinde yayılması, ABD'nin egemen olduğu tek kutuplu düzeni meydana getirmiştir (Kaya, 2016: 127-128). Küreselleşmenin etkileri arttıkça ülkeler arasındaki siyasi, ekonomik ve kültürel sınırlar belirsizleşmiştir. Dünya 1980'li yıllardan sonra üretimin küresel çapta yapıldığı ve insanların gündelik yaşamının birbirine benzediği bir yere dönüşmüştür. Kapitalizmin yeni bir aşaması olarak ortaya çıkan küreselleşme, çok uluslu şirketlerin ekonomiyi yönetmesine imkân vermiştir. Bunların yanı sıra küreselleşme, var olan sömürge ilişkilerini de derinleştirmiştir (Uluç, 2008: 185). Gelişmiş ülkelerin üretim fazlalıkları ve kendi pazarlarında ulaştıkları doygunluk dünya çapında başka pazarlara yönelmelerine neden olmuştur. Gelişmemiş ülkeler, sermaye sınıfı tarafından ekonomik şişkinliği ve üretim fazlasını dengelemeye yönelik bir çözüm olarak değerlendirilmiştir. Gelişmiş ülkeler, yatırımlarını ucuz iş gücü ve pazar olarak gördükleri çevre ülkelere yaparak küresel bir ekonomiyi inşa etmiştir (Koç, 1975: 25).

Teknolojinin gelişmesi ve iletişim alanında katedilen mesafeler, küreselleşmenin hızlı bir şekilde yayılmasını sağlamıştır. 1990'lı yıllarda kitle iletişim alanında çok büyük değişimler yaşanmıştır. Televizyon ve radyo üzerinde bulunan devlet denetimi kaldırılmış ve ardından özel yayın kuruluşlarının önü açılmıştır. İletişim alanında yaşanan deregülasyon süreci, sermaye ve medya arasındaki ilişkileri pekiştirerek global medya dönemini ortaya çıkarmıştır. Global medya dönemiyle birlikte medya içerikleri ve kültürel ürünler çok büyük şirketlerin bünyelerinde üretilerek dünyaya sunulmuştur. Haber ajansları, film şirketleri, gazeteler, TV

kanalları ve dijital platformlar küresel düzeyde çok uluslu şirketler tarafından yönetilmeye başlamıştır. Ulusal medya grupları da uluslararası medya grupları ile anlaşmalar yaparak dünya iletişimini küresel boyutlara taşımıştır (Kaya, 2016: 132-144). Medyanın global düzeyde yoğunlaşması, tekelleşme ve tek tipleşmeyi beraberinde getirmiştir. Yoğunlaşmanın bir sonucu olarak, televizyon programlarının, filmlerin ve dijital platformların içerikleri benzerlik göstermiştir. Tekelleşme ve küreselleşme ile birlikte iletişimde serbest akışın benimsenmesi eşitsiz bir bilgi alışverişini ortaya çıkarmıştır. Teknolojik açıdan güçlü olan gelişmiş ülkeler, iletişimi ve kültür ürünlerini gelişmemiş ülkelere pazarlayarak kendi söylemlerini bu ülkelerde yaygınlaştırmaktadır (Erdoğan, 1995: 60-67). 24 Ocak kararlarının kabul edilmesiyle birlikte Türkiye'de bu iletişim sürecinin bir parçası olmuş ve ekonomik değişimlerini gerçekleştirmiştir. Deregülasyon ve özelleştirme politikaları hız kazandıktan sonra, Türkiye'de devlet tekelinde yürütülen yayıncılığın yanına sermaye grubuna bağlı özel kanallar eklemlenmiştir (Adaklı, 2006: 137). Asıl mesleği basın-yayın olmayan sermaye grupları, Türkiye'deki medya kurumlarına yatırımlar yaparak, medyada yoğunlaşmaya neden olmuştur. Medya yoğunlaşmasının ardından sermaye grupları medyayı güç ve çıkar ilişkileri elde etmek için kullanmaya başlamıştır (Tokgöz, 2010: 38-39). 2000'li yıllara gelindiğinde ise medya ve sahipleri yeniden yapılanma sürecine girmiştir. AKP'nin iktidar olmasının ardından medya sahipliğinde kartlar yeniden dağıtılmıştır. Medya sahipleri iktidara yakın olan sermaye gruplarından oluşarak yeni rejimin inşasında pay sahibi olmuştur. Kamu bankalarından sağlanan kredi ve olanaklarıyla, güçlendirilen medyanın yeni sahipleri basın ve yayın alanını kontrol altına almıştır. Medyanın genel görünümü kamuya ait olan Anadolu Ajansı, TRT ve iktidara yakın Turkuaz, Demirören, Doğuş, İhlas, Ciner, Hayat Görsel ve Türk Media gruplardan oluşmuştur. AKP iktidarı kendine yakın olmayan medya kuruluşlarına karşı sıkı denetim, sansür, Basın İlan Kurumu (BİK) ve mahkemeleri bir araç olarak kullanarak medyayı kontrol etmiştir (Adaklı, 2024: 8-9).

Medyanın yeni süreci ve dijital alanda meydana gelen değişimler baskı altına alınan gazetecileri alternatif medya arayışına itmiştir (Pakkan, 2021: 231). İktidar tarafından denetim altına alınan ana akımın, yayıncılık anlayışını benimsemek istemeyen gazeteciler dijital medyanın olanaklarından faydalanmaya başlamıştır. Mesleğini icra etmek isteyen gazeteciler, muhalefet ettikleri gerekçesiyle mevcut işlerinden ya çıkarılmıştır ya da mobbinge maruz kalmıştır. Anaakım da meydana gelen değişimler alternatif medya kurumlarının ortaya çıkmasını hızlandırmıştır. Vakıf fonları, kitle fonları, STK desteği ve abonelik sistemi vb. modeller üzerinden şekillenen alternatif medya kuruluşlarında son dönemlerde artış olmuştur. ANKA Haber Ajansı, Artı Gerçek, Bianet, Duvar ve Evrensel gibi kuruluşlar alternatif medya arasında yer almaktadır. Bu medya kuruluşları, iktidardan bağımsız bir yayın politikası yürüterek, dezavantajlı grupların sesi olmaya çalışmaktadır. Alternatif kuruluşlar fon tartışmaları üzerinden sık sık ana akım medyada gündeme getirilerek yıpratılmaya çalışılmaktadır. Bunun yanı sıra mahkemeler bu kuruluşlara karşı bir cezalandırma aracı olarak kullanılmaktadır (Adaklı, 2024: 23).

Gazetecilik deneyimlerine eklenen yeni pratikler, ana akım medyanın yarattığı tekelin kırılmasında aktif bir rol oynamaktadır. Alternatif medyanın varlığı, ana akım medya gruplarını baskı altına alarak yayıncılık süreçlerini sorgulanabilir kılmaktadır. Sürekli baskı altında hisseden ana akım medya kuruluşları, çeşitli tartışmalar üzerinden alternatif mecraları karalama kampanyalarıyla itibarsızlaştırmaya çalışmaktadır (Adaklı, 2024: 32). Ana akım medyanın gündemini bu tartışmalar üzerinden şekillendirmesi, gazetecilik etiğinin çiğnenmesi anlamına gelmektedir. Çünkü bugün medyanın içine düştüğü durum, gündem dışı kalan haberler ve basın özgürlüğü açısından oldukça vahimdir (BBC NEWS, 3 Mayıs 2024). Medyadaki otoriterleşme ve tekelleşme sorunları akademik çalışmalarda sıkça ele alınmış olmasına rağmen, bu konuda olumlu pratikler hayata geçirilmemiştir. Literatürde bu sorunlar karşısında alternatif medya kavramı ortaya konularak tartışmalar derinleştirmeye çalışılmıştır. Literatür tarandığında

patronsuz gazetecilik üzerine altı makale ve bir yüksek lisans tezi olduğu görülmüştür. Alternatif medya içerisinde bulunan patronsuz gazetecilik modeli de dijitalleşme ile literatürde son yıllarda incelenen kavramlardan biri olmuştur (Pakkan, 2021; Şirvanlı, 2020; Çetinkaya, 2020; Bakar, H. ve Karaduman, M. 2023; Yüksel, 2022; Budak, 2023; Yıldız, 2018). Aysel Yıldız (2018) "Gazeteciliğin Geleceği Açısından Türkiye'de Patronsuz Gazetecilik" isimli çalışmasında medyanın çapraz sahiplik yapısını eleştirerek, patronsuz gazeteciliği ön plana çıkarmaktadır. Sektörde patronsuz olarak yayın yapan Ünsal Ünlü, Şükrü Küçükşahin ve Gökhan Özbek ile derinlemesine görüşmeler yapan Yıldız bu görüşmelerden elde edilen bulguları yorumlamıştır. Bu çalışmada yayınların içeriğine, ekonomik girdisine, hangi uygulama üzerinden yapıldığına, izleyici ilişkilerine ve risklerine değinilerek patronsuz gazetecilik analiz edilmiştir. Yıldız'a benzer biçimde Şükran Pakkan (2021) tarafından literatüre kazandırılan "Geleneksel Gazeteciliğin Sonu Mu? Ana Akım Medyadan Ayrılan Gazetecilerin Dijital Yayıncılık Modelleri Üzerine Bir İnceleme" isimli çalışma da alternatif medyayı ele almıştır. Bu çalışma ana akım medyadan ayrılan ve bağımsız yayıncılık yapan gazetecilere odaklanmıştır. Cüneyt Özdemir, Fatih Portakal, Murat Yetkin ve Özlem Gürses gibi gazeteciler ile derinlemesine görüşmeler yapan Pakkan, bu gazetecilerin programlarını da incelemiştir. Turancan Şirvanlı (2020) da yine Yıldız (2018) gibi gazeteci Ünsal Ünlü'yü çalışmasına dahil etmiştir. Şirvanlı (2020) "Alternatif Medya Yayıncılığını Yeni Medya Üzerinden Düşünmek: "Medyascope Kanalı" ve "Ünsal Ünlü'nün Patronsuz Programı" Üzerine Bir Değerlendirme" isimli araştırmasında patronsuz gazeteciliği analiz etmiştir. Eleştirel ekonomi politik ve kültürel yaklaşımdan yola çıkan bu çalışmada "Medyascope Kanalı" ve "Ünsal Ünlü'nün Patronsuz Programı" incelenmiştir. Programların haber üretim süreçleri, ekonomik işleyişi, kurumsal ve editoryal yapısı alt başlıklara ayrılarak irdelenmiştir. Metin çözümleme ve yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden elde edilen bulgular sonuç kısmında yorumlanmıştır. Şirvanlı'ya göre kurumsallaşma ve kitleselleşme konusunda ana

akım medya ya bir benzerlik tespit edilmiş olmasına rağmen, ekonomik ve haber üretim süreçlerinde alternatiflik saptanmıştır.

Hakan Bakar ve Murat Karaduman (2023) tarafından yürütülen çalışmada kitlesel fonlamalı gazetecilik üzerinde durulmuştur. Alternatif medya, kamusal yayıncılık ve patronsuz gazetecilik üzerinden araştırmanın olanakları ve sınırlılıkları tartışmaya açılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile dijital medyada yayıncılık yapan 10 gazeteci ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Araştırmacılar kitle fonlamalı gazeteciliği, ana akım karşısında önemli bir alternatif mecra olarak görmektedir. Aysel Çetinkaya da (2020) benzer biçimde "Çevrimiçi Gazetecilikte Alternatif Bir Gelir Modeli Olarak Kitlesel Fonlar" isimli çalışmasında fon üzerinden gelişen gazetecilik modellerini analiz etmektedir. Çetinkaya'ya göre kitle fonlu gazetecilik medyada çok sesliliği sağlamaktadır. Emrah Budak (2023) araştırmasında kâr amacı gütmeyen vakıf fonlu gazeteciliği incelemiştir. "Vakıf Fonları ile Desteklenen Kâr Amacı Gütmeyen Gazetecilik: Avantajlar ve Açmazlar" isimli bu araştırmada avantajlar ve dezavantajlar ABD ağırlıklı olarak ortaya koyulmuştur. Kâr amacı gütmeyen gazetecilik Budak tarafından iyimser karşılanmıştır. Diğer araştırmalardan farklı olarak Hakan Yüksel (2022) araştırmasında geleneksel medyada bulunan *Aydınlık* ve *BirGün* Gazetelerini örneklem olarak almıştır. "Türk Basınında Patronsuz Gazetecilik Olgusu" isimli bu çalışma, gazetelerin üretim ilişkilerini, yayın politikalarını ve kurumsal yapılarını, içerik analizi üzerinden irdelemiştir. Bu araştırmada patronsuz gazetelerin, editoryal olarak bağımsız oldukları ve rahatlıkla iktidara muhalefet edebildikleri sonucu ortaya çıkmıştır. Medyanın holdingleşmesi ve sahiplik ilişkilerini eleştiren Yüksel, patronsuz gazeteciliği basının geleceği açısından önemsemektedir.

Literatür taramasından elde edilen sonuçlar, çalışmaların ağırlıklı olarak yeni medya özelinde yapıldığını göstermiştir. Dijital mecralardaki olanaklar arttıkça bu konu üzerinde yürütülen çalışmalarda da bir artış yaşanmıştır. Araştırmalarda örneklem olarak seçilen gazeteciler ve programlar temelde bir benzerlik göstermiştir. Çalışmaların neredeyse

tamamında nitel araştırma metotları kullanılmıştır. Araştırmalar ekonomi politik, tekelleşme, serbest gazetecilik, sahiplik ilişkileri ve kitlesel fonlama gibi kavramlar üzerinden şekillenmiştir. Araştırmaların sonuç kısımlarında alternatif medya ya ve patronsuz gazeteciliğe dair iyimser yaklaşımlar tespit edilmiştir. Araştırmacılar medyanın geleceği açısından patronsuz gazeteciliği bir çıkış kapısı olarak görmektedir.

Alan yazındaki çalışmalarda araştırmacılar, patronsuz gazeteciliği ele alırken okuyucuları bu çalışmalara dahil etmemiştir. Ancak araştırmacıların birçoğu patronsuz gazetecilik kavramını sadece gazeteciler üzerinden ele almış ve bu gazetecilik modelinin önemli paydaşlarından biri olan okuyucuları araştırmalarında göz ardı etmiştir (Pakkan, 2021; Şirvanlı, 2020; Çetinkaya, 2020; Bakar, H. ve Karaduman, M. 2023; Yüksel, 2022; Budak, 2023; Yıldız, 2018. Okuyucu ya da izleyicinin mevcut çalışmalarda yer almaması, araştırmanın problemini oluşturmuştur. Bu çalışma, diğer araştırmalarda eksik bırakılan okuyucu pratiklerini incelemeye dahil ederek literatüre katkı sunmayı hedeflemektedir. Ekonomi politiğin tarihsel ve bütüncül bakış açısı araştırmaya yansıtılarak çalışan, okuyucu ve patronsuz gazetecilik arasındaki ilişki incelenmektedir. Okuyucuların araştırmaya katılması, patronsuz gazeteciliğin anlaşılmasını ve kapsamlı bir analiz yapılmasını sağlamaktadır.

Araştırmanın amacı, deyim yerindeyse kayaları taşıyan medya emekçilerinin ve patronsuz kuruluşların gündelik pratiklerini ortaya koymak ve medyada farklı bir yolun okuyucuyla hareket edilerek nasıl inşa edilebileceğini göstermektir. Araştırmanın bütününde katılımcı ve demokratik medyanın inşasında okuyucu ve çalışan ilişkilerinin önemi ve bu ilişkilerin gazetecilik pratiklerine yansımaları incelenmektedir. Literatürde bulunan araştırmalar patronsuz gazeteciliği ağırlıklı olarak yeni medya ekseninde değerlendirmiştir. Bu araştırma, geleneksel ve yeni medyadaki patronsuz gazetecilik pratiklerini karşılaştırarak benzerlikleri ve farklılıkları açıklamaya çalışmaktadır. Patronsuz gazeteciliğin farklı pratikler üzerinden ele alınması bu araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

Medyanın Ekonomi Politiği Ekseninde Geleneksel ve Yeni Medyada Patronuz Gazetecilik Olgusu: "Demokrat ve BirGün Gazeteleri Örneği" başlıklı bu çalışmada literatürdeki diğer çalışmalardan farklı bir yöntem ve örneklem seçilmiştir. Araştırmanın bulguları ekonomi politik yaklaşımdan hareket edilerek yorumlanmıştır. Bu araştırma okuyucuları da patronsuz gazetenin bir paydaşı olarak kabul etmiş ve sürece dahil etmiştir. Diğer çalışmalarda gazeteciler ve dijital mecralar üzerinden araştırmalar yürütülmüş, okuyucuların ya da izleyicilerin bu sürece neden katkı sundukları eksik bırakılmıştır. Bu bağlamda yapılan bu çalışma gazeteci, okuyucu ve patronsuz gazete ilişkisini bir bütün olarak yorumlamayı amaçlamıştır. Bu çalışmada patronsuz gazetecilik geçmiş deneyimleri içine katarak geniş bir perspektiften ele alınmıştır.

Araştırmanın ilk kısmında veri toplama aracı olarak *Demokrat* ve *BirGün* Gazeteleri seçilmiştir. Bu gazeteler, kurucu kadrolarının benzer olması ve sermayesiz bir yönetim anlayışını benimsemeleri nedeniyle araştırmanın örneklemi olarak belirlenmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma tekniklerinden biri olan yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemleri, olayları ve olguları doğal akışında inceleyen ve sayısal verilere başvurmayan yöntemlerdir (Neuman, 2020: 53). Demokrat gazetesinden 10 çalışana ve 10 okuyucuya, *BirGün* Gazetesinden 10 çalışana ve 10 okuyucuya ulaşılarak yarı yapılandırılmış mülakat soruları yöneltilmiştir. Bu teknik, esneklik sağlaması, ek soru olanağı ve ayrıntılı cevap gibi kolaylıklar sunduğu için araştırmada tercih edilmiştir. Katılımcılara kartopu örneklem yoluyla ulaşılmıştır. Rastlantısal olmayan örneklemler arasında yer alan kartopu örneklem, katılımcılar arasında referans zinciri oluşturarak, görüşmecilerin kümesini büyütmektedir (Neuman, 2020: 434). Geniş ilişkiler ağına ulaşabilme imkânı sağladığından, bu örneklem araştırma için uygun görülmüştür. İlk olarak *BirGün* Gazetesinin yönetim kurulundan bir katılımcı ile görüşülmüş ve diğer isimler bu katılımcının yönlendirmesiyle belirlenmiştir. Görüşmeler ilerledikçe, katılımcılar gazetelerle ilişkili başka

isimler önererek örneklemin genişlemesini sağlamıştır. Katılımcılardan elde edilen bulgular betimsel analiz temalarına ayrılarak, çalışmanın üçüncü bölümünde yorumlanmıştır.

Çalışmanın bütününde aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1-Yeni ve geleneksel medya bağlamında, patronsuz gazeteler maddi olarak nasıl ayakta kalıyor ve sermayeyi hangi kanallardan sağlıyor? Sermayenin sağlandığı kanallar emek-sermaye çelişkisine yol açıyor mu?

2-Patronsuz gazete olmanın, yeni ve geleneksel medyada avantajları ve dezavantajları nelerdir?

3-Ekonomi politik eksene göre patronsuz ve muhalif gazeteler sansür ve hukuki yapımlara maruz kalmış mıdır, eğer kaldı ise sansür ve yaptırımlara karşı, nasıl reaksiyon vermiştir? Geleneksel ve yeni medya bağlamında farklılıkları ve benzerlikleri nelerdir?

4-Gazete çalışanları açısından, patronsuz gazetelerin çalışma ortamları ekonomi politiğin perspektifine uygun bir biçimde mi yapılanmıştır?

5-Her iki gazetenin haber yapma pratikleri ve haberciliği nelere dayanır? Farklılıkları ve benzerlikleri nelerdir?

6-Okuyucular bu gazeteleri neden ayakta tutmaya çalışıyor ve tercih etme nedenleri nelerdir?

Araştırmanın birinci bölümünde ekonomi politik kavramı açıklandıktan sonra iletişim araştırmalarının kökeni ve farklı yaklaşımlar açıklanmış; iletişim araştırmalarında ekonomi politik yaklaşımın önemine değinilmiştir. İkinci bölümde medyanın ilişki ağları analiz edilerek patronsuz medya ihtiyacına vurgu yapılmıştır. Son bölümde ise araştırma bulguları ekonomi politik yaklaşım çerçevesinde yorumlanarak veriye dönüştürülmüştür. Bu bölümde araştırmanın problemi, amacı, kapsamı, yöntemi ve sınırlılıkları açıklanmıştır. Sonuç kısmında,

çalışmanın genelini kapsayan tartışmalar derinleştirilmiş ve özetlenmiştir. Patronsuz gazetelerin, emek sömürüsünü ve yabancılaşmayı körüklemediği tespit edilmiştir. Okuyucuların emek süreçlerine dâhil olması, gazetelerin bağımsız bir yayıncılık politikası sürdürmelerini sağlamıştır. Çalışanlar ve okuyucular arasında kurulan ilişkilerin, kolektif bir praksis inşa ettiği saptanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM
İLETİŞİM ARAŞTIRMALARINDA EKONOMİ POLİTİK YAKLAŞIM

Ekonomi politik, insanların yaşam koşullarını anlamak için tarihsel bir perspektif sunar. Kökenleri Antik Yunan'a dayanan ve modern kapitalizme kadar uzanan, birçok disiplinle bağlantılı bir alandır. Bu alan, günümüzde başta kapitalizmin yol açtığı ekonomik krizler olmak üzere, toplumsal birçok sorunun çözümü için önemli bir referans kaynağı olmaktadır. Sistematik bir analiz yapmayı ve tarihten gelen bilgileri birleştirmeyi başaran bu disiplin, ekonomik dönüşümlerin yalnızca teknik meseleler olmadığını; aynı zamanda adalet, demokrasi ve insan hakları gibi birçok değerle de ilişkilendirildiğini ifade etmektedir. İletişim araştırmalarında ekonomi politik yaklaşım ise, iletişim süreçlerini ve medyanın toplumsal işlevlerini ekonomik ve politik bağlamlarda analiz etmeyi amaçlayan önemli bir teorik çerçevedir. Bu yaklaşım, medyanın sahiplik yapıları, içerik üretim süreçleri, dağıtım mekanizmaları ve bu süreçlerin toplumsal güç ilişkileriyle nasıl etkileşime girdiğini inceler. Ekonomi politik perspektifi, iletişimin yalnızca bilgi iletimi değil, aynı zamanda toplumsal egemenlik, sınıf ilişkileri ve ideolojik denetim süreçleriyle bağlantılı bir alan olduğunu vurgular. Kapitalizmin etkisiyle medyanın büyük medya kuruluşları tarafından kontrol edilmesi, özgür ve bağımsız iletişim kanallarının sınırlanması, bilgiye erişim eşitsizlikleri ve medya içeriklerinin ticarileşmesi gibi sorunlar, ekonomi politik yaklaşımının odaklandığı ana temalar arasında yer alır. Bu bağlamda, ekonomi politik yaklaşımı iletişimi yalnızca kültürel bir fenomen olarak değil, aynı zamanda ekonomik ve siyasi iktidarın bir aracı olarak da ele alır. Bu yaklaşımı kavrayabilmek için öncellikle ekonomi politiğin temelleri, temel kavramları açıklanacak daha sonra da iletişim araştırmalarında farklı yaklaşımlara değinilerek ekonomik politik yaklaşım ele alınacaktır.

1.1. Ekonomi Politiğin Temelleri

Ekonomi politik, ahlak felsefesinden ayrılarak kendi zeminini oluşturmuş bir toplumbilimdir. Kavramın etimolojik kökenleri, Aristoteles'e ve Antik Yunan'a kadar uzanır. *Ekonomi Politik* teriminin ilk olarak 1615 yılında Montchretien tarafından devlet ekonomisini tanımlamak için kullanıldığı görüşü bazı kaynaklarda yaygın olsa da, diğer bazı kaynaklarda ise ilk olarak 1611 yılında Turquet tarafından halk ile egemen devletin ilişkilerini açıklamak amacıyla ortaya atıldığı görüşü daha yaygındır (King, 1948: aktaran Üşür, 1985: 213). Ekonomi terimi, Aristoteles tarafından, Yunanca'da *yönetim* anlamına gelen *oikos* ve *yasa* anlamına gelen *nomos* kelimelerinden türetilmiştir (Hançerlioğlu, 1985: 76).

Günümüze doğru gelindiğinde, Klasik İktisat Okulu'nun ve liberal düşüncenin kurucularından olan Adam Smith, *Ulusların Zenginliği* adlı eserinde ekonomi politiği yorumlamış ve liberal teoriyi geliştirmiştir (Çalcalı, 2013: 90). Adam Smith, feodalizmin eleştirisini yaparak liberal düşüncenin temel ilkelerini ortaya koymuştur. Klasik ekonomi politik, Smith tarafından sistematik bir hale getirilmiştir. Ardılları olarak David Ricardo ve Jean-Jacques Rousseau gibi düşünürler de ekonomi politiğe liberal bir perspektiften katkıda bulunmuşlardır. Ekonomi politiğe eleştirel bakış açısını ise Karl Marx, Friedrich Engels ve Vladimir Ilyiç Lenin gibi düşünürler kazandırmıştır (Nikitin, 2016: 5).

Engels'e göre (1977, 249), *"Ekonomi politik en geniş anlamıyla, insan toplumunda maddi yaşam araçlarının üretim ve değişimini yöneten yasaların bilimidir."* Engels, tanımlamasının devamında, üretim ve değişim faaliyetlerini birbirinden ayırarak, bu faaliyetler arasındaki farklar üzerinden ekonomi politik tanımını yapmaktadır. Üretim faaliyetini temel bir unsur olarak gören Engels, üretimin değişim olmadan devam edebileceğini, ancak değişimin üretim olmadan sürdürülemeyeceğini vurgulamaktadır. Bu iki yaşamsal koşulun diyalektik bir ilişkide olduğunu belirterek, her ülkenin üretim ve değişim faaliyetlerinin birbirinden farklı olduğunu ifade eder. Dolayısıyla ekonomi politik, tahlil edilirken ülkesel, bölgesel ve kuşaklar arası farklılıklar göz önünde bulundurulmalıdır (Engels, 1977: 249-250). Bu bağlamda, ekonomi

politik, üretim ve değişim faaliyetleri arasındaki toplumsal ilişkileri, tarihsel koşulları göz ardı etmeden inceleyen yasaların bilimi olarak tanımlanabilir. Ekonomi politiğin tarihi, kullanım değeri olan bir ürünün değişim değerine dönüşerek insan ya da insan toplulukları arasında değiş tokuş edilmesiyle başlamıştır. Ürünün değişim değerine dönüşmesi ve bu metanın değiş tokuş esnasında bireyler ve toplumlar arasındaki ilişkilerin kurulması, ekonomi politiğin tarihinin başlangıcına işaret etmektedir (Engels, 2016: 22-23).

Marx'ın ekonomi politik tanımlaması ise birçok kavramın tahliline ve burjuva iktisadi düşüncelerinin eleştirisine dayanmaktadır. Kapitalist üretim tarzına şüpheyle yaklaşan Marx, klasik iktisatçılara, burjuva üretim tarzının destekleyicileri olarak bakmış ve bu nedenle onları yapıtlarında eleştirmiştir. Marx'a göre, klasik iktisatçılar ekonomi politiği işçiyi yalnızca bir "iş hayvanı" olarak görmektedir (Marx, 2015: 33). Yani işçi sınıfı, klasik ekonomi politikte yalnızca ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretimde bulunan bir iş hayvanıdır. Marx, klasik iktisadi düşüncenin işçiyi üretim yapmadığı zaman diliminde bir insan olarak değerlendirmediğinin altını çizmiş ve işçinin varoluşunun, başka bir metanın varoluşuna indirgenmiş olduğunu belirtmiştir (Marx, 2015: 96-98). *Kapital* eserinin 1. cildinin önsözünde, Marx, kapitalist üretim biçiminin dolaşım ve üretim ilişkilerini inceleyeceğini açıklamakta ve bu önsözde, iktisadi süreçleri tarihsel koşulları içerisinde ele aldığını vurgulamaktadır (Marx, 2015: 33-35). Marx'a göre, şeylerin toplumsal üretiminde insanlar ve toplumlar arasında belirli üretim ilişkileri kurulmakta ve bu üretim ilişkileri, üretici güçlerin gelişmesine olanak sağlamaktadır. Gelişen üretici güçler ve üretim ilişkileri, toplumun iktisadi yapısını belirlemektedir. Maddi hayatın üretim biçimleri, genel hatlarıyla siyasi, toplumsal ve entelektüel süreçleri şekillendirmektedir. Yani hukuki ve siyasal üst yapı ilişkileri, üretim ilişkilerinin temelinde yükselen üst yapıları oluşturmaktadır.

Belirli bir süreç içinde ise, toplumun üretici güçleri ile mevcut üretim ilişkileri arasında bir zıtlaşma ve çelişki meydana gelmekte ve bu zıtlaşmalar iktisadi temeli sarsmaktadır. İktisadi

temeldeki sarsılmaların sonucunda ise üst yapıda değişim meydana gelmekte ve toplumsal değişim rüzgârları esmektedir (Marx, 2016: 9). Bu analizden yola çıkarak, Marx'ın ekonomi politik formülasyonunun, üretici güçler ile üretim ilişkileri arasındaki çatışmaları merkeze alarak açıklandığı sonucuna varılmaktadır. Bu bağlamda Marx'ın, feodalizmin bağrında doğan burjuva ilişkilerine ve bu ilişkilerdeki karşıtlıklara anlam vermeye çalışarak ekonomi politik analizini derinleştirmeye gayret ettiği görülmektedir.

Oscar Lange ise ekonomi politiği, bireylerin yaşam pratikleri içinde gereksinim duydukları maddi üretim araçlarının üretimi ve dağıtımını analiz eden sosyal kanunların bilimi olarak tanımlamaktadır. Lange, bireylerin eşya ile ve sonrasında birbirleriyle kurdukları sosyal ilişkileri açıklayarak, ekonomi politik tanımını genişletmektedir (Lange, 1965: 9). Ona göre, ekonomik ilişkilerin başat unsuru üretim ilişkileridir. Bireylerin doğa karşısındaki aktif üretim tavırları, üretim ilişkilerini belirlemektedir. Üretim ilişkilerinin biçimi de dağıtım ilişkilerinin belirlenmesindeki temel unsuru teşkil etmektedir. Bütünlüklü ele alınan bu kavramlar, ekonomi politiğin çatısını oluşturmaktadır (Lange, 1965: 22).

En genel anlamda, ekonomi politik, bireyin ekonomik çabalarının sonucu olan üretim ve dağıtım ilişkilerini inceleyen bir sosyal bilim olarak tanımlanabilir.

Nikitin, ekonomi politiğin eleştirel duruşunu tanımlamıştır. Ona göre, ekonomi politik bilimi sadece bireylerin üretim ilişkilerinin incelenmesiyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda bir sınıf ve parti bilimidir. Yani ekonomi politik, üretim ve değişim koşulları arasındaki yasaları ortaya koyarak, sınıflar arasındaki mülkiyet ilişkilerini gün yüzüne çıkarmaktadır. Bu bilim, burjuvazinin boyunduruğundan kurtulmak isteyen işçiler ve ülkeler için bir kılavuz niteliği taşımaktadır (Nikitin, 2016: 14-16).

Alaattin Bilgili de *Ekonomi Politik Sözlüğü* adlı eserinde, Nikitin'e benzer bir tanımlama yaparak, kavramın eleştirel yönüne dikkat çekmiştir. Ona göre, ekonomi politik analizi, insanların maddi hayattaki ekonomik ilişkilerini inceleyerek sınıfsal eşitsizlikleri ortaya

koyduğu için devrimci bir nitelik taşır. Ayrıca, bu eşitsizliklerden kurtulmanın teorik taktiklerini sunduğundan, klasik iktisatçılar tarafından tarafsızlığına kuşkuyla yaklaşılmıştır (Bilgili, 1992: 61). Görüldüğü üzere, toplumların iktisadi ilişkilerinin teorik olarak incelenmesi, ekonomi politik analiz aracılığıyla yapılmaktadır. Bu iktisadi ilişkiler, her tarihsel dönüm noktasında ve toplumda farklılaşmaktadır. Çünkü üretim süreci içinde, üretim ilişkileri her toplumda farklılık göstermektedir. Tarihsel olarak bakıldığında, köleci toplumun üretim tarzı ile kapitalist toplumun üretim tarzı aynı değildir. Bu bağlamda ekonomi politik, her dönemin üretim tarzını ve bu üretim tarzından doğan toplumsal ilişkileri inceleyen bir bilim dalı olarak tanımlanır.

Ekonomi politik, her toplumsal formasyonun üretim tarzını ve buna bağlı olarak şekillenen ekonomik ve sınıfsal ilişkileri analiz ederek, toplumsal yapının dönüşüm dinamiklerini anlamamıza olanak tanımaktadır. Üretim ve emek sarf eden insan, kendi maddi hayatını ve toplumsal yaşam biçimini üretmektedir (Bilgili, 1992: 214). Günümüz modern kapitalist dünyasına gelene kadar insanlık, birçok toplumsal formasyon geçirmiştir. Toplumsal formasyonlar incelendiğinde, her birinin üretim ve bölüşüm ilişkilerinin birbirinden farklı olduğu görülmektedir. Üretim ve bölüşüm ilişkilerinin farklı olması, egemenlik ilişkilerinin de farklı olmasına yol açmaktadır. Bu üretim biçimleri ve toplumlar, sırasıyla ilkel topluluk üretim tarzı, köleci toplum üretim tarzı, feodal toplum üretim tarzı ve kapitalist toplum üretim tarzı olarak sınıflandırılmaktadır (Nikitin, 2016: 19).

İlkel topluluk üretim tarzı incelendiğinde, çeşitli dönemlerden geçtiği görülmektedir. Bu topluluk doğa ile savaşmakta ve güvenliğini sağlamak için ortak hareket etmektedir. İlkel topluluk üretim tarzı'nda üretim araçları topluluğun ortak mülkiyetindedir ve kolektif yaşam esas alınmaktadır. Doğa ile verilen mücadelede keşfedilen ok, yay ve ateş gibi unsurlar, ilkel hayvancılık dönemini başlatmıştır. Sonrasında ise tarıma geçiş ve tarımda hayvanların kullanılması, yerleşik yaşama geçişi hızlandırmıştır. Tarım ve hayvancılıktaki gelişmeler,

işlerin toplumsal olarak bölünmesine yol açmıştır. Toplumsal iş bölümü ise, insanın üretkenliğini arttırmıştır (Zubritski, Mitropolski ve Kerov, 1979: 40-49). Üretkenliğin artmasıyla çeşitli madenler eritilmiş, dokumacılık faaliyetleri başlamıştır. Gelişen üretici güçler, gereğinden fazla üretimi ve bireysel emeği beraberinde getirerek, ortaklaşa mülkiyetin yanına özel mülkiyeti de getirmiştir. Fazlalaşan üretim ve özel mülkiyet, kabileler ve insanlar arasındaki eşit dengeyi bozarak, servet eşitsizliğine yol açmıştır. Bu servet eşitsizliği, üretim araçlarını elinde bulunduran sınıfın, bulundurmayan sınıfı köleleştirmesiyle sonuçlanmıştır (Zubritski, Mitropolski ve Kerov, 1979: 63-64).

Eşitsizliğin bağrında doğan köleci üretim tarzı, insanın kendi türünü sömürmesine dayanmaktadır. Bu üretim tarzında, efendi ve köle ilişkisi vardır. Köle, efendisi için kullanabileceği eşya niteliğindedir ve efendisi nasıl isterse köle o şekilde davranmaktadır. İnsan emeğinin üretken hale gelmesiyle birlikte, özel mülkiyet ve insan üzerindeki mülkiyet önemli hale gelmiştir. Çünkü ilk dönemlerde sadece karnını doyurmaya çalışan insan için, savaş tutsağını öldürmek daha makul iken, üretkenliğin arttığı dönemde, savaş tutsağını esir alıp onun üzerinden değer üretilmesi daha makul bir hale gelmiştir. Köleci üretim tarzında, insan bedeninin maddi ve manevi sömürüsü vardır ve değer üretimi, insan bedeninin sömürülmesi üzerinden yapılmaktadır. İnsan bedeninin sömürülmesine dayanan bu üretim tarzının sonunu ise, köle isyanları ve iç ayaklanmalar getirmiştir (Nikitin, 2016: 23-27).

Köleci üretim tarzının yıkılmasıyla birlikte, küçük işletmeler ve tarım önemli hale gelmiştir. İşte bu noktada feodal üretim tarzı yeşermeye başlamıştır. Feodal rejim, toprak mülkiyeti üzerinden kendisini var eden bir üretim tarzıdır. Feodal üretim tarzında, derebeyinin serf üzerinde sınırlı bir mülkiyet hakkı vardır. Buradaki serfler, derebeyinin tarlalarında çalışan ve tarladan yararlanma hakkı olan köylülerdir. Derebeyi ise tarlaları ve üretim araçlarını elinde bulunduran sermaye sahipleridir. Serfler, derebeyinin topraklarını, derebeyine üründen pay vermek ya da derebeyinin araç gereçlerini kullanmak gibi çeşitli anlaşmalarla işletmişlerdir.

Feodal rejimde toplumsal iş bölümü, kırsal ve kentsel olarak bölünmüştür. Kırsaldaki üretim biçimi, derebeyi ve serf arasındaki ilişki biçimine dayanırken, kentlerde ticaretin gelişmesiyle farklı ekonomik ilişkiler ortaya çıkmıştır. Kentlerde, yeni aletlerin ve ürünlerin üretiminde belirli aşamalar kaydedilmiştir. Bu aşamalar sonucunda yaşanan ilerlemeler, ticaretin gelişmesine ve paranın dolaşıma girmesine önemli bir katkı sağlamıştır. Üretim güçlerinde yaşanan gelişmeler, feodal rejimin içsel çelişkilerini ortaya çıkarmıştır. Bu çelişkiler zaman içinde serflerin ve kentli yoksul halk kesimlerinin ayaklanmalarına yol açmış ve feodal rejimin yıkılmasına neden olmuştur. Feodal rejimin küllerinden kapitalist rejim doğmuştur (Zubritski, Mitropolski ve Kerov, 1979: 153-159).

Kapitalist rejim, üretim araçlarını elinde bulunduran sınıfın, proletarya üzerinden artı değer sağladığı bir üretim biçimidir. Bu rejimde üretim araçlarını elinde bulundurmayan sınıf işçi konumundayken, üretim araçlarını elinde bulunduran sınıf patron konumundadır. Kapitalist üretim tarzında her şey bir metadır ve işçi ile patron arasındaki ilişkiler metalar üzerinden kurulmaktadır. İşçiler, patronlara kendi emek güçlerini satarlar ve bunun karşılığında cüzi ücretlerle hayatta kalmaya çalışırlar. Kapitalizm, işçinin emeğinin ücretle sömürüldüğü rejim biçimidir (Nikitin, 2016: 36). Kapitalizm, özel mülkiyet üzerine kurulu bir sistemdir. Özel mülkiyeti elinde bulunduran patronlar, egemenliği ve yönetimi de elinde bulunduranlardır. Bir başka açıdan değerlendirildiğinde, kapitalist üretim biçimi feodal rejimde bulunan küçük atölyelerin sonunu getirmiştir. Bu üretim biçimiyle birlikte kitlesel üretime geçilmiş ve devasa fabrikalarda işçi sınıfı kapitaliste üretim yapmaya başlamıştır. Ancak buradaki kitlesel üretim, fabrikada çalışan işçi sayısının kitlesel olmasıdır, üretim araçları ise tekelde toplanmıştır. Yani kitlesel üretim, patronun kasasını doldurmaktadır; patron zenginleştikçe işçiler fakirleşmektedir, çünkü üretim araçları patronun tekelindedir. Bir tarafın zenginleşirken diğer tarafın fakirleşmesi, çelişkileri doğurmakta ve sistem içerisindeki çatışmaları artırmaktadır (Nikitin, 2016: 119). Sonuç olarak, kapitalist üretim biçimi, işçinin emeğini işverene

pazarladığı, işveren için artı değer ürettiği ve işverenin kasasını doldurduğu bir üretim biçimidir.

Üretim tarzları geçmişten günümüze doğru incelendiğinde, ekonomi politiğin temellerine ulaşmak mümkündür. Çünkü ekonomi politik, üretim, değişim, bölüşüm ve tüketim ilişkilerini tarihsel olarak inceleyen bir bilim dalıdır (Yaylagül, 2014: 141). Ekonomi politik teriminin yaygın olarak kullanılmaya başlanması, 17. yüzyılda yaşanan iktisadi gelişmelere paralel bir süreçtir. Bu dönemde kapitalizmin ilk izleri tüm dünyada görülmeye başlanmıştır (Üşür, 2011: 215). Kapitalizmin egemen rejim haline gelmesiyle birlikte köklü toplumsal ve ekonomik değişiklikler yaşanmıştır. Devlet müdahalesi piyasalarda sınırlandırılmış ve serbest rekabet koşulları hakim olmaya başlamıştır. Piyasanın kuralları artık kâr peşinde koşan kapitalistlerin elinde şekillenmiştir. Bu süreçte, kapitalistlerin belirlediği kurallar, işçi sınıfının emeği üzerinden güçlenmeye devam etmiştir. Kapitalist üretim biçiminin getirdiği bu köklü değişiklikler, sınıflar arasındaki çelişkilerin derinleşmesine yol açmıştır.

Tarihsel olarak ekonomi politik, klasik ve eleştirel analizler üzerinden şekillenmiştir. Eleştirel ekonomi politik, klasik yaklaşımı eleştirir. Liberalizm etrafında gelişen klasik ekonomi politik, kapitalizmin yasalarını ve toplumun zenginleşmesini açıklamak amacıyla sistemleşmiştir. Liberal kurama göre, hem ekonomik açıdan hem de bireysel açıdan özgür olmak, özgürce hareket edebilmek çok önemlidir. Bu kuramda, "özgürlük" tüm kötülükleri ortadan kaldıran bir unsurdur ve ekonomik gelişmeye katkı sağlamaktadır. Liberal kuram, bireysel çıkarları ve hırslarıyla ekonomik faaliyet gösteren insanı yüceltir. Çünkü liberal kurama göre, bireylerin hırsları ve çıkarları doğrultusunda ekonomik faaliyet yürütmesi, toplumsal fayda sağlar ve ekonomik sistemi geliştirir (Gençoğlu, 2013: 89). Hatta bu kuram, bireysel çıkar ve hırsların yarattığı toplumsal eşitsizlikleri, sistemin gelişmişliği açısından olumlu bir durum olarak görmektedir. Liberal kuramda bu eşitsizlikler, değişmez doğa yasaları

olarak tanımlanır (Zeytinlioğlu, 1985: 49). Sonuç olarak, liberal kuram mevcut ekonomik düzeni, kendi kendine işleyen, sonsuz ve ölümsüz doğa yasaları olarak değerlendirmiştir.

Eleştirel kuram, liberalizmin eleştirel analizini yaparak kapitalist üretim biçiminin yasalarını incelemiştir. Klasik iktisatçılar tarafından değişmez ve ölümsüz doğa yasaları olarak kabul edilen yasalar, eleştirel kuramcılar tarafından değişen ve zıtlıkları içinde barındıran dinamik yasalar olarak ele alınmıştır. Eleştirel kurama göre her tez, kendi antitezini içinde barındırır ve sürekli bir değişim ve dönüşüm içindedir. Diyalektik yasaya göre, hiçbir şey sabit kalmaz ve her şey bir biçimiyle değişime uğrar. Bu felsefeye göre, her dönemin üretim ve değişim yasaları, o dönemin toplumsal sınıflarını ve sınıflar arasındaki çatışmaları yaratmıştır. Dolayısıyla tarih, sınıf çatışmalarının tarihi olarak ele alınmalıdır (Engels, 1997: 77). Bu bakış açısına dayanan eleştirel kuram, kapitalist üretim biçiminin ölümsüz bir yasa olarak görülmesinin yanlış olduğunu savunur. Kapitalizmin sonunu, kendi iç çelişkileri ve işçi isyanları getirecektir.

Eleştirel kuram, liberal kuramda öne sürülen özgürlüğün yalnızca belirli bir sınıfa (patronlara) tanınan bir hak olduğu tespitinden hareketle, özgürlük anlayışını eleştirel bir bakış açısıyla inceler. Çünkü eleştirel kuramcılar, işçilerin kendilerini ve ailelerini geçindirebilmek için çalışmak zorunda olduklarını belirtirler. Ancak çalışma saatlerinin o kadar uzun olduğu bir sistemde, işçilerin dinlenmek dışında başka bir şeye vakitleri kalmamaktadır. Dolayısıyla, düşünmeye bile vakti olmayan işçiler için "özgürlük" sadece kâğıt üzerinde var olan bir kavramdan ibaret kalmaktadır. Eleştirel kurama göre özgürlük, burjuva egemenliğine karşı kazanılacak siyasal ve ekonomik özgürlükten ibarettir. Esas özgürlük, emekteki yabancılaşmanın ve burjuva yasalarının ortadan kalkması, yani kapitalist düzenin son bulmasıyla ortaya çıkacaktır (Dumenil, Lövy ve Renault, 2011: 125).

Marx, klasik iktisatçıların birey ve toplumun çıkarlarının uyum içinde olduğu yönündeki tezlerine karşı çıkar. Marx'a göre, özel mülkiyet ve kapitalist sistemde yaşayan bireylerin

çıkarları ile toplumun çıkarları arasında bir uyumsuzluk ve çatışma vardır (Marx, 2015: 128). Kapitalist rejim, üretim araçlarını elinde bulunduran sermaye sınıfı lehine işleyen bir sistemdir. İşçiler üretim yaparken sermaye sahipleri zenginleşir, fakat işçiler daha da yoksullaşır. Bu durumda emek ile sermaye arasındaki çelişki derinleşir ve toplumsal uyumdan söz edilemez. Bu perspektiften bakıldığında, eleştirel kuramda bireylerin çıkarları ile toplumun çıkarları arasında sürekli bir çatışma hali söz konusudur. Eleştirel kuramın üzerinde durduğu bir diğer önemli kavram ise serbest rekabettir. Serbest rekabet, kapitalist piyasa düzeninin temel işleyiş mekanizmalarından biridir. Kapitalist rejimde serbest rekabet, ekonomik sistemi geliştirici ve sermaye sahiplerini teşvik edici bir unsur olarak görülmektedir (Zeytinlioğlu, 1985: 87). Marx'a göre ise, serbest rekabet metaları ucuzlatırken, küçük kapitalistlerin büyük kapitalistlere karşı "yem" olmalarına yol açmaktadır. Piyasa koşulları içerisinde serbest rekabet giderek yoğunlaşır ve bu yoğunlaşma, nihayetinde tekelleşmeye yol açar (Marx, 2015: 605). Benzer şekilde, Lenin de Marx'ın teorisini destekler nitelikte, serbest rekabet ile tekelleşme arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Lenin'e göre, serbest rekabet yoğunlaşmaya, yoğunlaşma ise tekelleşmeye yol açmaktadır. Bu yoğunlaşma ve tam rekabetin etkisiyle üretim giderek toplumsallaşmaktadır. Ancak Lenin burada önemli bir noktaya dikkat çeker: Üretim kitlesel hale gelmiş olsa da, kazanç hâlâ tekel durumundadır. Bu toplumsallaşma ile kazanç arasındaki çelişki, sınıflar arası gerginliği arttıran bir unsur olarak ortaya çıkar (Lenin, 2014: 9). Klasik ekonomi politiği ile eleştirel ekonomi politiğin ortak yönü, kapitalizmin işleyiş yasalarını anlamaya çalışmalarıdır. Her iki yaklaşım da kapitalizmi çeşitli açılardan ele almış ve yorumlamıştır. Ancak, iki görüşün kapitalizme bakış açıları oldukça farklıdır. Klasik yaklaşım, kapitalizmin işleyiş yasalarını destekleyip geliştiren bir perspektife sahipken, eleştirel yaklaşım bu yasaları şüpheyle karşılamaktadır. Özellikle, klasik iktisatçıların önemli ölçüde geliştirdiği emek-değer teorisi, Marx tarafından klasik iktisatçılara karşı bir eleştiri aracı olarak kullanılmıştır. Eleştirel kuramcılar, bu teoriyi sosyalizmi haklı göstermek için kullanmışlardır (Kazgan, 2000: 117).

Sonuç olarak, ekonomi politik, toplumsal üretim ve dağıtım ilişkilerine anlam veren bir sosyal bilim dalıdır. Ekonomi politiğin nihai amacı, ekonomik süreçler içinde tekrarlanan ilişkileri inceleyip, bu ilişkilere anlam kazandırmaktır. Ekonomik ilişkilerdeki üretim ve dağıtım yasalarının değişim ve gelişim süreçlerinin teorik analizi, ekonomi politik ile yapılmaktadır.

1.2. Ekonomi Politiğin Temel Kavramları

Ekonomi politiğin temel kavramları, kapitalist üretim ilişkilerinin yapısını ve işleyişini anlamak için kritik öneme sahiptir. Bu kavramlar, bireylerin, grupların ve devletlerin ekonomik güçlerini nasıl organize ettiklerini, kaynakları nasıl dağıttıklarını ve zenginlik yaratma süreçlerini nasıl şekillendirdiklerini açıklar. Kapitalist toplumda üretim araçlarının ve sermayenin kontrolü, toplumsal sınıflar arasındaki ilişkilerin belirleyeni olurken, aynı zamanda toplumsal yapıyı da şekillendirir. Ekonomi politiğin temel bileşenleri; emek, sermaye, değer, metalaşma gibi kavramlarla, yalnızca ekonomik süreçlerin değil, toplumsal eşitsizliklerin, sınıf mücadelelerinin ve ideolojik yapıların da anlaşılmasına yardımcı olur. Bu kavramların analizi, kapitalist sistemin dinamiklerini anlamak için bir anahtar işlevi görür, çünkü bu unsurlar arasındaki ilişkiler hem ekonomik gücün hem de toplumsal düzenin nasıl yeniden üretildiğini gösterir. Dolayısıyla, emek ve sermaye arasındaki bağ, artı değer yaratma süreci ve rekabetin rolü gibi konuları incelemek, kapitalist toplumların temellerine dair derinlemesine bir anlayış geliştirmemize olanak tanır.

1.2.1. Emek, Artı Değer ve Meta İlişkileri

Emek, bireyin üretim sürecinde harcadığı fiziksel ve zihinsel çaba olarak tanımlanır (Bilgili, 1992: 66). Marx'a göre, emek, doğa ve birey arasındaki karşılıklı fayda ilişkisini ifade eder. Birey, ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretim yapar ve bu süreçte doğadaki nesneleri kendi ihtiyacı doğrultusunda dönüştürür. Bu dönüşümde bireyin fiziksel ve zihinsel çaba harcaması, emeğin tanımını oluşturur (Marx, 2015: 181). Marx, emek kavramını açıklarken üretken emek ve üretken olmayan emek arasında bir ayrım yapar. Üretken emek, artı değeri

üreten emek sürecidir ve doğrudan sermaye ile ilişkilidir. Üretken olmayan emek ise, doğrudan artı değer yaratmayan bir emek biçimidir. Bu ayrım, sermaye süreçlerini anlamamız açısından kritik öneme sahiptir. Kapitalist sistemde emek gücü, artı değer üreten bir meta olarak karşımıza çıkar. Bu nedenle eleştirel ekonomi politikte, emek gücü, meta ve artı değer kavramları birbirine bağlı olarak incelenir. Metanın kullanım değeri somut emek biçimini yansıtırken, değişim değeri ise soyut emek biçimini yansıtır. Somut emek, emeğin piyasada dolaşıma girmemiş halidir, soyut emek ise dolaşıma giren emek biçimidir (Dumenil, Lövy ve Renault, 2011: 63-65). Piyasada dolaşıma giren emek gücü, sermayedarın sermayesini artıran bir artı değere dönüşür ve işçiyi sermayedara bağımlı kılar. Bu bağımlılık, işçilerin ücretli çalışmaya mahkum olmasına ve sermaye sınıfının kâr etmesine yol açar.

Meta ve metaların analizi, Marx'ın ekonomi politik açıklamalarının temelini oluşturur. Çünkü Marx, kapitalist rejimin zenginliğini meta birikimi olarak görmekte ve kapitalist sistemin eleştirisini de yine meta analizi üzerinden yapmaktadır. Marx, kapitalizmi kapsamlı bir şekilde tahlil ettiği *Das Kapital* eserinin ilk bölümüne meta analizi ile başlamaktadır. Marx'a göre, "Meta her şeyden önce, bizim dışımızda bir nesnedir ve taşıdığı özellikleriyle, şu ya da bu türden insan gereksinimlerini gideren bir şeydir" (Marx, 2015: 49).

Meta, ekonomik ilişkilerin en küçük birimini oluşturmaktadır ve başkalarının ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla değiş tokuş edilebilen nesneler olarak tanımlanabilir. Kapitalist üretim biçiminden önce de var olan meta üretimi, kapitalizmin egemen üretim biçimi haline gelmesiyle birlikte, toplumsal ilişkilerin temel öğesi olmuştur. Bu bağlamda, kapitalist rejimde her şey metalaşmış ya da metalaşmaktadır (Bilgili, 1992: 132). Örneğin, işçinin iş gücünü satması da bir metayı temsil etmektedir. Sermayedar ile işçi arasındaki üretim ilişkileri, dolaylı olarak metalar aracılığıyla şekillenir. Meta üretimi, kapitalist sistemde ekonomik ilişkilerin temsil edilmesinde merkezi bir rol oynamaktadır (Nikitin, 2016: 37-38). Meta analizi, kullanım değeri ve değişim değeri olmak üzere iki farklı değer sistemi üzerinden yapılır.

Metaların tümü, kullanım değeri taşımaktadır. Başka metalarla değiş tokuş edildiklerinde ise değişim değeri ortaya çıkar. Kullanım değeri, emeğin somut yönünü temsil eder ve emeğin piyasada dolaşıma girmemiş ilk halini oluşturur. Bireylerin kendi ve ailelerinin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla tüketim araçları üretmesi, metaların kullanım değeri yönünü yansıtır. Değişim değeri ise emeğin soyut yönünü ifade eder ve metaların piyasada dolaşıma girmiş halini oluşturur. Metaların piyasada dolaşıma girmesi, yani değişim değeri üretmesi, artı değerin ortaya çıkmasına yol açar. Değişim değerinde, bireyler piyasada dolaşacak metaları üretmekte ve bu üretim sermayedara kâr sağlamaktadır. Sonuç olarak, meta üretiminden bahsedebilmek için, bireyin kendi kullanımı dışında başkasının ya da toplumsal olarak kullanılması için değer üretmesi ve bu değeri değişim yoluyla aktarması gerekmektedir (Marx, 2015: 54). Artı-değer ya da artık-değer kavramı, kapitalist üretim biçiminin temelini oluşturmaktadır. Çünkü kapitalizmin, ya da daha özelde kapitalistin, başat amaçları arasında kullanım değerini aşan bir değişim değeri yaratma arzusu bulunmaktadır. Dolayısıyla, değişim değerinin yaratıldığı noktada artı-değer üretimi gerçekleşmektedir (Marx, 2015: 189). Artı-değer üretimi, kapitalistin işçinin emek-gücünü satın almasıyla başlar ve metanın kullanım değerini aşarak bir değişim değeri yaratmasıyla ortaya çıkar. Örneğin, işçiler kendileri ve ailelerinin geçimini sağlamak üzere üretim yaptıklarında yalnızca kullanım değeri yaratırlar; ancak bu zaman dilimi aşıldığında, yaratılan değişim değeri artı-değer olarak ortaya çıkmaktadır (Bilgili, 1992: 19-20). Yani, artı-değer kavramı, işçinin kendini geçindirmek için üreteceği değerin ötesine geçerek kapitalist için değer yaratma süreci olarak tanımlanabilir. Kapitalist rejimde, artı-değer üretimi, sermaye sınıfının işçi sınıfının emek gücünü sömürmesiyle gerçekleşmektedir. Kapitalist rejim, çalışma saatleri üzerinden bu sömürüyü gizlemektedir. İşçiler, gerekli emek zamanının ötesinde üretim yaparak sermaye sınıfının kârını artırmakta ve sermaye sınıfının tahakküm gücünü pekiştirmektedir. Artı-değer üretimi, sermaye sınıfının mülkiyetini artırdıkça, işçi sınıfının sefaletini derinleştirmekte ve işçi sınıfını ücretli

emek gücüne dönüştürmektedir. Sonuç olarak, artı-değer üretimi, bir sınıfın mülkiyetini artırırken, diğer sınıfı mülksüzleştirir ve kaçınılmaz olarak toplumsal çatışmaları körüklemektedir (Nikitin, 2016: 76).

1.2.2. Sermaye ve Emek: Kapitalist Üretimin Dinamikleri

Sermaye, toplumsal üretimin bir sonucu olarak metaların piyasada değiş tokuşu yoluyla ortaya çıkan bir değer olarak tanımlanmaktadır (Nikitin, 2016: 79). Başka bir deyişle, sermaye yalnızca üretim için bir koşul olmakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal üretim ilişkilerinin bir yansıması olarak da görülmektedir. Kapitalist sistemde metaların piyasadaki değiş tokuşu, değer yaratmakta ve bu değer, kapitalist açısından önemli bir sermaye birikimine dönüşmektedir. Tarihsel olarak toplumlar incelendiğinde, sermayenin paraya dönüşümü ve para biçiminde somutlaşması gözlemlenmektedir. Paranın bu biçimi ise kapitalistin servetini oluşturmaktadır. Ancak burada vurgulanması gereken nokta, sermayenin bir değer olarak var olmasının yanı sıra, bu değerin yalnızca para ya da metaların piyasadaki dolaşımından değil, emek süreci içerisinde artı değer yaratılarak ve sürekli tekrarlanarak üretildiği gerçeğidir (Bilgili, 1992: 171). Nikitin de benzer bir şekilde, emek gücünün sermayeye dönüşümüne dikkat çekmektedir. Ona göre, kapitalist pazarda sermayedarın, paranın sermayeye dönüşmesi için sahip olduğu değerin üzerinde bir değer yaratması gerekmektedir ve bu değer, emek gücünün sömürülmesi yoluyla üretilmektedir (Nikitin, 2016: 70). Marx, sermayeyi emeğin üzerinde yönetme ve emeği kullanma gücü olarak tanımlamaktadır. Sermaye sahibi olan kapitalist sınıf, satın alma gücüne sahip olduğu için emeği satın alır ve onu istediği şekilde yönetme hakkına sahip olur. Emek gücü üzerindeki bu yönetim hakkı, kapitalist sistemde sermayedarın gücünü artırırken, emekçi sınıfı ise yoksulluğa sürükleyen bir tahakküm ilişkisini ortaya çıkarır (Marx, 2005: 105). Sonuç olarak, kapitalist rejimde sermayeyi elinde bulunduran sınıf, egemenliği de elinde bulundurur ve sermayedarın temel arzusu kâr elde etmektir. Kâr elde etme hırsıyla hareket eden sermayedar, emek gücünün üretkenliğine daha fazla yüklenmekte ve

bu şekilde emek gücünü bir meta haline getirerek sermayesini artırmaktadır. Emek gücünün artışı ve emekte meydana gelen yabancılaşma, işçi sınıfını yoksullaştırırken, sermaye sınıfını zenginleştirmektedir. Yoksulluk ve zenginlik arasındaki çelişki, sermaye ve emek arasındaki temel çelişkiyi oluşturmaktadır.

1.2.3. Ekonomi Politiğin Işığında Yabancılaşma

İnsanlık tarihi boyunca eski bir kavram olmasına rağmen, yabancılaşma kavramının felsefi anlamda yorumlanması, Hegel ile başlamıştır. Frubech'in eserlerinde de bu kavrama dair önemli yorumlar bulunmaktadır (Hilav, 2008: 48). Ancak yabancılaşma kavramının sistematikleştirilmesi ve geliştirilmesi, Marx ve Marxist düşünürler ile birlikte ortaya çıkmıştır (Dumenil, Lövy ve Renault, 2011: 182-183). Marx, yabancılaşma kavramına farklı bir bakış açısı geliştirerek yaklaşmaktadır. Marx'ın ele aldığı yabancılaşma, bireyin kendi ürettiği metaya karşı yabancılaşması ve bu yabancılaşmanın, bireyi giderek kapitalizmin çarklarına bağımlı hale getirdiği yönündedir. Marx, kapitalist sistemin içinde yaşayan bireyin çalıştıkça yoksullaştığını vurgulamaktadır. Ayrıca, bireyin dünyası değersizleştikçe, ürettiği nesnenin değeri artmaktadır. Yani birey, emek gücü harcadıkça ve daha fazla meta ürettikçe, kendisi ucuz bir meta haline gelir ve kendi ürettiği metaya karşı yabancılaşır. Kapitalist üretim boyunca yabancılaşma, emeğe, kendi ürettiği nesneye, çalışma arkadaşlarına ve insani varoluşuna yabancılaşma şeklinde farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır (Uluç, 2022: 34-37). Emeğe yabancılaşma, işçilerin hayatlarını idame ettirebilmek için emek güçlerini sermayedara sattıkları noktada başlamaktadır. Bu noktada işçinin, kendi emek gücü üzerinde söz hakkı yoktur; emek gücü üzerindeki tüm haklar sermayedara aittir. Dolayısıyla işçi, sarf ettiği efora karşı yabancılaşmaktadır. Kendi ürettiği metaya karşı yabancılaşma ise, işçilerin kendi üretimi olan nesneler ve mallar üzerinde söz hakkına sahip olmamalarından kaynaklanmaktadır. İşçiler tarafından üretilen tüm bu nesneler ve mallar, sermayedarın özel mülkiyetini pekiştirmektedir. Çalışma arkadaşlarına yabancılaşma biçimi, işçilerin diğer işçilerle olan dayanışma duygularını

kaybetmesi ve kapitalist arzulara ve hırslara yenik düşmesi ile tanımlanabilir. Rekabetin körüklediği iş ortamları, işçiler arasındaki dayanışmayı yok ederek kendi sınıflarına karşı yabancılaşmayı artırmakta, bu da sermaye sınıfına kazanç sağlamaktadır. İnsani varoluşuna yabancılaşma ise, kapitalizmin dişlilerine indirgenmiş insani varoluşu yansıtmaktadır. Kapitalist rejimde toplumun yegâne amacı meta üretimine indirgenmiş olduğundan, bireyler insani duygularını kaybetmekte ve insani varoluşlarına karşı yabancılaşmaktadırlar. Sonuç olarak, yabancılaşma kapitalist rejimin ayakta kalmasını sağlayan önemli bir unsurdur. Bireyin insani niteliklerinden kopuşunu hızlandırmakta ve kapitalizmin devamlılığında aktif bir rol oynamaktadır. Eleştirel ekonomi politikte, özel mülkiyetin ortadan kaldırılması gerektiği gibi, yabancılaşmanın da ortadan kalkması gerektiği vurgulanmaktadır.

1.2.4. Özel Mülkiyet, Ücret ve Kapitalist Üretim İlişkileri

Özel mülkiyet kavramı, "Gerçek veya tüzel kişilerin yasal sınırlar çerçevesinde diledikleri biçimde kullanabildikleri taşınır, taşınmaz, maddi veya fikri varlık sahipliği" olarak tanımlanmaktadır. (NND, 10 Nisan 2024) Özel mülkiyet kapitalist sistemin en ayırt edici özelliklerinden biridir. Engels, özel mülkiyeti, üretim ve değişim ilişkileri ile ortaya çıkan ekonomik ilişkilerin bir sonucu olarak görmektedir. Yani, insanların hayatlarını idame ettirebilmek için üretime geçmesi ve üretim sonucunda fazlalaşan şeylerin değişime girmesi, ekonomik ve toplumsal ilişkileri belirlemektedir. Bu bağlamda, özel mülkiyet, ekonomik ilişkilerin bir sonucu ve temsiliyeti olarak ortaya çıkmaktadır. Kapitalist üretim biçimi ise daha fazla meta üretimi ve bu meta üretiminin daha fazla değiş tokuşa girmesi üzerine kurulu bir üretim biçimi olup, metaları elinde bulunduran sınıfın güçlenmesine olanak sağlamaktadır. Bu durum, sınıflar arası eşitsizliğin artmasına yol açmaktadır (Engels, 1995: 270-271). Marx, mülkiyeti kapitalist üretim biçimi çerçevesinde ele alarak, emeğin hakkının ödenmemesi ve emek gücü ile üretilen ürüne sermayedarın el koyması olarak açıklamaktadır. Kapitalist pazarda işçi sınıfının emek gücünü satın alan sermaye sınıfı, bu emek gücünü, değişim değeri taşıyan

metalar üretmek üzere kullanmaktadır. Piyasa koşulları içinde değişen metalar, sermaye sınıfının sermayesini ve dolayısıyla mülkiyetini arttırmaktadır. Özel mülkiyetin verdiği güçle sermaye sınıfı güçlenirken, mülkiyeti olmayan işçi sınıfı giderek güçsüzleşmektedir (Marx, 2015: 168). Nikitin, özel mülkiyeti üretim ilişkileri bağlamında değerlendirmektedir. Ona göre, özel mülkiyet, toplumsal egemenlik ve iktidar ilişkileri üzerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Üretim ilişkilerinin ve üretim araçlarının sahiplik ilişkileri, toplumsal sınıfların tahakkümünü ortaya çıkarmaktadır. Kapitalist rejim incelendiğinde, üretim araçlarının tek elde toplandığı ve mülkiyetin şahıslara ait olduğu görülmektedir. Bu rejimde kapitali elinde bulunduran sınıf, kapitali elinde bulundurmayan sınıfı yönetmekte ve bu sınıf üzerinden sermaye birikimi sağlamaktadır. Dolayısıyla, özel mülkiyet sermaye sınıfının gücünü ve iktidarını pekiştirmektedir (Nikitin, 2016: 5-6). Sonuç olarak, kapitalist rejimde özel mülkiyet, sermaye sınıfına hizmet eden bir olgu olmaktan öteye gidememektedir. Çünkü mülkiyeti olmayan sınıf, sermaye sınıfı için çalışmak ve emek gücünü satmak durumundadır. Emek gücünü satan işçi sınıfı, çalıştıkça yoksullaşırken, sermaye sınıfı mülkiyetini arttırmaktadır. Bu iki zıtlık ve eşitsizlik, sermaye sınıfına egemenlik ve yönetme gücü sağlarken, işçi sınıfına ise yönetilme hakkını vermektedir. Marx'a göre, bu zıtlık ve eşitsizlik, özel mülkiyetin ortadan kalkması ve yerine komünizmin inşa edilmesiyle sona erecektir. Klasik iktisat teorisinde ücret, işçinin harcadığı efor ve emeğin karşılığı olarak tanımlanmaktadır. Eleştirel ekonomi politiğe göre ise bu ücret tanımı, kapitalizmin sömürü biçimini gizlemektedir (Bilgili, 1992: 210). Eleştirel ekonomi politiğe göre, kapitalizm, işçinin emek gücünün karşılığını ücretle ödendiği şeklinde bir algı yaratarak, meta üretiminde yaratılan artı değeri ve sermaye sınıfının zenginleşmesini maskelemektedir (Nikitin, 2016: 91). Kapitalist üretim biçiminde ücret, işçilerin en asgari düzeyde yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamak üzere düzenlenmektedir. İşçiler, kapitalist pazar koşullarında emek gücünü sermayedara satarak kendi geçim araçlarını üretmektedirler. Bu bağlamda, emek gücü giderek bir meta haline dönüşmektedir. Metalaşan

emek gücü, sermaye sınıfına değişim değeri taşıyan metalar üreterek servetlerine katkıda bulunmaktadır (Bilgili, 1992: 210). Ücret, kapitalist yasalarda çalışma saatlerinin karşılığı olarak ödenen bir değer olarak tanımlansa da, çalışma saatleri yarıya bölündüğünde, bir çeyrekte işçi kendi ihtiyacı için üretim yaparken, diğer çeyrekte sermaye sınıfı için üretim yapmaktadır (Nikitin, 2016: 92).

Ücret, sermaye sınıfı ile işçi sınıfı arasındaki bağı ve iş ilişkisini oluşturmaktadır. Ancak bu bağ eşit bir iş ilişkisine dayanmamaktadır. Sermaye sınıfı, üretim araçlarının sahibi olduğundan, emek gücü üzerinde de söz hakkına sahiptir. Bu sahiplik ilişkisi, işçileri sermaye sınıfının egemenliği altına alarak onları ücretli iş gücüne dönüştürmektedir (Dumenil, Lövy ve Renault, 2011: 174). Ücretli iş gücü, sermaye sınıfının egemenliğini ve gücünü pekiştirmektedir. Dolayısıyla ücret, kapitalizmin yasalarının kusursuz işlemesine yardımcı olan bir karşılık olarak işlev görmektedir.

1.2.5. Kapitalizmin Ekonomik Dinamikleri: Üretim-Tüketim

İnsanlık tarihinin başlangıcından itibaren, doğadaki ürünleri kendi gereksinimlerini karşılamak amacıyla dönüştürme mücadelesi, üretim faaliyetinin ortaya çıkmasına olanak tanımıştır. Marx, üretimi insana özgü bir faaliyet olarak ele almakta ve çalışmalarında özellikle kapitalist üretim biçimini incelemektedir. Marx'a göre üretim, insanın doğadaki nesneleri toplumsal fayda sağlayacak şekilde dönüştürme yeteneği olarak tanımlanır ve her üretim tarzı, toplumsal bir üretim tarzı içerisinde tarif edilerek insanın doğadaki nesneleri mülk edinmesi olarak açıklanır (Marx, 2016: 228-229). Başka bir tanıma göre ise üretim, bireyin toplumsal gereksinimleri karşılamak amacıyla emek araçlarını kullanarak nesneleri dönüştürme ve emeğin konusunu oluşturma faaliyeti olarak açıklanabilir (Bilgili, 1992: 212). Üretim, üretici güçler, üretim araçları ve üretim ilişkileri ekseninde tarih boyunca gelişmiştir. Bu gelişmeler doğrultusunda her toplumun üretim biçimi, sınıf yapısı ve iktidar ilişkileri farklı biçimlerde şekillenmiştir. Bu nedenle eleştirel ekonomi politik, üretim ilişkilerini ve toplumsal üretim

biçimlerini tarihsel materyalist bir anlayışla incelemektedir. Kapitalist toplumun üretim biçimi, meta üretimi ve metaların birikimi üzerine kuruludur (Nikitin, 2016: 5-11). Dolayısıyla kapitalist toplumda, sermaye sahiplerinin temel amacı meta üretimi yapmak ve bu metalar üzerinden kâr elde etmektir. Bu üretim biçimi, metalar üzerinde söz sahibi olan sermaye sınıfının yararına işlerken, kendi emek gücünü meta haline getiren işçi sınıfı için yoksulluk üretmektedir. Tüketim kavramı ise, insanların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla ürettikleri nesneleri bitirip tüketmeleri anlamına gelir. Bireyler, gereksinimlerini karşılamak için doğadaki nesneleri kullanım değeri taşıyan nesnelere dönüştürür ve bu nesneleri kişisel ihtiyaçları doğrultusunda tüketirler, böylece bu nesnelerden fayda sağlarlar (Bilgili, 1992: 209). Üretim ve tüketim arasında diyalektik bir bütünlük ve birliktelik vardır. Üretim ile başlayan ilişkiler ağı, dağıtım ve değişim ilişkilerini de kapsayarak, tüketimle son bulur ve bu süreç sürekli yenilenir. Yani üretim eylemi aslında tüketim eyleminin kendisidir (Marx, 2016: 230).

Günümüz kapitalist dünyasında tüketim, sıkça karşılaşılan bir kavram haline gelmiştir ve neoliberal politikalar, kitlelere sürekli olarak tüketimi aşılamaktadır. Kitlelere dayatılan tüketim olgusu, onları tüketim toplumuna dönüştürmektedir. Bu dönüşümle birlikte, tüketmek için üretmek temel motivasyon haline gelmiştir (Duman, 2016: 18-19). Sonuç olarak, günümüz kapitalist toplumlarında aşırı tüketim, başta doğal kaynakların tükenmesi ve çevre kirliliği olmak üzere pek çok olumsuz durumu beraberinde getirmiştir ve bu süreç, dünyanın tüketime dayalı bir noktaya ulaşmasına yol açmaktadır.

1.3. İletişim Araştırmaları: Kavramlar, Kuramlar, Yaklaşımlar

Ekonomi politiğin temel kavramlarını anlamak, medyanın işleyişine ve toplumsal rolüne dair derinlemesine bir perspektif sunar. Medya, yalnızca haber ve bilgi akışını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda toplumsal güç ilişkilerinin yeniden üretildiği, ekonomik ve ideolojik mücadelelerin sahneye konduğu bir alandır. Bu bağlamda, medya yalnızca "bilgi" sunmakla kalmaz, aynı zamanda kapitalist sistemin yeniden üretimini sağlayan bir araç haline

gelir. Ekonomi politiğin temel kavramları, bu ilişkiyi daha iyi anlamamızı sağlar. Çünkü medya, üretim sürecinde yer alan emeğin ve sermayenin biçimlerinin toplumsal algıyı ve davranışları nasıl yönlendirdiğine dair doğrudan bir etkiye sahiptir. Örneğin, medya içeriklerinin "değer" oluşturma süreci, yalnızca kültürel anlamda değil, aynı zamanda ekonomik açıdan da analiz edilebilir. Medya, reklamlar, haberler, diziler ve filmler aracılığıyla, tüketim alışkanlıklarını, toplumsal normları ve ideolojik bakış açılarını şekillendirir. Medya organları aynı zamanda rekabetin bir parçasıdır; medya sektöründe içerik ve izleyici kitlesi için verilen mücadele, sermaye birikimiyle paralellik gösterir. Ekonomi politiğin temel kavramları medya analizlerinde, hem içerik üretiminin hem de medya organlarının toplumsal işlevlerinin anlaşılmasında kritik bir rol oynar. Bu bağlamda, medya, sadece ekonomik ve kültürel bir araç değil, aynı zamanda toplumsal ilişkilerin yeniden üretilmesinde merkezi bir işlev gören bir mecra olarak ekonomi politiğin temel kavramlarıyla daha iyi bir şekilde açıklanabilir.

1.3.1. İletişim Araştırmalarının Tarihsel Gelişimi

İletişim, bireylerin toplumsal koşullar içinde, üretim çabalarının bir sonucu olarak ortaya çıkan bilinç ve dilsel faaliyetlerinin tümüdür. İnsan, toplumsal varoluşunu sürdürebilmek için toplumdaki diğer bireylerle sosyal, kültürel ve ekonomik ilişkiler içerisine girer. Bu ilişkiler, dil öğelerinin ve iletişimin gelişimini mümkün kılar. İletişim, bireylerin günlük pratikleriyle toplumsal yapıları yeniden üretme biçimidir ve bu yüzden toplum, insan ve üretim kavramları birbirine bağlı olarak ele alınır (Erdoğan, 2011: 37). Bireyin varoluşunun toplumsal bir cevabı olan iletişim, toplumsal mekânlar ve ilişkiler yaratarak gündelik yapıların devamını sağlar. Bu noktada iletişim, bireyin üretim faaliyetlerinin bir bütününü temsil eder ve sosyalleşmenin taşıyıcısı olarak öne çıkar (Fuchs, 2021: 32). İletişim şekilleri, farklı biçimlerde gelişim gösterir. 19. yüzyıl sonlarından 20. yüzyıl başlarına doğru, teknolojik gelişmelerin etkisiyle iletişim araçlarında büyük ilerlemeler kaydedilmiştir. Bu dönemde, kitle iletişimi yaygınlaşmış ve iletişimde “kitle” kavramı, iletişim araçlarından yayılan içeriği tüketen topluluğu tanımlamak

için kullanılmaya başlanmıştır (Yaylagül, 2014: 16). Kitle iletişimi, aynı zamanda hâkim sınıfın, diğer sınıfın bilişsel ve davranışsal süreçlerini yönetmek amacıyla uyguladığı "yönetimsel iletişim" tarzı olarak da tanımlanabilir. Kapitalist toplum öncesinde de kitle iletişimi, egemen ideolojiyi toplumun alt sınıflarına yayarak onların toplumsal yapıya uyum sağlamalarını sağlıyordu. Örneğin, imparatorluk döneminde masallar, ayinler, savaşlar ve eğlenceler, hâkim sınıfın ideolojisini kitlelerle buluşturan iletişimsel eylemler olarak değerlendirilmiştir (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 237). Bu iletişimsel eylemler, tarih boyunca bireylerin hem toplumla hem de hâkim sınıfla uyum içinde yaşamalarını sağlamıştır. Kitle iletişimini anlamak için, kitle iletişim araçları (KİA) ve bu araçların tarihsel gelişim süreçlerine göz atmak gereklidir (Aymaz, 2011: 128). KİA'ları sadece teknolojik araçlar olarak görmek, onları tek boyutlu bir şekilde analiz etmek anlamına gelir. Oysaki KİA'lar, toplum, üretim ve tarih kavramlarıyla iç içe geçmiş ve günümüze kadar insanlığın ortak mirasını inşa etmiştir. Bu nedenle KİA'ları toplumsal süreçlerin bir parçası olarak ele almak, kültürel süreçlerin analizini kolaylaştıracaktır. Matbaanın icadından akıllı telefonların yaygınlaşmasına kadar olan her teknolojik ilerleme, iletişim süreçlerini geliştirmiştir. Bu gelişmelerin altında yatan faktörleri açıklamak, kitle iletişim çalışmalarının doğmasına yol açmıştır. Kitle iletişim araştırmaları, iletişim araçlarının gelişimiyle paralel olarak ilerlemiştir (Crowley ve Heyer, 2019). Kitle iletişim araştırmaları, iletişimin çok yönlü yapısından kaynaklı olarak sosyoloji, felsefe, tarih, ekonomi, hukuk ve politika gibi birçok farklı bilim dalıyla etkileşim halindedir. Bu araştırmalar, geniş bir alanı kapsayarak derinlemesine incelemeler yapmaktadır (Güngör, 2016: 35). İlk kitle iletişim araştırmaları sosyolojinin yöntemlerinden yararlanarak toplumsal durumları analiz etmiş ve ilk çalışmalar genellikle gazete, radyo ve televizyon gibi araçlar üzerine yoğunlaşmıştır (Aziz, 2006: 12). Tarihsel bir perspektiften bakıldığında, kitle iletişim araştırmaları iki ana kuram ekseninde şekillenmiştir: Anaakım ve eleştirel kuramlar. Bu iki kuram, kitle iletişim araştırmalarının temelini oluşturur ve her biri, literatürün gelişimine

önemli katkılarda bulunmuştur. Anaakım ve eleştirel yaklaşımlar, sordukları sorular ve felsefi temelleri açısından birbirinden farklı kutupları temsil etmektedir.

1.3.2. İletişim Araştırmalarında Farklı Yaklaşımlar

İletişim araştırmalarında farklı kuramsal yaklaşımlar, iletişimin toplumsal yapılarla olan ilişkisini anlamada önemli bir rol oynamaktadır. Bu yaklaşımlar, iletişim süreçlerinin yalnızca bilgi aktarımından ibaret olmadığını, aynı zamanda toplumsal güç dinamiklerini, ideolojik yapıları ve sınıfsal ilişkileri şekillendiren karmaşık süreçler olduğunu vurgular. Her bir yaklaşım, iletişimi farklı açılardan ele alır ve bu farklı bakış açıları, medya ve iletişim araçlarının toplumsal işlevini anlamamıza yardımcı olur. Bu tezde, özellikle ekonomi politik yaklaşımının izlediği metodolojik çerçeve benimsenerek iletişim süreçlerinin sınıfsal yapı, güç ilişkileri ve ekonomik çıkarlarla nasıl iç içe geçtiği incelenecektir. Ancak, ekonomi politik yaklaşımını derinlemesine ele almadan önce, diğer önemli iletişim teorilerine ve yaklaşımlarına da kısaca değinmek, konunun daha kapsamlı bir şekilde anlaşılmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda, farklı yaklaşımların açıklanması, ekonomi politik perspektifinin güçlü yönlerini daha net bir şekilde ortaya koyacaktır.

1.3.2.1. Anaakım Yaklaşımlar

Ana akım yaklaşımlar, literatürde genellikle “tutucu”, “statükocu” ve “idealist” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlamaların temel çıkış noktası, ana akım yaklaşımların egemen ideolojiyi ve "uyumlu toplum idealini" yapılan çalışmalarla destekliyor olmalarından kaynaklanmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 56). Ana akım gelenek, mevcut statükonun ihtiyaçları doğrultusunda veri toplayarak rejimin gereksinimlerini karşılamayı amaçlar. Erken dönem Amerika etkisi araştırmaları ve Chicago Okulu, ana akım yaklaşımın gelişmesine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. 20. yüzyıl itibariyle yoğun faaliyet gösteren Chicago Okulu, pragmatizm felsefesini benimsemiş ve göç olgusu üzerine yoğunlaşmıştır (Özçetin,

2021: 57). Chicago Okulu'nun temel çalışma alanı iletişim olmasa da John Dewey, George H. Mead ve R. E. Park gibi düşünürlerin kitle iletişim alanına ilgi duymasıyla birlikte kitle iletişim çalışmaları başlamıştır. Bu düşünürlerin "kitle iletişiminin demokrasiye katkıda bulunabileceği" varsayımı, iletişim araştırmalarının hız kazanmasına neden olmuştur (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 94). Daha sonra, sosyal bilimlerin Amerika'da önem kazanmasıyla birlikte, Chicago Okulu'ndan Columbia Okulu'na doğru bir açılım yaşanmış ve sayısal yöntemler kamuoyu araştırmalarında çeşitlenmiştir (Dağtaş, 2000: 254). Genel olarak Chicago Okulu, sosyoloji alanında çalışan aydınlara ev sahipliği yapmış ve sanayi devrimi sonrası göç olgusunu analiz etmiştir (Durdağ, 2017: 271). Ana akım araştırmalar, kitle iletişim araçlarını verimli kullanarak bireylerin tutum ve davranışlarında değişim yaratmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, ana akım yaklaşımlar ekseninde gelişen ilk çalışmalar, etki üzerine yoğunlaşmıştır. Makro ve mikro düzeyde veri toplamak ve bu verilerin kodlarını çözmek, ana akım yaklaşımın temel yöntemlerindendir. Çünkü toplanan her veri, bir sonraki veri toplama ve sayısallaştırma sürecine ışık tutar (Yaylagül, 2014: 36-37). Ana akım yaklaşımlar, iletişimi, gönderici ve alıcı arasında iletilerin kodlandığı ve çözümlendiği bir süreç olarak ele alır. Bu nedenle bireyler arasındaki tutum ve davranış değişikliklerinin etki analizleri, yapılan çalışmaların odak noktasıdır. Ana akım yaklaşımlar, kitle iletişim çalışmalarında, 1. Dünya Savaşı sonrasında radyonun etkisiyle etki araştırmalarının önem kazandığı dönemde belirginleşmiştir (Durdağ, 2017: 272). Etki araştırmalarının temel çıkış noktası, demokratik düzeyde toplumsal değişimlerin nasıl gerçekleşebileceği ve mevcut toplumsal düzenin nasıl iyileştirilebileceği sorularına dayanır. Bu bağlamda etki araştırmalarının ve ana akım yaklaşımların egemen değerlere hizmet ettiği söylenebilir, çünkü mevcut düzeni koruma yönünde çalışmalar yapmaktadırlar (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 90). Sonuç olarak, ana akım yaklaşımlar liberal felsefeden beslenerek birey ve bireysellik vurgusunu kitle iletişim araçları üzerinden ön plana çıkarmaktadır. Buradaki temel amaç ise, kitle iletişim araçlarıyla rıza üretimini sağlamak ve

tüketim davranışını toplumun her kesimine yaymaktır (Yaylagül, 2014: 46). Ana akım ilk dönem etki araştırmaları, bireyi izleyici konumuna yerleştirerek, sürekli enformasyona maruz bırakmış ve bu enformasyonun bireyi ne ölçüde ve nasıl etkilediğini belirlemeye çalışmıştır. İlk dönemdeki etki araştırmalarının, siyasal propaganda ve halkla ilişkiler faaliyetleri üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bireylerin oy verme davranışları ve tüketim tercihlerinin analizi etki araştırmaları ile yapılmış, sonraki reklam ve halkla ilişkiler faaliyetleri bu veriler baz alınarak planlanmıştır. Kamuoyu oluşturma, kitleleri ikna etme ve tüketimi yaygınlaştırma gibi kavramlar etrafında yapılan çalışmalar, kitle iletişim araçlarının gücünü ölçmeyi amaçlamıştır (Özçetin, 2021: 98). 1920'li yıllardan itibaren hükümetler ve şirketler, bireylerin taleplerini ölçmek ve anlamak istemiş ve iletişim araştırmalarının eksenini bu yönde şekillendirmiştir. Edward Bernays'ın halkla ilişkiler çalışmaları, bu talepleri anlamak adına yürütülmüştür. Bu dönemde halkla ilişkiler ve iletişim araştırmaları, ekonomik sömürüyü meşrulaştırma aracı olarak görev almıştır (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 59). Ana akım yaklaşımlar ve kitle iletişim araştırmalarında 1920'li yıllar, 'hipodermik iğne' modelinin ön plana çıktığı yıllardır. Lasswell tarafından geliştirilen bu model, kitlelere yöneltilen mesajların etkilerine odaklanmıştır. Hipodermik iğne modeli, bireyleri pasif izleyici kitlesi olarak görmüş ve kitle iletişim araçlarından gelen mesajları, hiçbir eleştiri yapmadan kabul ettiklerini varsaymıştır. Bu model, bireyi pasif görmesi nedeniyle sonradan eleştirilmiştir. 1940'lı yıllara gelindiğinde ise, Paul Lazarsfeld'in "iki aşamalı akış modeli", etki araştırmalarına yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu model, bireyleri pasif izleyici olarak ele alırken, kitle iletişim araçları ile bireyler arasındaki iletişim sürecine "kanat önderlerini" dahil etmiştir. Yani, mesajların kitle iletişim araçlarından, fikir liderleri tarafından topluluklara iletildiği teorize edilmiştir. 1960'lı yıllarda ise Marshall McLuhan'ın "teknolojik determinizm" görüşü ön plana çıkmıştır. Teknolojik determinizm, her toplumsal değişimi ve gelişimi teknolojiye bağlayan bir görüş olup, McLuhan bu gelişmeleri olumlu bir şekilde yorumlamıştır (Güngör, 2016: 176). 1980'li yıllarda ise Katz'in "kullanımlar

ve doyumlar yaklaşımı" kitle iletişim çalışmalarının medya odaklı yapısını değiştirmiştir. İletişim çalışmaları, bireylerin medyadan nasıl bir doyum ve haz aldığı ile ilgilenmeye başlamıştır. Günümüzde ise etki analizlerinin, bireylerin medyayı kullanım biçimlerini açıklamakta yetersiz olduğu, akademik çevrelerde kabul edilmektedir. Genel olarak egemen yaklaşımlar, medya etkisini ölçmeyi ve medyanın, bireylerin tutum, davranış, tüketim tercihleri ve oy verme gibi alanlardaki etkilerini incelemeyi hedeflemiştir. Ana akım araştırmalar, birey ve toplumların davranışlarını medya aracılığıyla yönlendirmeyi amaçlamış ve buna yönelik stratejiler geliştirmiştir (Adaklı, 2006: 19). Kapitalist sistemin bireyler üzerindeki etkileri, meta üretimi ve yabancılaşma gibi olgular, ana akım yaklaşımlar tarafından birey ve kurum odaklı analizlerde gizlenmiştir. Ana akım yaklaşımlar, bireylerin geliştirdiği ilişkileri ve gündelik pratikleri sistemden bağımsız ele alarak bu öğeleri parçalara ayırıp analiz etmektedir.

1.3.2.2. Frankfurt Okulu'ndan Gramsci'ye: İletişim Araştırmalarında Eleştirel Yaklaşımlar

Eleştirel yaklaşımlar, literatürde "değişimci", "eleştirel" ve "materyalist" olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımların kaynağı, eleştirel kuramın tarihsel materyalist anlayıştan beslenerek, mevcut dünya düzenini değiştirme amacını gütmesidir. Statükoya karşı meydan okuyan eleştirel yaklaşım, dünyayı diyalektik bir felsefeyle yorumlamaktadır. Eleştirel kuramın merkezine toplumsal bir varlık olarak insanı koyması, Marx ve Engels'in dünya görüşünden beslenmesinin bir sonucudur. Eleştirel yaklaşımlar, mevcut üretim biçimlerinin ardındaki güç ilişkilerini açığa çıkararak, toplumsal ilişkilerin tarihsel analizini yapmayı amaçlamaktadır. Kitle iletişim araştırmalarında eleştirel kuram, medya kurumlarının ve kitle iletişim araçlarının örgütlenme tarzlarını sorgular ve medyanın ideolojik yeniden üretime katkılarını ortaya koyar. İletişim olgusu, kültürel, sosyolojik, ideolojik ve ekonomik bir dizi okumadan geçerek derinlemesine irdelenmektedir. Medya kurumlarının pazar yapısı, tekelleşmesi ve izleyiciyi nasıl konumlandırdığı gibi konular, eleştirel iletişim çalışmalarının ilgi alanları arasında yer

almaktadır (Erdoğan, 2007: 7). Eleştirel yaklaşımın kitle iletişimi araştırmalarında gelişmesinde Frankfurt Okulu ve temsilcilerinin önemli bir rolü olmuştur. Frankfurt Okulu'nun ismi, 1923 yılında kurulan Frankfurt Toplumsal Araştırmalar Enstitüsü'nden gelmektedir. Okulun önde gelen düşünürleri arasında Adorno, Marcuse, Fromm ve Horkheimer bulunmaktadır (Demir, 2009: 63). Frankfurt Okulu, tarihsel olarak değişen ve gelişen fikirler doğrultusunda dört ayrı dönemde incelenebilir. Okulun birinci dönemi, Marksist dünya görüşünün bilimsel çalışmalarda egemen olduğu 1923-1933 yılları arasını kapsamaktadır. İkinci dönemde, II. Dünya Savaşının ve Nazi ideolojisinin etkilerinin arttığı, psikoanaliz çalışmalarının yoğunlaştığı bir süreç yaşanmıştır. 1950'li yıllardan sonra Frankfurt Okulu fikirsel açıdan önemli bir dönüşüm geçirmiş ve dördüncü dönemde Marksist felsefeden tamamen kopmuştur (Erdoğan, 2010: 272). Frankfurt Okulu, kapitalizmin ve pozitivizmin eleştirisini yaparak, eleştirel kuramın gelişmesine katkı sağlamıştır. Hem kültürel hem de ekonomik çözümlemelerle bilimsel çalışmalara katkıda bulunmuş, sorgulayıcı düşüncenin gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır (Odabaş, 2018: 214). Frankfurt Okulu'nun önemli düşünürlerinden Adorno ve Horkheimer, kapitalizmin ve modernitenin eleştirisini *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı eserlerinde yapmışlardır. Kültürel buhranlara çözüm arayan bu düşünürler, pozitivizmi aşarak sanayi toplumunun öznelerini incelemişlerdir. Adorno ve Horkheimer, kültür endüstrisi kavramı ile sanayi toplumunun kültürel dinamiklerini sistematik bir şekilde ele almışlardır. Kültür endüstrileri, kapitalizmle uyumlu bir şekilde kitle kültürünü açıklamak için kullanılan bir terimdir. Bu anlayışa göre, kültür endüstrileri tarafından üretilen içerikler, sığ ve düşünsel derinlikten yoksun eğlencelere dönüşmüş ve bireysel düşüncenin yerini kitlesel tüketim anlayışı almıştır. Walter Benjamin ise, *Mekanik Yeniden Üretim Çağında Sanat* adlı makalesinde, sanat eserlerinin seri üretim teknikleriyle kopyalanmaması gerektiğini savunmuş, kapitalist üretim biçimleri ile sanat arasındaki ilişkiye eleştirel bir bakış açısı getirmiştir (Arslan, 2018: 410). Adorno, Horkheimer ve Benjamin, kapitalist üretim biçiminin kültürel,

sanatsal ve ideolojik üretimine karşı şüpheyle yaklaşmışlardır. Kapitalizme karşı eleştirel yaklaşım, bir başka Frankfurt Okulu düşünürü olan Herbert Marcuse'de de kendini göstermektedir. Marcuse, kapitalizmin zora dayalı olarak faşizmi bir kurtarıcı olarak kullandığını ve faşizmin toplum nezdinde yayıldığında devrimci potansiyeli zayıflattığını öne sürmüştür. Ayrıca, kapitalizmin tüketim toplumu yaratarak bireyleri tek boyutlu insanlara dönüştürdüğünü belirtmiş ve iletişim araçlarını bu ideolojiye hizmet eden aygıtlar olarak ele almıştır (Soysal, 2008: 48-49). Frankfurt Okulu'nun son dönem temsilcisi olan Jürgen Habermas, *Kamusal Alan* ve *İletişimsel Eylem Kuramı* gibi çalışmaları ile kapitalizmin ve modernizmin tahlilini yapmıştır. Habermas, kamusal alanın kapitalist rejimle birlikte değişime uğradığını ve bu alanın kapitalistin tahakkümü altında şekillendiğini savunmuştur. Kamusal alanın ortaya çıkışı, basının gelişmesiyle mümkün olmuştur, çünkü kitleler gazetelere daha rahat ulaşarak fikirlerini çeşitli alanlarda, örneğin kafelerde veya kıraathanelerde, diğer bireylerle tartışarak geliştirmiştir. Habermas'a göre, bu süreç, burjuva iktidarının burjuva kamusunun siyasi tartışmalarıyla örgütlenmesinin temellerini atmıştır (Savut, 2016: 22). *İletişimsel Eylem Kuramı* ise, iletişim sürecinin müzakereci yönüne vurgu yaparak, bireyler arasında fikir alışverişinin çatışarak müzakereye ve ortak bir kanaate varacağını öngörmektedir (Akkol, 2019: 176). Frankfurt Okulu ve düşünürleri, modernizm, pozitivizm, kapitalizm, kültür ve ideoloji gibi kavramları sorgulayarak, eleştirel yaklaşımların gelişimine ve sosyal bilimlere önemli katkılarda bulunmuşlardır. Bu düşünürler, sorgulayıcı aklın gelişmesini teşvik etmiş ve toplumların ideolojik yapıları üzerinde derinlemesine analizler yapmışlardır. Marksist felsefeyi benimseyerek eleştirel düşüncenin filizlenmesine katkı sunan bir diğer önemli düşünür ise Antonio Gramsci'dir. Gramsci, rıza üretimi, organik aydın ve hegemonya kavramları üzerinden toplumsal ilişkileri çözümlemeye çalışmıştır. Marksist felsefenin, siyaset ve kültür arasındaki tartışmalarını genişleterek değerlendirmelerde bulunmuş ve hegemonya kavramını toplumsal sınıflar arasındaki tahakküm ilişkilerini detaylı bir şekilde

açıklamak için kullanmıştır. Hegemonya, egemen sınıfın, zora dayanmayan, rıza ve ikna yoluyla yönetilen sınıf üzerinde kurduğu ilişkiler bütünüdür. Egemen sınıf, bu rıza ilişkileriyle yönetilen sınıf üzerindeki gücünü meşrulaştırmaktadır (Fontana, 2013: 274). Gramsci'nin ideolojik ve kültürel mücadeleye dair fikirleri, egemen ideolojinin toplumsal yapıları nasıl şekillendirdiği konusunda önemli bir referans noktasıdır. Bir diğer önemli eleştirel düşünür, Louis Althusser'dir. Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* adlı çalışmasında, ideolojiyi yanlış bilinç üzerinden açıklayan Marksizmin ekonomik belirlemeci yaklaşımına eleştiriler getirmiştir. Althusser, ideolojinin sadece bireylerin zihinsel işleyişinin bir ürünü değil, aynı zamanda devletin ideolojik aygıtları tarafından biçimlendirildiğini savunmuştur. Althusser'e göre, Devletin Baskı Aygıtları (DBA) ve Devletin İdeolojik Aygıtları (DİA) arasında bir ayrım yapılabilir. DBA'lar kamu alanında görülen, zora dayalı işleyişleri ifade ederken; DİA'lar, kültür, medya, okul ve kilise gibi toplumsal alanlarda işleyen ideolojik süreçleri tanımlar. Sonuç olarak, DİA'lar ideolojik yeniden üretimi sağlarken, DBA'lar toplumsal işleyişi düzenlemeye yönelik baskı işlevi görmektedir (Althusser, 2000: 35-45).

İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu ise, kültür kavramını merkezine alarak, İngiltere ve modern kapitalist toplumları analiz etmiştir. Gramsci, Volosinov ve Althusser gibi düşünürlerin fikirlerinden beslenen bu okul, kültürün kitleler tarafından nasıl şekillendirildiğini ve kültürel pratiklerin nasıl ideolojik işlevler gördüğünü incelemiştir. Hoggart, Raymond Williams ve E.P. Thompson gibi isimler, bu okulun önde gelen düşünürleri arasında yer alır. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu, halk kültürünü, kitle kültürüne karşı bir alternatif olarak savunmuş ve işçi sınıfının kültürünü geliştirmeyi amaçlamıştır (Güngör, 2016: 316-320). Kapitalist toplumların ideolojik işleyişi ve kültürel pratiklerin inşası üzerine yaptığı tartışmalar, kültürel çalışmalar alanında önemli bir katkı sağlamıştır.

1.3.2.3. Ekonomi Politik Yaklaşım ve Medya

Eleştirel ekonomi politik, kapitalist üretim ve değişim ilişkilerinin işleyiş yasalarını analiz eden bir sosyal bilim dalıdır. Bu bağlamda ekonomi politik bilimi, kapitalist sistemin anlam üretimi ve tüketimini nasıl gerçekleştirdiğinin cevabını bulmak için, geniş yapılar içindeki toplumsal ilişkileri incelemektedir (Golding ve Murdock, 2002: 66-74). İletişim çalışmalarında ise ekonomi politik, medya endüstrileri tarafından üretilen içeriğin kültürel ve ideolojik boyutlarını ortaya koyarak, medya içeriğinin "röntgenini" çekmektedir. Medya içeriğinin üretim koşullarından tüketim koşullarına kadar detaylı bir şekilde incelenmesi, ekonomi politik bilim ile yapılmaktadır. Kitle iletişim çalışmalarında; medya endüstrilerinin holdingleşmesi, çalışma koşulları, medya metninin ideolojik yeniden üretime katkıları, medya içeriğinin ve izleyicisinin metalaşması gibi birçok konuda kapsamlı analiz ve araştırma için ekonomi politik yaklaşımına başvurulmaktadır.

Eleştirel ekonomi politik yaklaşım, kitle iletişim araçlarının tarihsel gelişim aşamalarını, ulusal ve uluslararası çapta ekonomik ve siyasal aktörlerini ortaya koyarak, medyanın nasıl örgütlendiğini, nasıl çalıştığını ve bu çalışmalardan ne gibi sonuçlar elde edildiğini açıklamaya çalışmaktadır (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 212). Bu bağlamda, kitle iletişim araştırmalarında ekonomi politik, medya patronlarının mülkiyet ilişkilerinden başlayarak, medyanın ürettiği içeriğin ideolojik temeline varıncaya kadar geniş bir alanda eleştirel bir analiz yaparak veri toplamaktadır. Örneğin, haberin üretimindeki patron-çalışan ilişkileriyle başlayan süreç, haberin tüketimindeki aktörlere kadar geniş bir yelpazeyi kapsamaktadır. Bu geniş yelpazede yapılan kitle iletişim araştırmalarında ekonomi politik analiz, maddi ve simgesel kaynakların iletişim etkinliği içinde eşitsiz dağılımını ortaya çıkarmaktadır (Golding ve Murdock, 2002: 67). Yani ekonomi politik çalışmalar, genel anlamda kaynakların dağılımıyla ilgilenmekte ve kapitalizmin işleyiş yasalarını inceleyerek iletişim süreçlerindeki dağılımı ölçmektedir (Wasko, 2006: 188).

Meta üretimi, sermaye birikimi, artı değer ve emek-sermaye çelişkisi gibi kavramlar, kapitalist üretim biçimini analiz ederken literatürde sıklıkla kullanılan kavramlardır. Medyanın ekonomi politik analizi yapılırken de bu kavramlardan yararlanılmaktadır. Fuchs, Marx'ın iletişim teknolojileri değerlendirmelerinden yola çıkarak, iletişim araçlarını iyi ya da kötü olarak yorumlamaktan ziyade, iletişim mecraları içindeki emek ve sermaye çelişkilerine odaklanılması gerektiğini öne sürmüştür. Ayrıca, giderek gelişen iletişim teknolojilerinin, emek ve sermaye arasındaki uçurumu derinleştirerek emek sömürüsünü yoğunlaştırdığına dikkat çekmiştir. Medya endüstrilerinin sahip olduğu ekonomik ve ideolojik gücün, tekelleşme ve yoğunlaşma eğilimlerini artırdığını analiz etmiştir. Yani büyük medya şirketleri, küçük medya şirketlerini yutarak pazarın en büyüğü ve tek hakimi olmaktadır. Pazarın tekelleşmesi ise, medya içeriklerinin nicel olarak fazla ancak nitelik olarak yoksun ve yavan olmasına yol açmaktadır. Sonuç olarak tekelleşen ekonomik ve ideolojik güç, tahakküm ilişkilerini meşrulaştırarak kapitalist sisteme ve burjuva sınıfına hizmet etmektedir (Fuchs, 2014: 278-281).

Golding ve Murdock ekonomi politiği, bütüncül, tarihsel, özel teşebbüs ve devlet müdahalesi arasındaki farklar ve verimlilik gibi başlıklarla ele almaktadır. "Bütüncül" kavramı, Marksist öğretideki toplum ve toplumsal ilişkilerin birbiriyle sıkı sıkıya bağlı olduğuna atıfta bulunmaktadır. Siyaset, kültür ve ekonomi gibi kavramlar Marksizmde bütüncül bir biçimde ele alınmaktadır. "Tarihsel" başlık ise nesneleri donuk ve hareket etmeyen şeyler olarak tanımlamaktan ziyade, diyalektik bir bütünlük esas alınarak medya ilişkileri, kendi dönemi içinde incelenmekte ve değişim ilişkilerine anlam verilmektedir. Diğer bir başlık olan, "özel teşebbüs ve devlet arasındaki farklar", iletişim çalışmalarında ekonomi politik analizin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Çünkü devlet, kitle iletişim çalışmalarında kimi zaman doğrudan aktör, kimi zaman ise denetleyici olarak önemli bir rol üstlenmektedir. Dolayısıyla medya faaliyetleri, her ülkede ve bölgede farklılık göstermektedir. Son olarak "verimlilik"

kavramı, klasik ekonomi politiğin aksine, eleştirel bir kavram olarak ele alınmaktadır. Yani, eleştirel ekonomi politik, medya endüstrilerinde üretilen içeriğin kârının ne kadar verimli olduğunun cevabını aramak yerine, bu içerik üretilirken harcanan emeğin ne kadar sömürüldüğü, hak, hukuk, eşitlik gibi meselelere nasıl yaklaşıldığını sorgulamaktadır (Golding ve Murdock, 2002: 65-74). Sonuç olarak eleştirel ekonomi politik yaklaşım, bu özellikleriyle klasik yaklaşımdan ayrılmakta ve taşıdığı praksis felsefesiyle bu analizi bir adım öteye taşıyarak değiştirmeye çalışmaktadır.

İletişimin ekonomi politik tahlilinde, tarihsel süreç içerisinde değişen ve dönüşen medya dinamikleri göz önünde bulundurulmaktadır. Çünkü günümüzde kapitalizm, finans kapitalizmi, hiper kapitalizm, otoriter kapitalizm, neoliberal kapitalizm, dijital kapitalizm gibi çok boyutlu bir hale gelerek toplumu kuşatmış ve dijital dönüşüme yol açmıştır. Özellikle dijital kapitalizm veya iletişimsel kapitalizm kavramlarıyla dijital alanlardaki emek-sömürü ilişkilerine anlam verilmeye çalışılmaktadır (Fuchs, 2021). Medya, kültür, iletişim ve internet gibi aktörler derinlemesine analiz edilerek, modern kapitalizmin ideolojik boyutlarına ışık tutulmaktadır. Bu nedenle iletişim çalışmalarında ekonomi politik, hem ideolojik hem de ekonomik alanı tahlil ederek kapitalizmin tüm boyutlarını ele almaktadır. Ekonomi politik yaklaşım, enformasyon teknolojilerine şüpheyle yaklaşarak, yeni sermaye birikimlerinin hangi biçimlerde yaratıldığını ortaya koymakta ve bu teknolojilerin üretici güç olarak nasıl bir rol oynadığını açığa çıkarmaktadır (Fuchs, 2021).

Ekonomi politik analizin, kitle iletişim araştırmalarına uygulanması yönündeki ilk çağrı, 1950-1960 yıllarına dayanır ve bu dönemde Dallas W. Smythe tarafından yapılmıştır. İletişimin ekonomi politiği üzerine yapılan çalışmalar ise, 1960'lı yılların sonundan 1970'li yıllarına kadar olan dönemde ağırlık kazanmıştır (Miege, 2004: 1). Amerika'da iletişimin ekonomi politik geleneğinin gelişmesinde Herbert Schiller, Dallas Smythe, Noam Chomsky ve Edward Herman gibi düşünürler rol oynamıştır. Peter Golding, Graham Murdock, Nicholas

Garnham ve Armand Mattelart gibi düşünürler ise, iletişimin ekonomi politik geleneğinin Avrupa'daki gelişimine katkı sağlamışlardır. İzleyici emtiası, bilinç endüstrisi, medya menajerleri, kültür emperyalizmi ve propaganda modeli gibi birçok kavram ve model, bu yaklaşımı benimseyen düşünürler tarafından literatüre kazandırılmıştır.

Dallas Smythe, iletişim araştırmalarında ekonomi politik yaklaşımın gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Smythe, iletişim ve ekonomi kavramlarını harmanlayarak, Marksist ve eleştirel düşüncenin iletişim çalışmalarında gelişmesine katkı sağlamıştır. Günümüzde de sosyal medya ve emek çalışmalarında sıklıkla Smythe'in izleyici emtiası kavramına atıfta bulunulmaktadır. İzleyici emtiası kavramı, şirketlerin televizyon izleyicisinin dikkatini satın alarak tüketici yarattığı süreçleri açıklamak için geliştirilmiştir. Kitle iletişim araçlarının hem ideolojik hem de ekonomik boyutlarıyla ilgilenen Smythe, bu araçları kapitalist sistemin yeniden üretiminin taşıyıcıları olarak görmüştür (Günay, 2022: 205-208). Smythe, düşüncelerini bilinç endüstrisi kavramı üzerinden de sistemli bir hale getirmiştir. Bilinç endüstrisi, düşünsel süreçlerin, kapitalist piyasa ekonomisinin ihtiyaçlarına göre şekillendirilmesini ifade etmektedir (Şener, 2020: 31). Smythe'in önerdiği yöntem, kitle iletişim araçlarının içerik üretimini ve bu içeriklerin, medya tüketicisi ve kapitalizm arasındaki ilişkiyi sorgulamaktadır. Bu şekilde medya, yalnızca ideolojik boyutlarıyla değil, ekonomik üretim ilişkileriyle de ele alınmaktadır.

Ekonomi alanında çalışmalar yürüten Herbert Schilller; ekonomi ile kitle iletişim araçları arasındaki ilişkiyi fark etmesiyle birlikte iletişim alanında da çalışmalar yürütmeye başlamıştır. Schiller iletişimin ekonomi politik yaklaşımına; medya menajerleri ve kültür emperyalizmi kavramlarını tanımlayarak katkıda bulunmuştur (Günay, 2022: 208). 1969 yılında yazdığı *Kitle İletişimi ve Amerikan İmparatorluğu* isimli yapıtında düşünür Amerikan ekonomisinin uluslararası boyutta kazandığı gücü "kültürel emperyalizm" kavramı üzerinden açıklamaktadır. Kültürel emperyalizm kavramı, tekelleşerek ekonomik ve ideolojik gücü

bünyesinde toplayan merkez ülkelerden, çevre ülkelere olan enformasyon akışının emperyalist boyutlarını ifade etmektedir. Dolayısıyla Schiller, medya endüstrilerini ulusal ve uluslararası ölçekte yorumlayarak Amerikan emperyalizminin enformasyon akışı üzerindeki baskınlığına odaklanmıştır (Özçetin; 2021: 217). Zihin yönetenler (1973) kitabında ise düşünür, medya menajerleri kavramına değinerek medya süreçleri tahlil etmiştir. Medya menajerleri kitleleri istenilen yönde manipüle ve ikna ederek Amerikan emperyalizmine hem ülke sınırları içerisinde hem de uluslararası boyutta katkı sağlayan kişiler olarak tanımlamaktadır. Her iki kavramda da düşünür kapitalizmin emperyalist yönünün medya endüstrileri içindeki boyutlarını ve etkilerini analiz etmektedir.

Noam Chomsky ve Edward Herman ise, medyanın küresel boyutları, medya endüstrisi ve devlet ilişkileri, medyanın kontrolü başlıkları üzerine çalışmalar yürütmüşlerdir (Erdoğan, 2010: 216). Amerikan haber medyasının ekonomi politik analizini, birlikte geliştirdikleri propaganda modeli üzerinden incelemişlerdir. Propaganda modeline göre kapitalist devletler medya aracılığı ile kitlelerin zihinlerini egemen değerler ile doldurarak kitlelerin zihnini yönlendirmektedirler. Bu yüzden de bu modelde medyanın tarafsız olmadığının altı çizilerek, medyanın kendisini fonlayanların çıkarları doğrultusunda hareket ettiği öne sürülmektedir. Propaganda modelinin haberi eleme süzgeçleri ya da önemli unsurları 5 başlık altında kategorize edilmektedir. Bu başlıklar sırasıyla, kitle medyasının büyüklüğü ve mülkiyet yapısı, temel gelir kaynağı olarak reklamlar, haberlerin kaynak yapısı, tepki üretimi, denetim mekanizması olarak anti komünizm yerine piyasaya düzenleyici olarak neoliberalizmin öne çıkarılması şeklindedir. Propaganda modeli bu başlıklardan yola çıkarak medya organlarını ve haberleri derinlemesine analiz etmeyi hedeflemiştir. Chomsky ve Herman medya organlarının mülkiyet yapıları ve haberin içeriği arasındaki ilişkiyi ortaya çıkararak kitle iletişim araştırmalarına katkıda bulunmuşlardır.

Peter Golding ve Graham Murdock ikilisi ise, bütüncül ve eleştirel bir bakış açısı ile araştırma yürütmüşlerdir. İkili, 1970'li yıllarda eleştirel ekonomi politik yaklaşımı iletişim alanında uygulamışlardır. Kapitalist rejimin medya ve iletişim alanları üzerindeki üretim, dağıtım ve bölüşüm ilişkilerini tahlil ederek, rejimin kültürel ve ideolojik boyutlarını ortaya koymuşlardır. Medya ve iletişim araçlarını emtia formunu üreten ve bu formları satan endüstriler olarak adlandırmışlardır ve önceliği bu endüstrilerin analizine vermişlerdir. Golding ve Murdock eleştirel ekonomi politiği benimseyerek, medya ortamlarındaki maddi ve simgesel kaynakların nasıl ve ne şekilde dağıtıldığını mikro bağlamdan makro bağlama kadar araştırarak ortaya koymaya çalışmışlardır. Kamusal iletişimin ekonomik ve sembolik unsurları arasında bir köprü oluşturarak, medyanın hem iktisadi hem de kültürel boyutlarına ışık tutmuşlardır. Sonuç olarak Golding ve Murdock sosyal bilimlerde egemen olan eleştirel anlayış ve ampirik yaklaşımı harmanlayarak, iletişim çalışmalarını başka bir boyuta taşımıştır (Yaylagül, 2014: 179-180).

Kapitalist sistemdeki, kültür endüstrilerinin üretim ve tüketim boyutlarını inceleyen Nicholas Garnham, bu endüstrilerin toplumsal değişim ve bütünleşme ilişkileri üzerindeki etkilerine odaklanmıştır. Garnham medyanın ilişki ağlarını anlamak için kapitalist üretim ve değişim ilişkilerinin incelenmesi gerektiğini öne sürmüştür. Medya endüstrilerini emtia üretimine doğrudan katkı sağlayan veya reklamcılık faaliyetleri ile de diğer endüstrilere dolayı yoldan katkı sağlayan kuruluşlar olarak görmüştür (Garnham, 2006: 177-178). Bu bağlamda medya endüstrileri doğruda ya da dolaylı olarak artı-değer üreten birimler olarak görmeli ve sistem içerisinde analiz edilmelidir. Diğer bir açıdan Garnham, materyalist bir yaklaşımı benimseyerek, ekonomi ve ideoloji arasındaki doğal ilişkiyi kabul etmektedir. Ve düşünür kapitalist emtia üretimin, kültürel ve ideolojik yeniden üretime olan katkılarını analiz etmekte, bunu yaparken de tarihsel koşulların göz önünde bulundurulması gerektiğini vurgulamaktadır.

Armand Mattelart, toplum, tarih ve iletişim ilişkilerini bir bütün olarak ele almış ve kitle iletişimin uluslararası boyutlarını tarihsel momentleri ile tahlil etmiştir. Uluslararasılaşma meselesini keşif yolculuklarından günümüzdeki neoliberal politikalara kadar getirerek kitle iletişimi anlamlandırmaya çalışmıştır (Saraç, 2022: 129). Merkez ülkeler ve üçüncü dünya ülkeleri arasındaki ilişkileri emperyalizm, kültür emperyalizmi ve azgelişmişlik bağlamında ele alarak bağımlılık ilişkilerini ortaya koymaya çalışmıştır. Çokuluslu şirketlerin gücünü analiz ederek, medya ve kültürel içeriğin etkileri üzerinde durmuştur ve kapitalizmin emperyalist gücü ile mücadele için hem ekonomik hem de ideolojik bir mücadele zemini öne sürmüştür.

Kitle iletişim araştırmalarında, Marksist öğretiden beslenen eleştirel ekonomi politik, sınıflı toplumlarda kendini var eden eşitsiz yapılardaki iletişim ilişkilerini gün yüzüne çıkarmaktadır. Medya ve medya organlarının temel görevi semboller üretmek ve bu sembolleri kitlelerle buluşturmaktır. Fakat kapitalist üretim tarzı içerisinde medya, kullanım değeri üretmenin yanı sıra değişim değeri üreterek medya içeriklerinden kâr sağlamaktadır. Medya ve medya teknolojilerinin somut ürünleri ele alındığında iletişim ve bilgi akışının kullanım değeri yönüne rastlanıyorken; medyanın finansal ve parasal yönü ele alındığında iletişim ve bilgi akışının değişim değeri yönüne rastlanmaktadır. Medya tüketicisi medya içeriklerinin kullanım değeri boyutu ile ilişki halindeyken medya patronu medya içeriğinin değişim değeri boyutu ile ilgilenmektedir (Fuchs ve Mosco, 2019: 33).

Günümüzde, küreselleşen kapitalizm ve neoliberal politikalar ekseninde şekillenen ekonomik ilişkilere anlam verebilmek adına ekonomi politik kapsamlı bir şekilde tarif edilmelidir. Çünkü teknoloji alanındaki gelişmeler, dijital mecralarda yeni sömürü biçimlerini ortaya çıkarmıştır (Uzunoğlu, 2015: 185). Bu bağlamda kitle iletişim araştırmalarında da "yeni" olanın ne olduğu üzerine bir dizi tartışma filizlenmiştir. Özellikle "yeni" medya kavramı üzerinde çeşitli tartışmalar yürütülmektedir. Bazı araştırmacılar, yeni medyanın demokratik katılımı artırarak toplumsal devrimlere öncülük edebileceğini görüşünü savunurken, bazıları ise

yeni medya ve teknolojik ilerlemelerin felaketlere yol açabileceği konusunda hemfikirdir. Aslında yeni medyayı iyi ya da kötü bir biçimde tariflemek yerine, oluşturduğu yeni düzeni okuyup tahlil etmek daha elzemdir. Çünkü kitle iletişim araçlarının gelişmesinin, dijital mecralarda neleri farklılaştırdığı, emek süreçlerinin nasıl işlediği, veri güvenliği ve mahremiyetin nasıl korunduğu gibi birçok sorun cevabına ekonomi politik analiz ile ulaşılabilmektedir (Ataberk, 2013: 175-176).

Andreas Wittel, sayısal teknolojilerin yani gelişen teknolojik aygıtların, kitle medyasının örgütleniş biçimini değiştirdiğini belirterek medya ortamlarının değiştiğini ileri sürmüştür. Geleneksel medyanın, denetimin merkezden yapıldığı, tek yönlü ve içerik üreticisinin az sayıda olduğu klasik yapısının kırılmaya uğrayarak, bir çok üreticinin aktör haline geldiği çok yönlü dağıtık medya yapılarına dönüştüğünü iddia etmiştir. Bu dönüşümü de sayısal teknolojilerin gelişmesi ile birlikte içeriğin daha hızlı ve kolay yayılıyor olmasına bağlamıştır (Wittel, 2019: 397). Bu bağlamda dijital teknolojiye sahip olan her bireyin potansiyel bir içerik üreticisi olduğunu ya da olabileceğini vurgulamıştır. Tüm bu sayısal teknolojilerdeki gelişmeler ve toplumsal değişimler, medya ve diğer endüstriler arasında bulunan farkları aza indirerek, ekonomi politik analizin araştırma alanını medya endüstrilerinin dışına taşımıştır. Yani artık günümüzde ekonomi politik analiz sadece medyanın anatomisini değil sayısal teknolojilerin anatomisini ortaya koymaktadır (Wittel, 2019: 394). Bu bağlamda 21.yüzyılda eleştirel bir ekonomi politik analiz hem dijital ortamları çözümlemek hem de toplumsal dönüşümleri anlamak için gerçekçi bir hat inşa etmektedir.

Medyanın yeni ortamı, geleneksel medya ortamları ile kıyaslandığında birbiriyle çelişen iki unsuru barındırmaktadır. Yeni teknolojilerin etkisiyle birlikte medya maliyetleri azalmış daha az maliyetli üretim gerçekleşmeye başlamış ve dağıtım kanalları oldukça genişlemiş olmasına rağmen medya mecraları çokuluslu şirketlerin tekeline geçerek giderek yoğunlaşmıştır. Örneğin internet olduğu sürece bazı sosyal medya platformlarına erişim

sağlamak, bu platformlarda içerik üretip paylaşmak basit ve ücretsiz hale gelmiştir. Youtube incelendiğinde, kullanıcıların çeşitli içerikler ürettiği ve bazı kullanıcıların bu içeriklerden gelir elde ettiği bir platform görülmektedir. Ancak her kullanıcı emeğinin değerini alamamaktadır çünkü YouTube kullanıcılara izlenme oranları, beğeni ve takipçi oranları vs. gibi parametreleri baz alarak ödeme yapmaktadır. Bu yüzden de YouTube'un sürekli daha fazla kullanıcıya ulaşmaya çalışarak ve kullanıcıların daha fazla içerik üretmesi teşvik ederek kullanıcıların emeğini metalaştırmaya çalıştığı görülmektedir (Wasko ve Erickson, 2020: 129). Bu gibi yoğunlaşan ve tekelleşen şirket ortamları medya ve dijital mecralarda sık rastlanan bir durum olduğu için, bu yeni düzenin analizi çeşitli disiplinlerce yürütülmektedir. Ekonomi politik analiz de yaşadığımız çağda, toplum ve yeni medya hakkında ortaya atılan efsanelere karşı meydan okuyarak, eleştirel bir okuma yapmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM
TÜRKİYE'DE MEDYANIN DÖNÜŞÜMÜ ve PATRONSUZ GAZETECİLİK

Ekonomi politiğe göre, yabancılaşma, kapitalist üretim tarzının varlığını meşrulaştıran ve devamlılığını sağlayan bir unsur olarak ortaya çıkar. Bu üretim tarzında, bütünü göremeyen bireyler, yalnızca parçalara odaklanarak meta üretimi yapmaktadır. Meta üretiminin artması, sermaye sınıfını dünya genelinde yeni pazarlar aramaya yöneltir. Kapitalizmin kâr amacı güden doğası ve serbest rekabetin birleşimi, dünya genelinde ekonomik yoğunlaşmayı tetikler. Gelişen teknoloji ve artan üretim kapasitesi, küresel düzeyde tekellerin oluşmasına yol açar ve sermaye, belli merkezlerde toplanır. Küreselleşme ve neoliberal politikalar, toplumların gündelik yaşamını adeta bir ağ gibi sararak, benzer üretim ve tüketim kalıplarını bireylere dayatmaktadır. Özellikle endüstriyel olarak üretilen kültür ve medya ürünleri, egemen ideolojilerin toplumlara dayatmaya çalıştığı fikirleri küresel ölçekte yaygınlaştırmaktadır. Başta Amerika olmak üzere, diğer merkez ülkeler, dünyanın iletişim akışını denetim altına alarak çevre ülkelerle kurulan bağımlılık ilişkilerini pekiştirmektedir. Türkiye de 1980'li yıllardan itibaren küresel dünya düzenine entegre olarak hem medya hem de diğer endüstrilerde neoliberal politikaları uygulamaya başlamıştır. Basından medya holdinglerine geçiş olarak tanımlanan bu dönemde, Türkiye'deki medya sahipliği yeniden şekillenmiştir. Medya sahipliğindeki dönüşümler, basındaki ticarileşme ve tekelleşme, patronsuz gazeteciliğe zemin hazırlamıştır.

2.1. Dünya Ekonomisindeki Değişim ve Tekelleşme Dinamikleri

Günümüzdeki iktisadi ilişkiler, 2. Dünya Savaşı sonrasında kurulan uluslararası ekonomik ilişkilerle bağlantılı olarak şekillenen çeşitli örgütler ve anlaşmalarla sürdürülmektedir. 2. Dünya Savaşı'ndan sonraki yıllarda, sermaye sınıfı, özel teşebbüslerde rekabet yerine birleşmeyi tercih ederek ekonomik bir güç birliği oluşturmuştur (Koç, 1975: 14).

Bu ekonomik güç birliğinin başlıca sebepleri arasında, sosyalist bloğa karşı bir ekonomik dayanışma oluşturma, dış ticaret kapasitesini artırma ve gelişmekte olan ülkelerin sanayileşmesine katkı sağlama gibi unsurlar öne çıkmaktadır (Uluç, 2008: 181-182). Sermaye sınıfı ve devletler arasında yapılan işbirliği anlaşmaları, kapitalist sistemin ilerlemesini sağlayarak, dünyayı adeta bir ağ gibi sarmıştır. Küreselleşen dünya düzeni, sermayesi güçlü merkez ülkelerin denetimi altına girerek tekelleşmiştir. Teknolojinin yardımıyla üretici güçlerini geliştiren bu merkez ülkeler, üretim süreçlerini ve piyasa hareketlerini kontrol ederek, sermayeyi kendi tekellerinde yoğunlaştırmıştır (Koç, 1975: 13).

Tekelleşme, eleştirel yaklaşımı benimseyen düşünürler tarafından literatürde geniş bir şekilde analiz edilen kavramların başında gelmektedir. Tekelleşme, gücün yönetimsel hâkimiyetiyle alakalı bir kavramdır ve siyaset, ekonomi, kültür gibi birçok alanda bu olguya rastlanmaktadır (Erdoğan, 2002: 1). Tekelleşme kavramı, bilimsel araştırmalarda genellikle serbest rekabet, oligopol, neoliberalizm ve yoğunlaşma gibi kavramlarla birlikte açıklanmaktadır (Karahisar, 2012: 81). Tekelleşmenin gözlemlendiği alanlarda haksız rekabet ve anti-demokratik süreçler hakimdir. Tekelleşme, rekabetin ortaya çıkardığı ve üretimin her alanında görülebilen, gücün tekelde toplanması durumudur. Görgülü'ye göre, tekelleşme 19. yüzyıldan itibaren sermayenin merkezileşmesine paralel olarak, üretimin tek elde toplanması olgusudur (Görgülü, 1991: 11). Lenin'e göre ise, tekelleşme, üretimin giderek yoğunlaşması ve fabrikalaşmanın hızlı gelişmesiyle ortaya çıkan kapitalizmin karakteristik özelliklerinden biridir. Kapitalizmin emperyalist evresinde, tekelleşme, üretimin kitlesel hale gelmesini sağlayarak, sermaye sahibinin kârını artırmaktadır (Lenin, 2014: 35-38). Sermaye sahibinin kâr oranı arttıkça, kendisinden küçük diğer kapitalistlerin iktisadi gücünü bünyesine katmaktadır. Sonuç olarak, çok sayıda küçük sermaye, birleşerek az sayıdaki büyük sermaye devlerine dönüşmektedir. Tam rekabetin ortaya çıkardığı serbest piyasa ekonomisi, büyük sermaye sahibinin küçük sermaye sahibini yutmasıyla sonuçlanarak, üretimden dağıtıma kadar tüm

alanlarda tekelleşmeye yol açmaktadır (Nikitin, 2016: 181). Günümüzde, neoliberal politikalar ekseninde şekillenen dünya düzeninde tekelleşme uluslararası bir boyuta ulaşmış ve birçok işletme, zincir şeklinde büyüyerek pazarın tekeli haline gelmiştir.

Tekelleşme meselesi eleştirel ekonomi politiğin yanı sıra klasik ekonomi politikte de olumsuz bir biçimde ele alınmaktadır. Çünkü klasik ekolde, serbest rekabet önemli bir unsur olarak görülmekte ve tekelleşme olgusunun bu unsuru sınırlandırdığı bilinmektedir. Kapitalist örgütlenme tarzının rekabete dayalı ruhunu, firmaların yaptığı anlaşmalar bozmakta ve tröstleri yaratmaktadır. Tröstlerin ortaya çıkmasıyla birlikte tüketiciler açısından piyasadaki alternatifler azalmakta ve üretim yapan firmalar yoğunlaşmaktadır. Kapitalist sistemin işleyiş yasalarına aykırı olduğu gerekçesiyle müdahale edilen tekeller, tüm yaptırımlara ve müdahalelere meydan okuyarak günümüzdeki neoliberal şekline ulaşmıştır. Çünkü tekelleşme meselesi iktisadi hayatın yapısal bir parçasıdır ve serbest rekabet arttıkça, farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Kapitalist örgütlenmenin bağrında doğan tekeller, kapitalizmin çelişkilerini derinleştirerek, dünya düzenini küreselleştirmektedir (Marx ve Engels, 2016: 56).

1960'larda tekellere nadirde olsa rastlanıyorken tekellerin tarihsel gelişimi 1870'li yılların başına dayanmaktadır. Uluslararası bunalım dönemi, tekellerin gelişmesini sağlayarak kapitalist örgütlenme tarzını biçimlendirilmiştir. 1870'li yıllardan günümüze kadar olan süreçte yoğunlaşma ve tekelleşme kapitalist iktisadi hayatın, bir parçası olarak varlığını sürdürmektedir (Baran, ve Sweezy, 1970: 273). Özellikle 19. yy.'ın sonlarında patlak veren 1900-1903 krizinde karteller ekonomiye şekil vererek, kapitalizmi emperyalizm evresine taşımıştır. Tekeller ve kapitalizm varlığını buhar makinalarının keşfine demiryollarının gelişimine ve savaşlar gibi dış faktörlerin etkilerine borçludur. Örneğin buhar makinalarının keşfi otomotiv sanayisini geliştirerek kapitalist ekonomiye katkı sağlıyor iken savaşlar tekellerin gelişmesini yavaşlatarak fazlanın tüketilmesine olanak tanıyan bir faktör olarak ortaya çıkmıştır (Baran, ve Sweezy, 1970: 265). Genel olarak özetlendiğinde tekeller 19.yüzyılda serbest rekabetin artmasıyla

birlikte gelişmeye başlar ve 1873-1903 krizleri ile bu gelişimine devam ederek günümüzdeki emperyalist aşamaya ulaşır.

Emperyalist evredeki kapitalizmin iktisadi hayattaki göstergeleri Lenin tarafından analiz edilerek çeşitli başlıklar altında toplamıştır. Lenin'e göre serbest rekabetin egemen olduğu dönemde yoğunlaşma o kadar artmıştır ki, yoğunlaşmanın etkileriyle tekelleşmenin egemen olduğu bir döneme geçiş yapılmıştır. Tekelleşmenin egemenliği ile birlikte; sanayi ve bankacılık sektörleri iç içe geçerek mali sermaye ve mali oligarşinin oluşmasına olanak tanımıştır (Nikitin, 2016: 191). Mali sermaye ve oligarşinin yoğunlaşarak büyümesinden dolayı kapitalizm sermaye ihracına başlamıştır. Merkez ülkelerden çevre ülkelere doğru yapılan sermaye ihracı çevre ülkenin kapitalist örgütlenme tarzını hızlandırarak bu ülkeleri kapitalizmin emperyalist çarkına dahil etmiştir. Sermaye ihracının oranı arttıkça çevre ülkeler, merkez ülkelerden yapılan sermaye ihracına daha fazla ihtiyaç duymuştur. Bunun neticesinde de merkez ülkelerin iş birlikleri, kartelleri ve tekelleri uluslararası bir boyuta ulaşarak, çevre ülkelerin kapitalist birlikler tarafından paylaşılması ile sonuçlanmıştır. Kapitalizmin emperyalist evresi çevre ülke topraklarının merkez ülkeler arasında el değiştirdiği ve sömürge politikalarının derinleştiği bir süreç olarak işlemektedir (Lenin, 2014: 81-96).

Tekelci kapitalizm her ülkede ve bölgede farklı gelişmiştir. Merkez ülkelerde sermayesini güçlendiren firmalar sermaye ihracını çevre ülkelere doğru yöneltilmiştir. Özellikle gelişmeye çalışan çevre ülkelerde, merkez ülkelerden gelen yabancı tekellerin etkileri, piyasadaki yoğunlaşmayı arttırmıştır. Örneğin Türkiye özelinde bakıldığında, tekellerin doğuşunda serbest rekabetten ziyade yabancı sermayenin rol oynadığı görülmektedir. Almanya, ABD vb. merkez ülkelerden ithal edilen ürünler zamanla yurt içinde üretilmeye başlayarak, dışarıya bağımlı tekelleri yaratmıştır (Çavdar, t.y: 4-5). Dış tekeller ile yapılan anlaşmalar, yerli tekelleri küçük sermayelerine rağmen, tekel konumunda olduklarından dolayı, büyük sermaye gruplarına çevirmiştir. Tekelci kapitalizmin gelişmesinde, yoğunlaşmanın yanı sıra sermayenin tek elde

toplanarak merkezileşmesinde önemli bir katkısı vardır. Farklı dallarda üretim yapan firmalar birleşerek ya da satın alma yoluyla sermayeyi merkezileştirmektedir. Kapitalist güç birlikleri, halka açılma, tahvil satma, devlet ve bankalardan ucuz kredi alma ve vergi indirimi gibi yöntemlere başvurarak sermayeyi yoğunlaştırmaktadır. Bunun neticesinde, tekeller üretimi kontrol altına alarak ve satışın piyasadaki tek hâkimi konumuna gelmektedir (Ritzer, 2010: 219).

Tekelleşme, yatay-dikey ve çapraz tekelleşme olarak alt başlıklara ayrılmakta ve analiz edilmektedir. Yatay tekelleşme aynı türde üretim yapan yapıların sahipliğinin tekelde toplandığı tekelleşme biçimidir. Örneğin medya sahipliği açısından bakıldığında medya patronunun birden fazla televizyon kanalına sahip olması durumu yatay tekelleşmeye işaret etmektedir (Söylemez, 1998: 13). Dikey tekelleşme ise aynı sektörde birden fazla türde üretim yapan yapıların, sahipliğinin tek bir kişinin mülkiyetinde olmasıdır. Örneğin; bir medya içeriğinin üretim aşamasından tüketim aşamasına kadar olan yolculuğundaki üretim ve diğer hizmetlerin yapıldığı yapıların sahipliğinin tek elde toplanması dikey tekelleşme olarak adlandırılmaktadır. Bu gibi dikey tekelleşmenin görüldüğü yapılarda medya patronunun hem gazetesi hem matbaası hem de dağıtım filosu vardır. Çapraz tekelleşme ise birçok farklı sektörde faaliyet yürüten yapıların sahipliğinin tek bir sermayedarın tekelinde bulunmasıdır. Örneğin bu tekelleşme türünde tek bir kişinin hem televizyon kanalı hem de inşaat firması özel mülkiyetinde olabilir. Tekelleşmenin bu alt başlıkları irdelendiğinde serbest rekabet ortamının sahiplik ve kontrol ilişkilerini güçlü olan sermayedar lehine çevirdiği görülmektedir. Çünkü günün sonunda güçlü olan sermaye ayakta kalarak, piyasanın en güçlüsü ve tekeli konumuna gelmektedir ancak konu medya endüstrileri olduğunda tekelleşmeden ziyade oligopol bir yapının pazarda hüküm sürdüğü bir gerçektir. Piyasada az sayıda faaliyet yürüten firmalar, anlaşmalı ya da anlaşmasız bir şekilde oligopol bir yapı oluşturur. Bu nedenle de medya

endüstrileri birbirine bağımlı ilişkiler geliştirerek birkaç oligopol yapıda firma ortaya çıkarır (Söylemez, 1998: 36).

Tekel biçimi, kapitalist üretim tarzının başka bir aşamaya geçtiğinin göstergesidir. Kapitalizmin genel ve meta üretimin bir karşılığı olan serbest rekabet kendi karşıtı olan tekel biçimine dönüşerek sermayeyi yoğunlaştırmaktadır. Tekeller üretimin yoğunlaşmasından sömürge politikalarından ve bankacılık sisteminde meydana gelerek kapitalizmin emperyalist aşamaya gelmesini sağlamıştır. Kapitalizmin emperyalist aşaması ise, tüm dünyayı sömüren ve sömürülen ülkeler olarak ikiye bölmüştür. Kapitalizmin özgürlük söylemi yerini mali egemenlik çağına bırakarak, tekelci sistemi yaratmıştır (Lenin, 2014). Sonuç olarak tekeller büyük ölçekli firmaları yaratarak hammadden yüzlerce insanın emeğine kadar olan tüm süreçleri yoğunlaştırmıştır.

2.2. Dünyada Medyanın Dönüşümü

Günümüzde tekelleşme, hemen hemen her endüstride ve ülkede farklı biçimlerde gelişerek zirve noktasına ulaşmıştır. Medya endüstrileri de, yoğunlaşmanın ve tekelleşmenin gözlemlendiği alanların başında gelmektedir. 1980 öncesi dönemde yalnızca basın olarak adlandırılan mecralar, 1980'li yıllarla birlikte "medya" olarak anılmaya başlanmıştır. Medya döneminin en karakteristik özelliği, kamusal iletişimin bilgi ve haber üretme mantığının değişerek küresel semboller üretme ve bu sembolleri aktarma üzerine kurulu olmasıdır (Kaya, 2016: 127). Medya kavramı, genellikle kitle iletişimindeki ticari ve kamusal aktörleri tanımlamak ve iletişim örgütlerinin yapısını çözümlemek için kullanılmaktadır (Erdoğan, 2002: 3).

Dinamik bir yapıya sahip olan medya endüstrileri, toplumları bilgilendirme, yönlendirme ve ikna etme gibi birçok özelliğiyle sermaye sınıfının iştahını kabartmaktadır. Günümüzde, bireylerin tüketim alışkanlıklarını öğrenmek ve şekillendirmek isteyen sermaye sınıfı için medyanın sahipliği ve denetimi daha da önemli hale gelmiştir. Medyanın tüm işlevlerinden

faydalanmak isteyen patronlar, dikey ve çapraz yönde yatırımlar yaparak iletişim sektörünü diğer sektörlere entegre etmiştir. Diğer sektörlerle iç içe geçmiş medya örgütleri, neoliberal politikaların etkisiyle özel şirketlere dönüşerek holdingleşmiştir (Kuyucu, 2013: 145).

Medya örgütleri, piyasaya iki farklı ürün sunan endüstriler olarak tanımlanabilir. İlk ürün, izleyiciler açısından tüketilebilecek içeriklerden oluşmaktadır. Bu içerikler, gazete, televizyon, dergi ve sosyal medya gibi mecralardan yayılan ürünlerdir. İkinci ürün ise, tüketici ya da izleyicinin dikkatinin şirketlere pazarlanmasıdır. Reklamcılar, izleyiciyi metalaştırarak onların dikkatini ve zamanını emtiaya dönüştürmektedir. Sermaye sınıfı, reklam ve halkla ilişkiler faaliyetleri ile tüketim kültürünü kitlelere dayatarak, kitlelerde satın alma davranışını tetiklemeye çalışmaktadır (Söylemez, 1998: 5-8). Tekelci kapitalizmde, bireyler farkında olmadan, boş zamanlarını ve dikkatlerini reklamcılara pazarlayarak tüketici kapitalizmini ayakta tutmaktadır. Reklam destekli ilerleyen sosyal medya mecraları ve kitle iletişim faaliyetleri, eğlence ve tüketim kültürünü bireylere yansıtarak, onları sahte bir dünyanın içerisine çekmektedir. Günümüz dijital ortamlarında ise üretici konumunda olan tüketici, bir dizi reklama maruz kalarak hem emeğini hem de dikkatini metalaştırmaktadır. Kitle iletişiminde dünden bugüne sadece teknolojik ve biçimsel değişimler yaşanmıştır. Çünkü reklam ve pazarlama mantığı günümüzde daha kişisel bir hale gelerek tüketiciyle buluşmaya devam etmektedir (Fuchs, 2014: 254-263).

Tekelci kapitalizmin tekelci medyası “eşitlik” “özgürlük” ve “çok seslilik” gibi kavramların arkasına sığınarak, egemen sınıfın ideolojisini bireylere ulaştırmaktadır. Özellikle Amerika gibi tekelci kapitalizmin gelişkin olduğu ülkelerde medyanın haber anlayışı, haberi başkalaştırmaya ve haberi gerçek bağlamından koparmaya dayanmaktadır. Tekelci medya bir haberi görmezden gelebilir ya da haberin negatif yönlerine odaklanarak hedefi yok edebilir. Kapitalizmde medya örgütlenmeleri ulusal çıkarlar doğrultusunda hareket ederek, ötekine karşı etiketleme, itibarsızlaştırma ve önemsizleştirme gibi yöntemlere başvurmaktadır. Günümüzde

tekelci medya haberin sunuş tarzını değiştirerek gerçeklerden kaçmakta ya da gerçeği değiştirmektedir. "*Çünkü kapitalist sistemde tekelci haber medyasının görevi, günlük olayların görünüşünü sunmaktır; çok fazla konuşarak anlamı gizlemek, çok fazla abur cubur sunarak hiç besleyici gıda vermemektir. Bunu anladığımız zaman, basının baştan savma yaptığı işler hakkındaki liberal yakınmadan uzaklaşarak, medyanın ustalık ve kurnazlıkla egemen paradigmayı nasıl sürdürdüğü konusundaki radikal analize ulaşırız"* (Parenti, 2008: 91). Dolayısıyla kapitalist toplumlarda, medya örgütleri içinde bulunduğu iktisadi yaşamın üreticisi konumundaki ticari işletmeler olarak değerlendirilebilir (Bulut, 2009: 7).

Medyada tekelleşme, kamu tekeli ve özel sektörün büyüyen yapısıyla birlikte gelişim göstermiştir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde tekelleşme devlet kontrolünde gelişmekteyken ABD gibi gelişmiş ülkelerde özel sektörün dinamiği ile birlikte tekelleşme eğilimleri gelişmeye başlamıştır (Çavdar, t.y: 9). İletişim ve diğer endüstrilerde kamu tekeline kötümser yaklaşan ABD serbest pazar söylemi ile özel sektörü iyimserleştirerek piyasa ekonomisini yoğunlaştırmıştır (Erdoğan, 2002: 2). Yoğunlaşan piyasa ekonomisi ve serbest rekabet koşulları dünyayı açık ve küresel bir pazar haline getirmiştir. Özellikle SSCB'nin yıkılmasından sonraki dönemde neoliberal politikaların etkisinin artmasıyla birlikte dünya tek kutuplu ve küresel bir düzene geçiş yapmıştır. Küreselleşmenin belirgin olmaya başladığı bu dönemde ekonomik, siyasi ve kültürel birçok alanda ülkeler arasındaki sınırlar kalkmış ve bağımlılık ilişkileri pekişmeye başlamıştır. Kapitalizmin yeni bir aşaması olan küreselleşme çok uluslu şirketlerin, tüm dünyadaki iktisadi politikaları yönetmesine olanak tanımıştır. Küreselleşme kavramının ideolojik boyutları demokratikleşme, dayanışma ve özgürleşme gibi kavramların arkasına gizlenerek saklanmaktadır. Küreselleşme iletişim teknolojilerindeki kat edilen gelişmelere paralel olarak tüm dünyada gelişmiştir. Ülkeler arasındaki mesafeler, internet ve uydu teknolojileri ile birlikte eski manasını yitirmiştir (Uluç, 2008: 184). Ülkelerin eski devletçi politikaları doğu bloğunun yıkılmasının ardından, yabancı yatırımcıya olanak

tanıyan yeni liberal iktisat politikalarına evrilmiştir. Merkez ülkelerdeki iç piyasanın doygunluğa ulaşması da bu ülkelerin iktisadi politikalarını diğer çevre ülkelere yönlendirmesine neden olmuş ve küreselleşmenin artmasını sağlamıştır. Küreselleşme neticesinde şirketler, iktisadi kararlarda ulus devlet politikaları ile sınırlı kalmayarak küresel ölçekte kararlar almaya başlamıştır. Yabancı sermaye ile ulusal sermayenin arasındaki sınırların muğlaklaşması üretim ve sermaye arasındaki ilişkiyi çok uluslu şirketlerin tekelerine bırakmıştır. Çok uluslu ve ulus aşırı şirketler, iktisadi küreselleşmede, aktif ve önemli bir rol oynamaktadır. Çok uluslu şirketler, ülkelere doğrudan ya da portföy, Hisse senedi ya da tahvil alarak yatırım yaparak faaliyet yürütmektedir. Bu şirketler ülkeleri ticari alanda birbirine entegre ederek karmaşık bir yapıyı ekonomik alanda örgütlenmektedir. Günümüzde bu şirketler merkez ve çevre ülkeler arasındaki köprüyü oluşturarak neoliberal politikaların geçişkenliğini kolaylaştırmaktadır (Ritzer, 2011: 218-220).

Sermaye sınıfının sürekli artan pazar ihtiyacını karşılamak için yaptığı hamleler dünyanın küreselleşmesine ve iktisat politikalarının değişmesine neden olmuştur. Ülkeler eski üretim biçimlerini ve sanayileri değiştirilerek kendi ülkelerindeki hammaddeyi işlemek yerine başka ülkelerden gelen hammaddeleri işlemeye başlamıştır. Çevre ülkelerdeki üretim ve işçiliğin ucuz olması merkez ülkelerin sermaye ihraçlarını çevre ülkelere doğru yönlendirmesiyle sonuçlanmıştır (Çavdar, t.y: 10). Küresel kapitalizmin bileşenleri, kültür, ideoloji siyaset ve ekonomi gibi birçok dalda hem yerel hem de küresel bir güç olma peşindedir. Sermaye sınıfı sistemin sorunsuz işlemesi için; bireylere küresel düşünceyi dayatarak bireyleri dünya vatandaşı statüsüne koymaktadır. Bugün dünyanın neresine giderseniz gidin bireylerin günlük yaşam pratikleri incelendiğinde küreselleşmenin etkilerine ve insanların benzerliklerine rastlarsınız. Çünkü günümüzde üretim faaliyeti küresel bir pazar ekseninde yapılmakta ve bundan dolayı da bireylerin tükettiği ürünler yerkürede benzerlik göstermektedir (Uluç, 2008).

Kültürel ürünler özelinde bakıldığında küreselleşme, dengesiz bir akış sunmakta ve yeni bir koloniciliğin temellerini atmaktadır (Talas ve Kaya, 2007: 153). Çünkü uluslararası düzenin çarpıklığı ve eşitsizliği, kültür akışını da etkileyerek, bireylerin günlük yaşam pratiklerini şekillendirmektedir. Küreselleşen dünya düzeninde kültürel emtialar, kültür endüstrileri tarafından ortaya çıkarılmakta ve kapitalist ilişkilerin olduğu her yere servis edilmektedir. Kültür ve medya endüstrileri bireylerin çevrelerini anlamlandırmak ve çevrelerine tepki vermek için kullandıkları imgelerin, büyük çoğunluğunu üreterek, kapitalist ilişkilerin devamlılığını sağlamaktadır. Günümüzde kültürel ürünler, kolayca alınıp satılabilen, içi boş emtia ürünlerine indirgenerek, bireylerin yaşamını ve zamanını kuşatmaktadır. Kapitalist örgütlenme tarzında, bireylerin yaşam biçimi üretim yapmadığı boş zaman dilimlerinde tüketim odaklı yaşayacak şekilde tasarlanmaktadır (Erdoğan, 1995: 259-260).

Kültür ve medya endüstrileri hem ideolojik hem de ekonomik özellikleri olan emtialar üretmektedirler. Bu emtiaların üretim ve dağıtım süreçleri analiz edildiğinde "kültürel bağımlılık" ve "kültür emperyalizmi" kavramlarına ulaşılmaktadır. Kültürel bağımlılık kuramı literatürde tek yönlü ve ABD merkezli iletişim akışını tarif etmek için kullanılmaktadır. Ekonomik ve teknolojik yönden gelişmiş olan ABD ÇUŞ'ları, ajansları, televizyonları ve dijital mecraları ile dünyanın kültür akışını elinde tutmaktadır. Dolayısıyla ekonomik ve siyasi yönden çalkantılı olan çevre ülkeler enformasyon ihtiyacını ABD ve diğer Batı ülkelerinden sağlayarak, tek aşamalı bir bilgi akışına maruz kalmaktadır (Yaylagül ve Korkmaz, 2006: 267). Herbert Schiller'e göre; uluslararası medya yapılanmasını anlamak için ABD'nin tarihsel deneyimlerine göz atılması gerekmektedir. ABD eksenli büyüyen ÇUŞ'lar ve reklam ajansları, Amerikan tarzı kültürel yoğunlaşmayı arttırmıştır. Film sektörü, televizyon programları, kitapların üretimi ve oyunlar ABD merkezli birkaç şirketin bünyesinde üretilerek dünyaya pazarlanmaktadır. Kültürel ürünlerin üretiminin endüstriyel olarak gelişmiş ülkelerce yapılması, endüstriyel gelişmesini tamamlayamayan çevre ülkeler için çarpık bir modernleşme yaratmıştır (Schiller,

2006: 249-253). Ritzer ülkelerdeki ve toplumlardaki Amerikan tarzı kültürel yoğunlaşmayı kavramı üzerinden tarif etmektedir. McDonalds'laşma kavramı Modern kapitalist çağın eleştirisini yaparak, toplumsal değişimlerin analizini gerçekleştirmektedir. Ritzer 'in McDonalds'laşma metaforu, fastfood kültüründen yola çıkarak, tüm dünyayı etkileyen bir Amerikalaşmayı açıklamaya çalışmaktadır. *"İleride göreceğiniz gibi McDonaldlaştırma yalnızca restoran sanayisini değil, eğitim, iş, sağlık, seyahat, zevk, rejim, politika, aile ve toplumun tüm diğer özelliklerini de etkilemektedir. McDonaldlaştırma, dünyanın etkilere kapalı görünen kurum ve kısımlarına yayılarak değiştirilemez"* (Ritzer, 1998: 23). Dolayısıyla bugün McDonaldlaşma küresel ölçekte günlük yaşam pratiklerini etkileyerek kültürel süreçleri belirlemektedir.

Kapitalizmin kendi iç dinamikleri ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ulus aşırı tekelleşmenin gelişmesi ile sonuçlanmıştır. Küresel düzeyde büyüyen medya şirketleri, içeriğin üretimi, dağıtımı reklamları ve halkla ilişkiler faaliyetleri hususunda tekel konumuna ulaşmıştır. Özellikle ABD ve batının kültürel değerlerini yansıtan medya yapılanmaları , bu ülkeler açısından hem ideolojik hem de ekonomik değer taşımaktadır (Yaylagül ve Korkmaz, 2006: 265-266). İletişim şirketlerinin ideolojiyi yeniden üretme ve ekonomik fayda sağlama istekleri uluslararası arenada diğer iletişim kurumlarıyla birleşmelerini ve küreselleşmelerini beraberinde getirmiştir. Küresel ölçekte satın alma ya da birleşme hamleleri genellikle merkez ülkeden çevre ülkeye doğru gerçekleşmiştir. Bunun neticesinde uluslararası çapta ekonomik gücü olan ülkelerin birçok farklı sektörde faaliyet gösteren ve tekelleşen şirketleri dünyaya egemen olmuştur. Merkez ülkeler açısından iletişim sektörü yatırım yapılacak karlı bir alan olarak görülürken, gelişmekte olan çevre ülkeler açısından, dışa bağımlılığı artıran bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle 1980'li yıllar itibariyle kitle iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ekseninde iletişim araçları ve medya sektöründe büyümeler meydana

gelmiştir. Fakat bu büyüme ve gelişmeler eşitsiz bir biçimde gerçekleşerek, küresel ölçekteki yoğunlaşmayı attırmıştır (Erdoğan, 1995).

Sanayi devriminden sonra, sömürgecilik faaliyetlerinin hız kazanmasıyla birlikte, kıtalar arası gelişen iktisadi ve siyasal ilişkiler, haber ajanslarının bölgesel olarak yayılmasına olanak tanımıştır. Haber ajanslarının örgütlenme tarzı da sömüren ve sömürülen ülkelerin ilişkisi üzerinden şekillenmiştir. Tüm dünya, özellikle 1. Dünya Savaşı öncesinde, merkez ülkelerin haber ajansları ile bölge bölge parsellenmiştir. Savaş öncesi yıllarda, İngiltere himayesi altında olan ülkelerde Reuters haber ajansı öne çıkarken, Fransa'nın egemenliği altındaki ülkelerde ise havas haber ajansı (şimdiki adıyla AFP) öne çıkmıştır. Bu büyük ajanlar "birlikte kazanma" mantığıyla hareket ederek, haber ve fotoğrafları kendi aralarında paylaşarak, dünyanın haber dağıtıcısı konumuna ulaşmıştır (Bengi, 2019: 458). Reuters, AssociatedPress (AP) ve Agence France-Presse (AFP) gibi haber ajansları günümüzde de enformasyonu ve haber akışını himayesi altında tutarak, dünyaya servis etmektedir.

Genel anlamda değerlendirildiğinde, haber ajanslarının tekliği ve dünya pazarındaki baskınlığı haberin tek bir kaynaktan yayılmasıyla sonuçlanarak gündemimize etki etmektedir. Haberin veriliş tarzı ve haberin yönü, politik gündemimizi belirleyebilmektedir. Gelişen teknolojilerin etkisiyle birlikte, haber üretim pratikleri ve sunuş biçimi küreselleşmiştir. Ajanslar tarafından çok daha küresel bir alana yayınlanan içerikler basit bir haber sunuşu ile servis edilerek kapitalizmin ideolojik inşasını kolaylaştırmaktadır (Akkalın, 2022: 26). Haber içeriği genellikle, toplumsallıktan uzak bireysel boyutlara indirgenerek, hikayeci bir anlatım tarzı ile sunulmaktadır. Haber ajanslarının bültenleri içerik açısından zengindir fakat bu içerikler olay ve olguların nedenleri üzerinde durmadan, nasıl olduğunu yüzeysel bir şekilde anlatıp geçmektedir (Uluç, 2003: 264). Medya örgütleri, haberleri yayımlanmaya uygun ve uygun olmayan haberler olarak ayrıştırmaktadır. Amerikan medyasının dinamiğini inceleyen Bagdikian'a göre medya, bazı konuları sümen altı ederek, gündemi başka konular ile meşgul

etmektedir. Örneğin, Irak Savaşı esnasında Amerikan medyası iç sorunları ve ekonomik konuları gündem dışı bırakarak, manşetlerine savaşın hazırlıklarını taşımıştır. Amerikan halkının algısı dış politikadaki düşmana çevrilerek, ekonomik aksaklıklar ve iç politikadaki sorunlar örtbas edilmiştir. Benzer biçimde Küresel ölçekte de Amerika'nın ırak işgali haber ajanları tarafından farklı biçimlerde hikayeleştirerek sunulmuş ve işgal meşrulaştırılmıştır.

Basında tekelleşme eğilimleri ilk olarak sanayi gücü gelişmiş olan Batı Avrupa, Amerika ve Japonya gibi ülkelerde görülmeye başlamıştır. Bunun ilk göstergelerini de gazete sayılarının azalması farklı birçok gazetenin tek bir çatı altında toplanması ve diğer iş alanları ile faaliyet yürütülmesi olarak ele alabiliriz. Özellikle 2. Dünya Savaşı'ndan sonra, gazete sayılarında uluslararası düzeyde bir azalma gerçekleşmiştir. Ekonomik koşullara ayak uyduramayan ve gelişim gösteremeyen gazeteler kapanmıştır. Kapanmayan ve yayın hayatına devam eden gazeteler ise bir kişi ya da grubun sahipliği altına girerek yoğunlaşmıştır. Bir grubun sahipliği altında yayın hayatına devam eden gazeteler diğer sektörlere entegre edilerek, basın özgürlüğüne gölge düşürülmüştür. Gazeteler kamusal yayıncılıktan ziyade kârın ön plana çıktığı reklamcılığın ağır bastığı yayın organlarına dönüştürülmüştür (Topuz, Alemdar, Kaya, Kurtböke ve Örki, 1989). Gazete sahipliği sermaye sınıfı açısından hem yatırım yapılacak kârlı bir iş kolu hem de ideolojik bir araç olarak görülmüştür. Diğer iş kollarında tekelleşme eğilimleri maliyetleri azaltmak, kârı dengede tutmak ve fiyatları kontrol etmek için belirginleşirken basın sektöründe daha siyasal nedenlerden dolayı ortaya çıkmaktadır (Görgülü, 1991: 12).

Basın sektörünün tekelleşmeye başlaması artan maliyetler, gelişen teknoloji, siyasi güç elde etme arzusu, reklam ve ilan yetersizliği gibi birçok nedene bağlı olarak gelişim göstermiştir. Kapitalizmin neoliberal iktisat politikaları, basın sektöründe içine alarak, yeni ekonomik kurallara uymayı zorunlu kılmıştır. Kâğıt, işgücü ve dağıtım gibi kollarda artan maliyetler küçük işletmeleri zora sokmuştur. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte yeni baskı

tekniklerine ve bilgisayar işlemlerine geçilmeye başlanmıştır. Küçük basın işletmeleri bu teknolojilere büyük yatırımlar ve harcamalar yapmak durumunda bırakılmıştır. Basın gelirlerin bu harcamaları karşılayacak kadar yeterli olmaması basın işletmeleri için bir handikap oluşturmuştur (Topuz, Alemdar, Kaya, Kurtböke ve Örki, 1989). Öte yandan televizyon ve radyo gibi kitle iletişim araçlarıyla da rekabet halinde olan gazeteler, reklam gelirlerinin bir bölümünü bu mecralara kaptırmıştır. Doğrudan ya da dolaylı yoldan gelişen bu etkenler basın sektörünün tekelleşmesi ile sonuçlanmıştır. Satın alma, denetim altına alma, mali ilişkiler birleşmeler ve anlaşmalar yoluyla yoğunlaşan gazete mecraları güçlü olanın ayakta kaldığı endüstrilere evrilmiştir.

Basında tekelleşme, çok sesliliğin ve demokrasinin önüne geçen bir olgu olarak değerlendirilmektedir. Çok sesliliğin, sesinin kısılarak tek sesliliğe doğru evrildiği medya ortamlarında, farklı fikirlerden ve alternatif tartışmalardan bahsetmek mümkün olmamaktadır. Tekelleşme geleneksel medya sahipliği yapısında dönüşümlere yol açarak çapraz sahiplik ilişkilerinin gelişmesinde etkili olmuştur. Tekelleşmenin görüldüğü medya ortamlarında büyük basın grupları, tüm alanların sahibi ve enformasyon ilişkilerinin tek hakimidir. Tekelleşme olgusu analiz edildiğinde gerek ekonomik gerekse toplumsal açıdan olumsuz yönlere sahip olduğu saptanmıştır. Toplumsal açıdan tekelleşmenin etkileri değerlendirildiğinde, kitlelerin haber aldığı kaynakların tek tipleştiği görülmektedir. Haberin üretiminden dağıtımına kadar olan yoğunlaşma, toplumun standartlaşması ve alternatif fikirlerden yoksullaşması ile sonuçlanmıştır (Görgülü, 1991: 21). Tekelleşme küçük basın işletmeleri ile büyük basın işletmeleri arasındaki ekonomik makası sürekli olarak açmaktadır. Tekelleler diğer tekelleri doğurarak büyük basın gruplarını yaratmaktadır. Büyük basın grupları dağıtımda da söz sahibi olarak keyfi engellemelerle alternatif basın gruplarına ait gazete ve dergilerinin dağıtımını kısıtlayabilmektedir. Yine büyük sermaye kesimi, reklam ve ilan verenleri çeşitli manipülasyonlara maruz bırakarak, bu gelirleri kendi bünyesine toplayabilmektedir.

Tekelleşmenin etkisiyle, basın işletmelerinin varoluş mantığı değişmiş ve erozyona uğramıştır. Kamusal alandaki farklı fikirlerin temsili, çeşitli kısıtlamalara tabi tutularak gündemden uzaklaştırılmıştır. Günümüzde medya ortamları nicelik ve nitelik açısından yoksun, kâr amacıyla hareket eden işletmelere evrilmiştir (Sönmez, 2010).

Çapraz medya sahipliği, haber üretim pratiklerinde somut değişikliklere yol açmıştır. Haberin içeriği medya patronunun ve siyasal iktidarların istekleri doğrultusunda şekillenmekte ve servis edilmektedir. Tekelci medyada, Basın çalışanları hem siyasi atmosferi hem de baskıları göğüslemek durumunda bırakılmıştır. Günümüz medya mecralarında ve yeni gazetecilik anlayışında toplumsal sorunlar ötelenerek daha magazinsel konular gündeme taşınmaktadır. Gazeteciler çalıştıkları kurumların çapraz sahiplik ilişkilerinden dolayı kendilerine otosansür uygulayarak editoryal bağımsızlıklarını yitirmiştir. Karmaşık şirket yapıları içerisinde gazeteciler sermaye sahibinin istekleri doğrultusunda bazı haberleri görmezden gelerek gündemi başka konularla meşgul etmektedir (Özsever, 2004: 140-143). Gazeteciler işsiz kalmamak için haber içerikleri konusunda seçici tavırlar sergilemeye ve benzer içerikler üzerinden üretim yapmaya başlamıştır. Bu seçici ve yeni gazetecilik anlayışı ise toplumsal açıdan basına güvensizliği arttıran bir sorun olarak ortaya çıkmıştır. Diğer bir açıdan incelendiğinde, basında tekelleşme, çalışanların hakların gasp edilmesi ve iş güvencesinin azalması ile sonuçlanmıştır. Basın sektörüne dışarıdan yatırım yaparak dahil olan sermaye grupları, basın işçilerinin çalışma koşullarını ağırlaştırmıştır. Basın çalışanları, sermaye grupları tarafından yönlendirilen ve yönetilen işçi statüsüne indirgenmiştir. İstihdam sorunu, iş bulmanın zorlaşması düşük ücretler ve sendikasızlaşma gibi birçok etmen tekelleşmenin basın hayatına getirdiği kapitalist ilişkilerdir (Özsever, 2004: 153).

Bugün yeni medya özelinde bakıldığında, Time Warner, Disney, News Corpation, Viacom ve Bertelsmann gibi şirketler kitle iletişim araçlarının ve iletişim akışının mutlak sahibidir. 1983 yılından bu yana büyüyen bu beş şirket, istikrarlı bir biçimde tekelleşmiştir. Bu

şirketlerin hakimiyet alanları gazetelerden film stüdyolarına ve hatta dijital platformlara kadar uzanmaktadır. Doğrudan rekabet yerine karşılıklı anlaşmalar ile tekelleşen bu şirketler, piyasaya eşsiz ürünler sürmek yerine, aynı ürünlere farklı zamanlarda yatırımlar yaparak kâr etmektedir. Böylesi bir medya piyasasında, içerikler aynı olmakta ve sürekli aynı içerikler tekrar edilmektedir. Başka bir açıdan bakıldığında ise bu beş şirket medya araçlarının yanı sıra siyaseti ve politikayı da yönlendirecek gücü elinde tutmaktadır (Bagdikian, 2004: 31-34). Küresel bir alana nüfuz eden medya şirketleri özel çıkarlar doğrultusunda hareket ederek güçlü devletlerin politikasını ve çıkarları korumaktadır. Dijital mecralar açısından da tekelleşme, ABD'nin "Silikon Vadisinde" kümelenmiştir. Google, Facebook, Apple gibi teknoloji şirketleri küresel bir güç haline gelerek, dijital ve teknolojik süreçleri yönetmektedir. Demokratikleşme, paylaşım ekonomisi ve kullanıcıların güçlenmesi gibi kavramların üzerinden ilerleyen sosyal ağ mecraları, örtük bir biçimde kullanıcıların emeğinden faydalanarak tekelleşmiştir (Morozzov, 2021: 29). Örneğin Google'ın ekonomi politik analizi, şirketin kullanıcı emeğini ücret ödemeden kullandığını ve bu emekten artı değer ürettiğini göstermektedir. Google kullanıcıların verilerini depolayarak, hedefli reklamcılığa olanak tanımakta ve izleyici metasından kâr etmektedir (Fuchs, 2020: 228-238). Benzer bir süreç facebook platformunda da işlemektedir. Hedefli reklamcılık için veriler depolanır ve bireylerin önüne kişiselleştirilmiş reklamlar, tüketimi tetikleyecek biçimde sunulur. Bu yüzden de dijital platformların kapitalist şirketlerin bir ürünü olduğu eşitlik ve birlikte kazanma stratejilerinde söylemden öteye gidemeyeceği ekonomi politik analizde sıklıkla vurgulanmaktadır. Bu şirketler ekonomik kazanç elde etmek isteyen kapitalist yapılardır ve kullanıcıların emeğini sömürmektedir (Fuchs, 2020: 193-212).

Modern kapitalist çağda, bazı liberal teorisyenler sosyal medya mecralarının kamusal alanları yaygınlaştırdığı ve katılımcı demokrasiye katkı sunacağını varsayılmaktadır. Ancak sosyal medya mecraları ticari işletme statüsünde hareket eden ve kapitalizmin yasalarına göre

yönetilen işletmelerdir. Her gün milyonlarca kullanıcı, bu platformlarda paylaşımlarda bulunarak, bu ticari işletmelerin ayakta kalmasını sağlamaktadır. Milyonlarca kullanıcısı olan bu platformların sahiplik ilişkilerine odaklanıldığında bir avuç sermayedardan öte gidilememektedir. Sermaye kesimi kullanıcıların emeğinden göreli artı değer yaratarak, üretici ve tüketici arasındaki çizgiyi muğlaklaştırmaktadır. Hem üreten hem de tüketen bireyler, dijital emek sömürüsüne maruz kalarak sistemin devamlılığı sağlamaktadır. Sosyal medya mecraları ücretsiz erişim üzerinden kayıt yaptıran bireylerin üretimde bulunduğu kapitalist şirketlerdir. Kullanıcıların dikkati başka şirketlere pazarlanarak bireyler meta haline dönüşmektedir (Fuchs, 2020). Sonuç olarak, günümüzde dijital platformların kapitalist ekonomik yapıya sıkı bir şekilde entegre olduğu ve bu yapıyı devam ettirici bir rol üstlendiği açıkça söylenebilir.

2.3. Türkiye'nin Ekonomik Gelişimi ve Tekelleşme Adımları

Türkiye'nin medya sahiplik yapısını anlamak için ekonomik gelişim evrelerinin analiz edilmesi gerekmektedir. Türkiye'nin iktisadi yapılanması hem ulusal hem de uluslararası ekonomik ve sosyal çalkantılardan geçerek biçimlenmiştir. Osmanlı Devletinden başka bir ekonomik yapılanma seçen Türkiye, Cumhuriyetin ilk yıllarından itibaren farklı iktisat politikalarına yönelmiştir. Ancak her ne kadar kuruluş felsefesi ve iktisat politikaları Osmanlı'dan farklı olsa da ekonomik işleyiş açısından devamı niteliğini taşımıştır (Bağcı ve Tekin, 2020: 176). Çünkü Osmanlı devletinin son yıllarında görülen ekonomik tablo Cumhuriyetin ilk yıllarında da görülmüştür. Dış borçlanmanın fazla olduğu, sınai üretimin olmadığı ürünlerin ithal edildiği ve gelirlerinin birçoğunun tarımdan elde edildiği bir ekonomik model her iki devlette de vuku bulmuştur (Boratav, 2023: 22). Avrupa'da kapitalizmin kök salmaya ve gelişmeye başladığı yıllarda, Osmanlı Devletinde küçük işletmeler hüküm sürmekteydi. Bu yüzden de Osmanlı Devleti hammaddeyi ihraç eden, işlenmiş ürünlerde ithal eden bir ekonomik döngünün içerisindeydi. Tarıma ve ithalata dayanan bu ekonomik yapı ise,

azgelişmişliğin ve dışa bağımlılığın ana unsurlarını oluşturuyordu (Kepenek ve Yentürk, 2001: 16).

1908-1922 dönemi, darbe ayaklanma ve çeşitli savaşların görüldüğü, bu süreçler neticesinde de Osmanlı Devleti'nin tarih sahnesinden silindiği dönemi kapsamaktadır. Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde bu dönemin en karakteristik özelliği burjuva demokratik devrimin tamamlanmamış olmasıdır. Burjuva sınıfının yetersiz olması, sanayinin gelişmemesi ve yarı sömürge devleti olması Osmanlı'da kapitalizmin gelişmesini geciktirmiştir (Boratav, 2023: 23-24). Ancak 19. yy.'da Tanzimat Döneminin getirisi olarak uygulanan kararnameler, gayrimüslim burjuvazinin gelişmesine olanak tanıyarak Avrupa ticaretiyle bir köprü oluşturmuştur. Kapitalist gelişimini tamamlayan Avrupa devletleri ile kurulan ekonomik ilişkiler bankacılık ticaret ve ulaşım gibi hizmetlerin gelişmesini sağlamıştır. Yabancı sermayenin yaptığı bu yatırımlar Osmanlı Devletinin dış borçlanmasını arttırmış ve azınlık gruplardaki burjuva sınıfını güçlendirmiştir (Irmak, 1992: 21-22). I. Dünya Savaşı bu ekonomik döngünün bir nebze kırılarak ulusal bir ekonominin kuruluş sinyallerini vermiştir. Çünkü savaş sırasında İstanbul'a giden ticaret yolları kapanmış ve şehirde ikamet eden nüfus açlıkla karşı karşıya kalmıştır. İthalatın yapılamaması Anadolu çiftçisinin üretim hacmini büyüterek, ulusal bir üretim yapmasıyla sonuçlanmıştır. Savaşın burjuva ekonomisi açıdan bir diğer getirisi ise iç pazardaki ticaretin gelişmesi ve ilkel birikimin başlaması olmuştur. Kısacası bu dönem burjuva iktisadının serpilmeye başladığı dönem olarak adlandırılmaktadır (Boratav, 2023: 32).

1923-1929 dönemi, dışa açık bir iktisat yapısının baskın olduğu liberalizmin nüvelerinin gelişim gösterdiği korumacı devlet müdahalelerinin yapılamadığı yıllardır. Osmanlı Devletinin yıkılmasının ardından kurulan yeni cumhuriyetin iktisat politikalarına, Lozan Antlaşması ve İzmir İktisat Kongresi yön vermiştir (Irmak, 1992: 31). Bu dönemde kurumsal ve yasal düzenlemeler geliştirilerek, iktisadi bağımsızlık kazanılmaya çalışılmıştır. İzmir İktisat Kongresinde, sanayi, tarım vb. sektörlerde ulusal bir ekonomik yapının kurulması tartışılmıştır.

Lozan Barış Antlaşması'nda ise, Türkiye siyasi ve iktisadi özgürlüğünü kazanmak için hamleler yapmıştır. Osmanlı'nın borçları, kapitülasyonların kaldırılması, gümrük düzenlemeleri ve savaş zararları gibi birçok konu Lozan Barış Anlaşmasında görüşülmüştür (Kepenek ve Yentürk, 2001: 32-34). Lozan Antlaşması ile kapitülasyonlar kaldırılmış, ticaret sözleşmesi imzalanmış ve Türkiye Osmanlı'nın dış borçlarını ödemek durumunda bırakılmıştır (Boratav, 2023: 32). Bu dönemin, kapitalist bir ekonomi açısından olumlu sayılabilecek gelişmeleri ise Türkiye İş Bankası'nın kurulması ve Teşvik-i Sanayi Kanunu'nun düzenlenmesi olarak sıralanabilir. 1924 yılında kurulan Türkiye İş Bankası çeşitli sektörlerde faaliyet yürütmek isteyen kurumlara kredi desteği sunmuştur. 1927 yılında yeniden yapılandırılarak, uygulamaya konulan Teşvik-i Sanayi Kanunu ise yerli üreticinin önün açmayı hedeflemiştir (Eroğlu, 2007: 66). Devlet desteği ile kurulan Alpullu ve Uşak Şeker Fabrikaları da yerli burjuvanın gelişmesinde ön ayak olmuştur. 1929 yıllı, Türkiye'nin iktisat politikaları açısından dönüm noktası niteliği taşımaktadır çünkü bu dönemde Türkiye yeni ekonomi politikalarına yönelmiş ve bu politikaların ilk örneklerini ortaya koymuştur (Boratav, 2023: 50). Bu dönemde ekonomik buhran patlak vermiş, fiyatlar gerilemiş ve Türkiye dış ticarette korumacı iktisat politikalarına önem vermiştir (Irmak, 1992: 38).

Türkiye, ekonomik buhran döneminde, dış ticareti sınırlandırmış ve iç sanayiyi geliştirme yönünde adımlar atmıştır. 1930-1938 dönemi devletçiliğin ağır bastığı ve sanayi atılımlarının devlet eliyle yaptığı dönemi kapsamaktadır (Eroğlu, 2007: 67-68). Bu dönemin iktisadi anlayışı korumacılığa ve devletçiliğe dayanmaktadır. Devlet desteğinin ön plana çıktığı yıllarda, yerli burjuvazi zenginleşmiş ve sanayi kollarında önemli bir artış meydana gelmiştir. Yeni kurulan cumhuriyetin 1930'lu yıllara kadar parolası hızlı kalkınma ve ekonomik özgürlük yönünde olmuştur. Ancak yabancı sermaye bu sanayi atılımlarına cevap verememiştir ve bu yüzden yavaş bir ekonomi süreç işlemiştir. Bu yıllarda devlet sanayinin gelişmesi ve iktisadi kalkınma için çeşitli yatırımlar yapmıştır (Eroğlu, 2007: 67-68). Büyük buhran döneminde korumacılık

ve devletçilik politikaları bir arada yürütülerek, tarım ve sanayiden ortaya çıkan artık devletin kasasına birikim olarak yansımıştır. Bu birikim ise; sanayi yatırımlarına harcanarak, devlet eliyle bir kapitalist gelişim yaratılmıştır. Devletçi iktisat politikalarının ilk adımları 1933 yılında programa alınan birinci beş yıllık sanayi programına dayanmaktadır. Bu program temel olarak, yerli hammadde kullanımını, sınai araçlarının üretimini ve fabrikaların bölgesel dağılımını içermektedir.1936 yılında programa alınan ikinci beş yıllık sanayi planı ise kaynak yetersizliğinden dolayı uygulanmamıştır. Genel olarak bu dönemde ulusal gelirde yukarıya doğru bir ivme yakalanmıştır ve sanayiye ilişkin ciddi hamleler yapılmıştır (Irmak,1992: 38-45).

1940-1945 dönemi, tüm dünyanın savaş ile yüzleştiği ve savaşın yıkımını ağır ödediği yıllardır. Türkiye savaşa girmeyen nadir ülkeler arasında olmasına rağmen savaş ekonomisinin ağırlığını bu dönemde sırtlanmıştır. Yerkürenin tamamına yayılan ikinci dünya savaşı bütün ulusları gerek hammadde gerekse makinalar düzeyinde savaş ekonomisine sokmuştur. Savaş ile muhatap olan ya da olmayan tüm uluslar bir biçimde bu savaşın ekonomik yüküyle karşılaşmıştır. Bu yıllarda, içerisinde Türkiye'nin de bulunduğu gelişmekte olan ülkeler savaş esnasında dış ülkelerden aldıkları ithal malları ya da yatırım gibi unsurları alamayınca iç pazara yönelmiştir (Arslan, 2016: 3). Türkiye'nin bu dönemdeki iktisat politikalarını II. Dünya Savaşı belirlemiştir. İktisadi anlamda yürürlüğe konulmak istenen programlar ertelenmiş ve devlet savunma ağırlıklı harcamalar yapmıştır. Savunma ağırlıklı yapılan harcamalar ve genç nüfusun silah altına alınması üretimin azalması ile sonuçlanmıştır. Üretimin azalması tüketim mallarının sınırlı tüketilmesine neden olmuş ve karne ile alışveriş dönemini başlatmıştır. Bu dönem iktisadi açıdan bir kesinti dönemi olarak nitelendirilmesine rağmen sosyal ve siyasi açıdan dönüşümün başlangıç noktası sayılmaktadır. Çünkü bu dönemde uygulanan iktisat politikaları, politikacılara ve bürokratlara geniş yetkiler tanımlayarak, bu kesimlerin manevra alanlarını arttırmış ve milli gelirin dağılımını değiştirmiştir. Gelir dağılımının değişimi ve savaş sırasında

biriken sermaye var olan sınıfsal yapının dönüşümüne yol açmıştır. Sosyal ve siyasi açıdan değişimin fitilini ateşleyen diğer unsurlarda Varlık Vergisi, Toprak Mahsulleri Vergisi ve Çiftçiyi Topraklandırma Kanunu olarak sıralanabilir. Burjuva sınıfının savaş koşullarındaki haksız kazançlarının önüne geçmeyi hedefleyen bu programlar, sermaye kesimi tarafından hoşnutsuz karşılanmıştır. Savaşın hemen ardından, Türkiye toplumunun neredeyse tamamı refah ve değişim beklentisiyle hareket etmiştir (Boratav, 2023: 93-101).

Ekonominin bugünkü yapısının temelleri II. Dünya Savaşı'nın ardından şekillenmeye başlamıştır. Dünya'nın ve Türkiye'nin değişen siyasal atmosferi ekonomik yapıya hızlıca nüfuz etmiştir. Türkiye'nin bu dönemdeki iktisadi yapısı iç ve dış unsurlar ile biçimlenmiştir. Savaş yıllarında ticaret sermayesinin artan kazancı sermaye birikiminin yoğunlaşmasını sağlamıştır. Artan sermaye birikimi çeşitli yatırımları da beraberinde getirerek, hızlı kentleşmeyi ve kırsal kesimin kentlere açılması ile sonuçlanmıştır. Savaş sonrası yıllarda diğer ülkelerde yaygınlaşan tüketim alışkanlıkları Türkiye'nin de iç piyasasında görülmeye başlamıştır. Gösteriş tüketimi diye adlandırılan bu kültür sağlam ya da sağlam olmayan tüm tüketim ürünlerini kapsayarak, iç üretimdeki dengeleri değiştirmiştir. 1946 yılı siyasi ve iktisadi açıdan değişimin ilk işaret fişeğini yakmıştır. Bu yıllarda kurulan DP, çok partili yaşama geçişin sinyallerini vermiştir. Ardından, ekonomide uygulanan korumacı politikalar yavaş yavaş yerini daha dışa açık politikalara bırakmaya başlamıştır. Bu dönemde Türkiye, ekonomide dış yardım arayan ve açık veren bir ülke haline gelmiştir. Dünya'daki konjonktürün etkisiyle ABD-Türkiye yakınlaşmış ve ekonomi politikaları bu doğrultuda tasarlanmaya başlamıştır (Kepenek ve Yentürk, 2001: 91-93). ABD ve SSCB arasındaki gerilimin tırmanmasının ardından Türkiye ve ABD'nin ilişkileri başka bir boyuta taşınmıştır. ABD 1947 yılından itibaren Truman Doktrini ve Marshall Planı çerçevesinde Türkiye'nin ekonomisindeki eksikleri tespit ederek çeşitli reçeteleri, Türkiye ekonomisinde uygulamaya koymuştur. Bu reçetelerden yola çıkılarak tarımda makineleşme, traktör sayısının artması ve karayollarının düzenlenmesi gibi birçok formül

hayata geçirilmiştir (Irmak, 1992: 53). Dışarıdan gelen bu yardımlar ve programlar dönemin iktisat yapısını belirlemekte önemli bir rol oynamıştır.

1954-1961 döneminde, bir önceki dönemle kıyaslandığında ekonomik göstergelerin dalgalandığı ve ekonomik çıktıların durgunlaştığı görülmektedir. Bu dönemde, ihraç ürünlere karşı olan talep azlığı, dış ticarette kontrollü ithalat yapılmasına neden olmuştur. Genel hatlarıyla bu dönem dış ticarete getirilen sınırlandırmalara rağmen dış borçlanmanın ve açıkların derinleştiği yıllardır. Faiz artırımları, fiyat denetimleri ve banka kredilerine getirilen sınırlandırılmalarla ekonomik denge kurulmaya çalışılmıştır. ABD tarafından sağlanan yardımların azaltılması ve IMF'nin hükümet üzerinde baskı kurması yetkilileri yeni iktisat politikalarına yönetilmiştir. 1958'li yıllarda yürürlüğe konulan iktisat politikaları ithalata serbestlik getirmiş, bütçeyi sınırlandırmış ve TL'nin devalüasyonu ile sonuçlanmıştır. Sosyal açıdan bakıldığında ise işgücü ve kentli nüfus oranında bir artış yaşanmıştır. 1945'li yıllarda oranı yüzde 18 olan kentli nüfus 1960'lı yıllarda %25 olarak kayıtlara geçmiştir. Kentlerdeki iş olanaklarının ve çalışma ortamlarının artması, potansiyel iş gücünü kentlere doğru çekmiştir (Kepenek ve Yentürk, 2001: 121-124). Ancak her ne kadar kentli nüfus artmış olsa da milli gelirdeki artış diğer dönemler ile mukayese edildiğinde azalmıştır. Bu azalış eğiliminin en önemli nedenleri dış kaynakların azalması ve ithalatta yaşanan güçlüklerdir. Dönemin iktisat politikaları dış ticaret ve ithalat etmenlerinin ekonomi üzerinde baskın bir rol oynamasına ve dışa bağımlı ilişkilerin gelişmesine yol açmıştır.

1963 yılı bir dizi ekonomik programın uygulamaya konulduğu ve yatırım politikalarının yönlendirildiği yıldır. Bu yıldan itibaren kamu yatırımları belirtilen zaman dilimine uymak ve program çerçevesinde ilerlemek durumunda bırakılmıştır. Özel sektör tarafından geliştirilen yatırımlar ise; başta Devlet Planlama Teşkilatı olmak üzere birçok kurumun denetimine ve onayına tabi tutulmuştur. Dönemin iktisat politikaları iç piyasayı destekleyen, korumacı ve ithal ikameci bir ekonomik görünüm çizmiştir. Sanayi yatırımları, sektör bazında değişim göstererek

farklılaşmıştır. Dünyadaki değişen tüketim kültürü Türkiye'deki egemen sınıfın tüketim alışkanlıklarına da sirayet ederek, devletin sanayi yatırımlarındaki önceliklerini başka sektörlere kaydırmıştır. Tüketim alışkanlıklarının beyaz eşya, televizyon gibi dayanıklı mallara doğru yönelmesi iç pazardaki yerli üretimi harekete geçirmiştir. Yabancı ve yerli yatırımlar sayesinde gelişen sanayi kolları, teknolojik açıdan dışa bağımlı bir şekilde üretim gerçekleştirmiştir. Sanayinin bu biçimde gelişimi ve ithal ikameci politikalar dışa bağımlılığı arttıran unsurları oluşturmuştur (Boratav, 2023: 141-18). 1977 yılında ise ekonomik buhran ve sorunlar meydana gelmeye başlamıştır. Önceki dönemde uygulanan iktisat politikaları ve kısa dönemli borçlanmalar ekonomik bunalımı tetiklemiştir. Bu dönemde ihracatın azalıp, ithalatın artması dış ticaret dengelerinin bozulmasına neden olmuştur. Dış ticaret dengelerinin altüst olması ve petrol fiyatlarının artması ise dış ticari açık yaratarak ekonomik tıkanmaya neden olmuştur. Genel hatlarıyla bu dönem devalüasyonların görüldüğü, karaborsacılığın ve enflasyonun arttığı, emekçi kesimlerle burjuva sınıfı arasındaki gerilimin tırmandığı bir dönemdir (Boratav, 2023: 154-160).

1980'li yıllar dünyada ve Türkiye'de yapısal dönüşümlerin meydana geldiği, küreselleşmenin adından ön plana çıktığı yıllardır. Dış ticarette uygulanan neoliberal politikalar ve sermayeye tanınan sınırsız haklar, ülkeler arası sınırları ortadan kaldırarak, küresel bir dünya düzenine geçişi sağlamıştır. Türkiye açısından 24 Ocak kararları, dışa dönük sanayileşme ve küresel dünya düzenine atılan ilk adımları temsil etmektedir (Öztürk ve Özyakışır, 2005: 1). Önceki dönemlerde de defalarca reçete olarak sunulan ancak uygulanmaya konulmayan 24 Ocak kararları 1980'li yılların siyasal atmosferinde yürürlüğe konulmuştur. 24 Ocak kararları ile, arz ve talebe göre şekillenen, dışa açık serbest bir ekonomik modele geçiş yapılmıştır. Alınan kararlar doğrultusunda TL'de devalüasyona gidilmiş, dış ticaretteki yasaklar kaldırılmış ve ücretler enflasyonun altında kalacak şekilde yükseltilmiştir (Kafaoğlu, 2008: 34). Dışa açılma ve kapitalizmle bütünleşme kararları olarak ele alınan bu ekonomi politikaları, banka ve

sermaye hareketlerini değiştirmiştir. Yurtdışında çalışma yürüten firmalara verilen imtiyazlar, döviz ve vergi kolaylıkları sermayenin yoğunlaşmasına ve çoğalmasına neden olmuştur. Ardından hayata geçirilen özelleştirme politikaları, kamu tarafından kurulan işletmeleri, serbest piyasa ekonomilerine dönüştürmüştür. Özelleştirmeler ile yabancı sermaye aktif bir rol oynamaya başlamıştır. İç piyasada gözlemlenen ihracat hareketleri ve dış ticarete verilen serbesttik, dış açığı büyüterek ekonomiyi ileriye dönük zora sokmuştur. Bu dönem ile Tarım sektörü eski önemini yitirmiş ve yurt içi gelirleri azalmıştır. Tarıma verilen değerin azalması ve serbest piyasa koşulları ise; köyden kente olan göçleri arttırmıştır (Irmak, 1992: 69-70). Genel olarak bu dönem 80'lerin başından sonuna kadar; siyasi, sosyal ve ekonomik çalkantıların, 12 Eylül Darbesi ile bastırıldığı ve neo-liberal politikaların uygulamaya konulduğu dönemdir. Özelleştirme politikaları ile yabancı sermaye ülke sınırları içerisinde yoğunlaşmaya başlamıştır. Türkiye açısından bu dönem dışa dönük ekonomi politikalarının serbestleştiği ve küresel dünya düzenin bütünleştiği yıllardır.

24 Ocak Kararları ile atılan ekonomik adımlar, 1980 darbesi ve Turgut Özal hükümetinin yürüttüğü "yeni sağ" projesi Türkiye sınırları içerisinde gelişmeye başlamıştır. "Yerli liberal-muhafazakar" söyleminden yola çıkarak hayata geçirilen neo-liberal politikalar meşru bir ideolojik zemine oturtturulmaya çalışılmıştır. Liberal-muhafazakâr ideoloji 1970'li yıllarda Amerika ve İngiltere'de etkili olduktan sonra 1980'li yıllarda Türkiye'nin meşru ideolojisi haline gelmiştir (Kaya, 2016: 251). Refah devleti yaratma sloganı ile yola çıkan Özal hükümeti, siyasi ve ekonomik arenada köktenci değişikliklere neden olmuştur. İktisadi alanda dış ülkelere verilen tavizler, ülke ekonomisini açık piyasa koşullarına teslim etmiştir. Açık piyasa koşullarında gelişmeye çalışan Türkiye, bir dizi ekonomik krizle baş başa kalmıştır. Bunun yanı sıra iç iktisadi politikada sermaye sınıfına tanınan haklar ve kısıtlamaların kalkması birlikte rant çağı başlamıştır (Boratav, 2023). Emperyalizm ile bütünleşme çabaları ve dışa açık iktisat politikaları sermayenin yoğunlaşmasına ve artı değerin büyümesine olanak vermiştir. Dönemin

politikaları sermaye sınıfını zenginleştirirken emekçi sınıfın yoksullaşması ile sonuçlanmıştır. Grevlerin sınırlandırılması, Toplu sözleşme ve lokavt yasaları emekçi kesimin örgütlenmesinin önünü kesmişti (Irmak, 1992: 119). Ancak yıl 1989'da emekçi kesimin büyük bir direniş başlatması, siyaset ortamını ve düzenini sarsmıştır (Boratav 2023: 192). Yasaklara ve kısıtlamalara rağmen yaratılan bu direniş dönemin siyasi manevraları etkilemiştir. 1990-1997 yılları Türkiye siyasetinde koalisyon hükümetlerinin yönetimde olduğu yıllardır. Dış politikada ise SSCB'nin yıkılmasından sonra kapitalizm yeni bir döneme geçiş yapmıştır. "paracıların egemenliği" diye adlandırılan bu dönem ABD'nin dünya üzerindeki ekonomik ve siyasi etkisi arttırdığı dönemdir. Türkiye bu dönemde dış politikada IMF ve Dünya Bankası gibi örgütlerin ekseninde hareket ederek, ABD ve AB ile sıkı ilişkiler geliştirmiştir. Dış ticaretteki döviz açıkları ve enflasyonun artması, yüksek faiz oranları ile hafifletilmeye çalışılmıştır. Ancak 1994 yılında patlak veren ekonomik kriz, daha sıkı önlemler alınmasını zorunlu kılmıştır. Ekonomi de oluşan bunalımı rahatlatmak için 5 Nisan kararları uygulamaya konulmuştur. Bu dönem genel olarak ara sıra ekonomik krizlerin ortaya çıktığı ve IMF reçeteleri ile bastırılmaya çalışıldığı bir dönemdir.

2000'li yıllar ve öncesi çeşitli ekonomik krizlerin meydana geldiği ve kapitalizmin zora girdiği dönemlerdir. 2000 öncesi Asya, Brezilya ve Rusya gibi devletlerde yaşanan krizler diğer ekonomik krizlerin haberci olmuştur. Türkiye ise bu dönemde iç borçların verdiği mali yükü hafifletmek adına çareler aramıştır. Dönemin Cumhurbaşkanı Demirel, kamu borçlarını hafifletmek için IMF'e borçlanmayı gündeme getirmiştir. Kamu borçlarını dış borca çevirmek suretiyle atılan adımlar neticesinde IMF ile Standby anlaşması imzalanmıştır. 2000'li yılların başında yürürlüğe giren bu anlaşma kur sabitleme, ekonomik disiplin ve özelleştirmenin hızlanması gibi maddeleri içermiştir (Kafaoğlu, 2008: 143-145). 2002 yılı, IMF reçetelerinin olumlu sonuçlar vermeye başladığı ve piyasa hareketlerinin düzene girdiği dönemdir. Diğer bir yandan bu dönemin siyasi ve ekonomi politikaları AKP'nin seçimleri kazanmasından sonra

biçimlenmeye başlamıştır. AKP hükümeti'nin "lale devri*"* olarak anılan bu dönem 2002 öncesi uygulanan iktisat politikalarının olumlu sonuçlarının ortaya çıktığı zaman dilimidir. 2002-2007 yılları arasında ekonomi muğlaklıktan kurtulmuş ve parlak bir dönem yaşamıştır. Ancak 2007 yılında ABD'de meydana gelen ekonomik kriz Türkiye'yi de sarsarak AKP hükümeti'nin lale devrini hem sosyal hem de ekonomik açıdan sonlandırmıştır. 2013 yılı ve sonrası AKP iktidarının toplumsal direnişler ile karşılaştığı ekonomi ve siyasi istikrarının kesintilere uğradığı yıllardır (Boratav 2023: 243). Bu bağlamda, güncel ekonomik veriler analiz edildiğinde ortaya çıkan yüksek enflasyon ve alım gücünün düşük olması istikrarsız maliye politikalarının sonucu olarak tezahür etmiştir.

Bu yılların Türkiye ekonomisi dış yatırımlara bağımlı, işsizliğin yüksek olduğu ve inşaat ekonomisine sırtını dayamış bir yapıyı oluşturmuştur. Tarım sektörünün ekonomi içerisindeki payının azalması proleterleşmeyi doğurarak toplumu ücretli yaşama itmiştir. İşgücü oranının ve işsizliğin fazla oluşu ise esnek sendikasız ve güvencesiz çalışma ortamlarının artması ile sonuçlanmıştır (Orhangazi, 2019: 326). İnşaat sektörüne dayalı büyüme, dış borçlanmayı arttırmış ve ekonomik dengelerin bu sektöre doğru kaymasını beraberinde getirmiştir. Ekonominin merkezi haline gelen inşaat sektörü büyük bir ivme yakalayarak patlama yaratmıştır. Neo- liberal politikalar, küresel ölçekteki yatırım furyası ve 2001 krizinin hızlıca aşılması için oluşturulan yol haritası İnşaat sektörünün önem kazanmasına yol açmıştır. Türkiye açısından bu sektörün büyümesinin hegemonik ve dönüştürücü bir anlamı ortaya çıkmıştır. 2002 yılında yönetime geçen AKP iktidarının inşaat temelli ekonomi politikaları hem muhafazakâr-liberal kanadın büyümesine hem de yeni bir sermaye birikiminin yaratılmasına olanak tanımıştır (Yeşilbağ, 2016: 617). Bu yıllardan itibaren toplum ve sermaye sınıfı AKP iktidarının hegemonya projesi ile dönüştürülmeye çalışılmıştır.

2.4. Türkiye'de Basından Medyaya Dönüşüm

Türkiye'de basının medyaya dönüşümünü anlamak için ülkenin içerisinden geçtiği siyasi ve ekonomik olayları Osmanlı'dan günümüze kadar değerlendirmek gerekmektedir. Osmanlı İmparatorluğunda matbaa ve gazetecilik faaliyetleri, batıya göre oldukça geç başlamıştır. Çıkarılan ilk gazeteler yabancılar tarafından çıkarılmış ve konuları sınırlı tutulmuştur. 19. yy basın tarihi açısından önemli bir dönüm noktasıdır çünkü Osmanlı imparatorluğu o günün tarihsel koşullarına ayak uydurmak adına, çeşitli reformlara imza atmıştır. Tanzimat Fermanı'nın getirdiği yenilikler ve halk içerisindeki dinamik yapı, basının ortaya çıkışını hızlandırmıştır. İmparatorluk sınırları içerisindeki ilk gazete, Fransızlara ait olan Bulletin de Nouvelles'dir (Kızılca, 2016: 73-74). Haber bülteni niteliğini taşıyan bu gazete, Fransa karşıtı fikirlerin yeşermesini önlemek amacıyla İstanbul'da dağıtılmıştır. Bu dönemde Bulletin de Nouvelles dışında da Fransızca birçok gazete çıkartılmış ve önemli ticaret şehirlerinde okuyucu ile buluşturulmuştur. Okuyucular bu gazeteleri genellikle diplomatik ve ticari gelişmeler hakkında fikir sahibi olmak için takip etmiştir. Genel hatlarıyla O dönemin gazeteleri devlet arasında tırmanan gerilimlerin ve kapitalist toprak bölüşüm ilişkilerinin propagandasını yürütmede önemli bir rol oynamıştır (Koloğlu, 2023: 21-23).

1820'li yıllarda Osmanlı devletinde, matbaa ve basın faaliyetlerinde kayda değer bir artış yaşanmıştır. Mehmet Ali Paşa tarafından Mısır'da kurulan Bulak Matbaası ve ardından İstanbul içerisinde kurulan matbaalar basın hayatını canlandırmıştır. Kahire'de yayın hayatına başlayan ve ilk yerli gazete olma niteliğini taşıyan *Vekay-i Mısriye* 20 Kasım 1928'de kurulmuştur. Yarı Arapça yarı Türkçe yayın yapan bu gazete, sonrasında kurulan diğer yerli gazetelere öncü olmuştur. İstanbul içerisinde kurulan ve Türkçe yayın yapan ilk gazete ise; *Takvim-i Vakayi'dir*. Padişah 2. Mahmut'un girişimleriyle yayın hayatına başlayan *Takvim-i Vakayi* ilk etapta haftalık çıkarılmıştır. *Takvim-i Vakayi* iç ve dış hatlarda olan olayları halka duyurmayı amaçlamış ve modernleşme hareketinin bir halkasını oluşturmuştur. *Takvim-i Vakayi*

gazetesinin ardından yayın hayatına atılan *Ceride-i Havadis* Gazetesi Türkçe yayın yapan ikinci gazetedir. Bu gazete Osmanlı Devletinde, vefat ilanlarından gelir elde etmiş ve bu ilanları yayınlamış ilk gazetedir. Özel sermaye ile yayın hayatına başlayan ilk gazete ise *Tercüman-ı Ahval'dir*. Agah ve Şinasi efendinin girişimleriyle kurulan bu gazete farklı konulara değinmiş ve toplumun geniş bir kesiminde yankı uyandırmıştır. *Tercüman-ı Ahval'in* ardından yayın hayatına atılan ve kitlelerin fikirlerini ön plana çıkaran bir diğer gazete Şinasi efendin imtiyaz sahibi olduğu *Tasfir-i Efkar*'dır. Bu gazete toplumun fikirlerini önemseme ve siyasi konulara girme noktasında basın tarihinde bir ilke imza atmıştır. Genel hatlarıyla Tasfir-i Efkar yalın bir dil kullanmaya özen göstermiş ve toplumun gerçek fikirlerini okuyucuları ile buluşturmuştur (Topuz, 2003; 14-29).

Basın tarihi irdelendiğinde basına konulan ilk yasakların Osmanlı İmparatorluğu'nda uygulandığı görülmektedir. Basın tarihindeki ilk yasak 1858 Ceza Kanununda yürürlüğe girmiştir. Bu kanun ile; aykırı hiciv, uygun olmayan görseller ve hakaret sayılabilecek yayınların basılması yasaklanmıştır. Ceza Kanunun ardından Matbuat Nizamnamesi, Ali Yüksek Kararnamesi gibi yasalar kanunlaştırılmıştır. Basın tarihinin en sansürlü ve yasaklı dönemi ise istibdat dönemi'dir. Bu dönem boyunca gazeteler denetimlere, keyfi kapatmalara ve sansürlere maruz bırakılmıştır (Topuz, 2003: 44). 1911 yılında faaliyete geçen Osmanlı Telgraf Ajansı ise imparatorluk sınırları içerisindeki ilk yerli haber ajansıdır. Salih Gürcü'nün girişimleriyle faaliyete başlayan bu ajans, Havas ve Reuter'den gelen haberleri yurt içinde yaygınlaştırmıştır. Devletten gelen finansal yardımlar ve dış ajanlar ile imzaladığı anlaşmalar Osmanlı Telgraf Ajansını büyütmüştür. 1914 yılında ise mevcut yönetim tarafından, dış devletlerin propagandasını yaptığı öne sürülerek kapatılmıştır. Bu ajansın ardından devlet eliyle kurulan Osmanlı Milli Telgraf Ajansı, Alman ajanları ile ortak hareket ederek, faaliyet yürütmüştür. Almanların 1. Dünya Savaşını kaybetmesinin ardından Osmanlı Milli Telgraf Ajansının görevi sonlandırılmış ve kapatılmıştır. 1920 yılında faaliyete başlayan Türkiye-

Havas - Reuter Ajansı, Kurtuluş Savaşı esnasında haberleri yaygınlaştırmıştır. Kurtuluş Savaşının sona ermesinin ardından bu ajansın yerini ve rollerini Anadolu Ajansı üstlenmiştir.

Türkiye'de basın geçmişten günümüze kadar olan süreçte, yasaklardan, sarp ve engebeli yollardan geçerek gelişmiştir. Osmanlı İmparatorluğunda ortada sayıca az gazete olmasına rağmen devlet erkanları tarafından, basın kanunları çıkarılmıştır. Böylesine kısıtlamaların ve yasakların olduğu dönemde basın ortamı gelişememiş ve geri kalmıştır (Alemdar, 2009: 3). Ancak tüm bu sınırlılıklara rağmen Kurtuluş savaşı esnasında basın çok önemli bir rol oynamış ve kitlelerin enformasyon ihtiyacını karşılamıştır. Kurtuluş Savaşını ve direnişi destekleyen gazetelerin varlığı, toplumun direncini savaş boyunca diri tutmuştur. *Iradei Milliye, Hâkimiyeti Milliye, Yeni Gün ve Hukuku Beşer* gibi gazeteler Anadolu'da ve Ulusal çapta bir irade koyarak yayıncılık yapmış ve direnişe katkı sunmuştur (Topuz, 2003: 74-75). Bu dönemde en az gazeteler kadar dergilerde basın hayatını şekillendirmiş ve farklı görüşleri okuyucu ile buluşturmuştur. Özellikle Ankara olmak üzere Anadolu'nun birçok bölgesinde yayın faaliyetinde bulunan dergiler, kurtuluş savaşını destekleyen yazıları yayınlamıştır. 6 Nisan 1920'de ulusal ve uluslararası gelişmeleri topluma aktarmak amacıyla; Anadolu Ajansı kurulmuştur. Anadolu Ajansı savaş esnasındaki bilgi açıklığını kapatmamak ve iletişim eksikliğini gidermek adına ulusal bir yayın politikası yürütmüştür (Bengi, 2012: 301). Genel olarak kurtuluş savaşında, basının mecralarının etkinliğinin arttığı ve bu mecraların çeşitli görevleri yerine getirdiği görülmektedir.

1919-1945 dönemi yeni kurulan cumhuriyetin ve ideolojinin halk nezihinde pekiştirilmeye çalıştırıldığı dönemdir. Dönem boyunca atılan her adım, bir şekilde basın mecralarını da etkileyerek, basının ulusal çapta gelişmesini sağlamıştır. 1928 yılında gerçekleşen harf devrimi, ilk etapta gazete tirajlarının düşmesi ile sonuçlansa da ileriye dönük okuryazar oranını arttırmıştır. 1930'lu yıllar özel girişim ile kurulan *Kadro, Fikir Hareketleri, Varlık* gibi edebiyat dergilerinin ortaya çıktığı yıllardır (Kologlu, 2023: 119). Cumhuriyet

döneminin ilk basın yasası ise 1931 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu yasayla göre bazı ideolojileri savunmak ve bu ideolojiler hakkında taraflı yayın yapmak yasaktır. Matbuat ve Ceza kanunları hükümete geniş yetkiler tanımlayarak, basın mecralarının hareket alanlarını daraltmıştır. Özellikle 1931-1938 yılları arasında gazeteler keyfi kapatmalar ile karşı karşıya kalmış ve sınırlı bir özgürlük alanı içerisinde yayıncılık yapmıştır. Dönemin önde gelen ulusal gazeteleri *Cumhuriyet, Tan, Son Posta* ve *Akşam*'dır. 1939-1941 yılları arasında Basın Yayın Genel Müdürlüğü tarafından gazetelere çeşitli kısıtlamalar getirilmiştir. İkinci Dünya Savaşı ve savaşa katılan devletler ile alakalı yayıncılıklar belli çerçeveler ile sınırlandırılmıştır (Topuz, 2003: 163-165). 1950-1960 dönemi Demokrat Partinin iktidara geldiği ve çok partili hayata geçiş yapıldığı dönemdedir. Dönemin gazeteleri DP'nin iktidara gelişini olumlu karşılamış ve desteklemiştir. DP'nin ilk iktidar olduğu dönemde basının önündeki kısıtlamaların birçoğu kaldırılmış ve basın işçilerinin çalışma koşulları düzenlenmiştir. Önceki dönemlerde basın suçu olarak kabul edilen suçlara ve cezalara yönelik af yasası yürürlüğe girmiştir (Kaya, 2010: 94). Ancak 1954 döneminden itibaren basına verilen özgürlük rüzgârı tersten esmeye başlamıştır. DP iktidarının 2. döneminde basına yönelik kısıtlamalar ve sansür uygulamaları hayata geçirilmiştir. Bu uygulamaların yanı sıra basın ilan gelirleri de eşitsiz bir şekilde bölüştürülmüştür. Hükümete yakın olan gazetelerin ilan sayılıları muhalif olan gazeteler ile kıyaslandığında, ilan gelirlerinin iktidara yakın gazetelere aktarıldığı görülmüştür. DP iktidarının son yıllarına doğru basın işçilerinin çalışma koşulları ağırlaşmış ve sendikal hakları kısıtlanmıştır (Çakır ve Yavalar, 2017: 263).

27 Mayıs 1960 yılı, Türkiye'deki darbeler kronolojisinin ilk halkasını oluşturmuştur. Askeri yönetim DP'nin iktidarına son vererek yönetimin başına geçmiştir. 1960 Darbesi hem toplumda hem de basında büyük bir yankı uyandırmıştır. Gazetelerin birçoğu manşetlerine darbeyi ve Yassıada davasını taşımıştır (Şahin, 2023: 726). Darbe sonrası hazırlanan 1961 Anayasası basının özgürce hareket edebileceği maddeleri içermiştir. 1961 Anayasası basının

özgür olduğunu, yayın yasağı koyulamayacağını, gazete ve dergilerin keyfi kapatılamayacağını 22 ile 23. maddelerde deklare etmiştir. Bu maddelerin yansıra gazetecilere, kıdem hakkı, ölüm tazminatı ve çalıştığı kurumun kapaması durumunda tazminat gibi birçok hak 212 sayılı kanunla tanınmıştır (Topuz, 2003: 228). 212 sayılı kanunun ardından medya patronları fikir işçilerine tanınan haklardan rahatsız olarak 3 gün gazete çıkarmama eyleminde bulunmuştur. Tarihe 9 patron olayı diye geçen bu protesto gazetecilerin karşı direnişiyle sonuçlanmıştır (Üstün, 2009: 194). Zaman içerisinde 1961 Anayasası'nın getirdiği basın özgürlüğünün ötekini eleştirmek üzerine bir özgürlük olduğu gazeteciler tarafından anlaşılmaya başlamıştır. Döneme tanıklık etmiş gazeteci Bedii Faik, darbe sonrası dönemi şu ifadeler ile anlatmaktadır; *"Gazetecilik açısından ilk günler hudutsuz bir hürriyettir, ama anlatılır gibi değildir. Sonra fark ettik ki bu hürriyet yalnız devirdikleri iktidara karşı, onlara yönelik bir hürriyettir*" (Gezgin, Polat ve Arcan, 2015: 78). Bu bağlamda değerlendirildiğinde, basına verilen her özgürlüğün sınırlı ve ötekine karşı bir özgürlük olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Türkiye'de gazetecilik muhalefetteyken iktidarı eleştirmek için muazzam bir araç olarak görülmektedir. İktidar savaşı kazanıldığında ise eleştirel basının sesi ya kısılmakta ya da yok edilmektedir.1960 sonrasında, hükümetin tutumlarına karşı eleştirel yazılar yazan gazetecilerin ve yazarların tutuklanması, *Öncü* Gazetesinin kapatılması gibi olaylar basın özgürlüğüne gölge düşürüldüğünün göstergeleri arasındadır.

2.4.1. 1980 Sonrası Türkiye'de Medya Yapısının Değişimi

12 Eylül 1980'e kadar Türkiye hızlı ve çarpık iktisat politikaları uygulayarak gelişmeye çalışmıştır. Bu hızlı ve çarpık iktisat politikaları, siyasi krizlerin tırmanmasına ve toplumsal çatışmaların artmasına zemin hazırlamıştır. Siyasi çatışmalar ve büyüyen ekonomik krizler, askeri darbeler ile bastırılmaya çalışılmıştır. Böylesi bir siyasi ve ekonomik iklimde hayatta kalan basın mecraları, 1960'lı yıllar ile sermaye çevrelerine entegre olmaya başlamıştır. Gazeteler mali olarak ayakta kalmak için; sermaye çevrelerinin denetimi altına girmeyi tercih

etmiştir. Sermaye çevrelerinin kontrolü altına girmek istemeyen gazeteler zamanla ekonomik yükü kaldıramayarak iflas etmiştir. 24 Ocak Kararları ile başlayan neo-liberal dönüşüm basın mecralarını da etkileyerek basının ticari yönünü ön plana çıkarmıştır (Adaklı, 2006: 137-138). Radyo, televizyon, gazete ve internet gibi mecralar farklı sektörler ile bir araya getirilerek yapısal bir dönüşüm çağı başlatılmıştır. Küçük ölçekli basın işletmelerinin geleneksel yapısı erozyona uğramıştır. Basın işletmelerinin büyük medya endüstrilerine dönüşümü, kontrol yapısını sermaye gruplarının eline bırakmış ve basının göreli özerkliğini kaybetmesine neden olmuştur. Önceki dönemin kamusal yayın anlayışı terk eden ve kâr edilebilecek eğlence ürünlerine yönlenen basın mecraları medya döneminin fitilini ateşlemiştir. Basın işletmelerinin medya endüstrilerine dönüşümü devlet, medya, sahiplik ve Halk arasındaki ilişkileri yeni bir düzleme çekmiştir. Neo-liberal politikaların etkisiyle, Medya endüstrileri ulusal ve uluslararası şirketlerin denetimine girerek tekel konumuna ulaşmıştır (Kaya, 2016: 249-250).

Türkiye'de basının yapısal dönüşümün temel sebepleri 24 Ocak Kararları ve 12 Eylül askeri darbesidir. 24 Ocak Kararları ile devletin uyguladığı çeşitli sübvansiyonların kaldırılması kâğıt fiyatlarını artması ile sonuçlanmıştır. Bu kararların ardından gelen 12 Eylül askeri darbesi ise; basının çoklu sesini kısarak, basın mecralarını tek tipleştirmiştir. Basın mecraları bu dönemde ekonomik ve siyasi yaptırımlar ile karşılaşarak, kapitalizm ile bütünleşmeye başlamıştır. Küresel düzene ayak uydurmak adına büyük reklam ve medya şirketleriyle çeşitli anlaşmalar imzalanmıştır. Reklamcılığın, kamu yayıncılığının önüne geçmesi ile başlayan basın dönüşümü promosyon savaşları ile devam etmiştir. Basın işletmeleri, reklam gelirlerinden gelen karı arttırmak için promosyon gazeteciliğine yönelerek, tirajı arttırmayı hedeflemiştir (Koloğlu, 2023: 144). Basın mecralarının medya endüstrilerine evirilmesi mevcut yönetimin ekonomik seçimlerinin sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Türkiye'nin seçtiği bu dışa açık ekonomik model Turgut Özal hükümetiyle beraber pekiştirilmiştir. Özal hükümetinin dışa açık ve özelleştirme temelli iktisat politikaları, medya dönemine geçişi başlatmıştır. Küreselleşen

dünya düzenine ayak uydurmak adına ortaya atılan "yeni sağ " projesi neo-liberal politikalar ile birlikte desteklenerek hayata geçirilmiştir. "Transformasyon" söylemi ile ifade edilen yeni ideolojik düzen, enformasyon yatırımlarını bir hayli arttırmıştır (Kaya, 2016: 251). 1990'lı yıllara gelindiğinde medya döneminin meyveleri toplanmaya başlamıştır. Bir dizi yapısal dönüşümün yanı sıra Özal iktidarı basının zor bir sınavdan geçtiği sıkıntılı bir dönemdir. Bu yıllarda saldırıya uğrayan, katledilen ve cezaevinde tutuklu olan gazetecilerin sayısı oldukça fazladır. Gazetelere verilen cezalar, Terörle Mücadele Kanunu ve Muzır Yasası gibi yaptırımlar ile karşılaşan basın işletmeleri zor yıllardan geçmiştir (Topuz, 2023: 275).

Türkiye 90'lı yıllardan 2000'li yılların başına kadar olan süreçte siyasi kargaşa ve istikrarsız ekonomi politikaları ile yönetilmiştir. Hükümetlerin politikalarını eleştiren basın çalışanları hapis, tehdit ve ölümle cezalandırılmıştır. Bu cezaların yanı sıra basın çalışanları oto sansür ücret ve esnek çalışma koşullarına mahkûm edilerek baskı altına alınmıştır (Topuz, 2023). Neo-liberal politikalar ve küreselleşme hamleleri ise basın alanın holdingleşmesi ile sonuçlanmıştır. *Hürriyet* ve *Sabah* Gazetelerinin ticari bir işletmeye dönüşmesi "transformasyon politikalarının" bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Basın işletmelerinin medya endüstrilerine dönüşümü basınla ilgisi olmayan sermaye gruplarının ilgisini çekmiştir. Türk basın tarihindeki ilk tekelleşme ve holdingleşme çabaları iş insanı Asil Nadir'in medya sektörüne yatırım yapmasıyla başlamıştır. Simavi Ailesinin mülkiyetinde bulunan işletmeleri Asil Nadir'e satmasıyla birlikte tekelleşmenin ilk adımları atılmıştır. Simavi Ailesinin yanı sıra diğer medya patronlarının da gazete ve dergilerini satın alan Asil Nadir medya patronu olma yolunda önemli yatırımlar yapmıştır. Dönemin diğer holdingleşen medya mecraları arasında ise Doğuş Grubu, Çukurova Grubu, Doğan Grubu, Tugay Ciner Grubu ve Erol Aksoy Grubu gösterilebilir. Bu sermaye grupları teker teker irdelendiğinde bankacılıktan inşaata kadar birçok farklı sektörde faaliyet gösterdiklerine ulaşılabilir. Çeşitli sektörleri bünyesinde toplayan bu gruplar, medyayı da bu sektörlerin içerisine alarak çapraz bir sahiplik yapısının oluşmasına

neden olmuştur. Medya sektörü birikim, siyasal güç ve denetim eksenli bir yapıya geçiş yapmıştır (Tokgöz, 2010: 40-46).

Gazeteci kökenli gazete sahiplerinin tasfiyesi ile başlayan yapısal dönüşüm süreci magazin ağırlıklı haberciliğe ağırlık kazandırmıştır. Gazeteciliğe dair birçok etik kural, kâr ve birikim uğruna çiğnenmeye başlanmıştır. Örneğin, *Sabah* Gazetesi etik kurallarının hiçe sayıldığı ve medya çağının ürünlerinin toplanmaya başladığı ilk gazetelerdendir. Patronlar medyayı, güç ve prestij kazanılacak bir yatırım aracı olarak görmüş ve gazeteler üzerinden ihalelerden yararlanılmaya çalışılmıştır. Medya siyasi ve ekonomik çıkarlar doğrultusunda ikna etme ve etkileme aracı olarak kullanılmıştır. Medyadan bir silah yaratan patronlar, kredi ve teşviklerden yararlanarak rant ve tekelleşme çağını ortaya çıkarmıştır. 90'lı yıllar Türkiye medyasının holdingleştiği ve devasa rantların sağlandığı dönemdir. Medya örgüleri üretimden pazarlamaya pazarlamadan dağıtıma kadar kabuk değiştirmiş ve yeniden yapılanma sürecine gitmiştir (Tokgöz, 2010). Bu yeniden yapılanma süreci ise medyada İstanbul tekelini doğurmuş ve devasa medya plazalarını yaratmıştır. İkitelli ve Güneşli'de öbekleşen medya grupları, İstanbul iktidarını meydana getirmiştir. İstanbul'da yoğunlaşan medya faaliyetleri, anti-demokratik ve otoriter bir karar alma mekanizması ile yönetilmeye başlanmıştır. Neoliberal politikalar ekseninde şekillenen medyanın yeni dönemi, yazı işleri ve editörleri daha hiyerarşik bir modele doğru iterek, sınıfsal pozisyonlarının değişmesine neden olmuştur (Sönmez, 2010: 34). Medya patronları ile daha bütünleşik ilişkiler içerisine giren gazeteciler editoryal bağımsızlıklarını ve kimliklerini giderek kaybetmiştir. Gazetecilerin kaybettikleri değerler patronları güçlendirerek medyayı patronajlı ve güvencesiz çalışma ortamlarına dönüştürmüştür.

2.4.2. 2000 Sonrası Türkiye'de Medya: Ekonomik Kriz ve Siyasi Etkiler

Medyadan kâr elde etme savaşı, özel televizyonların kurulması, promosyonların önem kazanması ve kartel anlaşmaları ile şekillenerek, bugün ki devasa medya tekellerini yaratmıştır. Basılı medyanın yanı sıra kurulan özel televizyonlar reklam ve pazarlamaya başka boyutlar

kazandırarak oligopol medyanın kurulmasında önemli bir rol oynamıştır. Uzan Grubu, Aksoy Grubu ve Doğan Grubu'nun özel televizyonlara yatırım yapmasıyla birlikte TRT'nin tekelinde olan görsel ve işitsel alan yavaş yavaş özel sektörün eline geçmiştir. Bu gruplar rekabetin dışında kendi aralarında yazılı basın ve reklam fiyatları gibi konularda ortaklaşa hareket ederek medya alanına kök salmışlardır. Doğan ve Bilgin Gruplarının anlaşması ile kurulan BİR-YAY ve BİMAŞ medya alanında hegemonya oluşturarak bu gruplara güç kazandırmıştır. 1990'lı yıllarda medya alanı patronların hüküm sürdüğü, sendikaları tasfiye edildiği ve yıldız gazetecilerin yaratıldığı alanlara evirilmiştir. Ücret eşitsizliğinin derinleştiği ve taşeronlaşmanın arttığı medya ortamları patronların kâr ettiği endüstrilere çevrilmiştir. 1998'lı yılların başında ise, ulus aşırı yapılan anlaşmalar ile küresel tekel bir medya ağı Türkiye de hüküm sürmeye başlamıştır. Doğan grubunun hisselerini yabancı şirketlere satmasıyla birlikte küresel bir medyaya ortaklığına geçiş yaşanmıştır. CNN-Türk kanalının yayın hayatına başlaması, Time Warner – Doğan Medya ortaklığının televizyon dünyasındaki ilk örneğini oluşturmuştur. Doğan Medyanın ardından Bilgin ve Doğuş Grupları da ulus aşırı şirketler ile anlaşmalar imzalayarak, küreselleşme sürecininim bir parçası olmuştur. 2000'li yıllara gelindiğinde medya Doğan ve Bilgin gruplarının oluşturduğu oligopol piyasanın tekelindedir (Tokgöz, 2010: 45-50). Ancak 2000'li yıllarda etkisini hissettiren ekonomik kriz ve AKP'nin iktidara gelmesi, medyanın oligopol yapısında değişimlere yol açmıştır. AKP'nin iktidara gelmesiyle birlikte medya sahipliğinde, gazetelerin yayın politikalarında ve köşe yazarlarında önemli değişiklikler yaşanmıştır. Medyanın sahiplik yapısında yaşanan bu gelişmeler Doğan gibi büyük medya gruplarının tasfiyesi ile sonuçlanmıştır. AKP hükümetine yakın yayınlar yapan medya grupları, sektörün yeni sahibi haline gelerek, oligopol yandaş bir yapıyı meydana getirmiştir. Medyanın yeni mülkiyet ilişkileri, muhalif basın üzerinde bir baskı yaratarak, hükümet eksenli bir yayıncılığı benimsetmek istemiştir. 2007 yılı itibariyle medyanın sahiplik yapıları ve denetim mekanizmaları el değiştirmeye başlamıştır. Uzan, Ciner, Çalık, Çukurova

ve Doğan Grubu el koyulma ya da satın alma yoluyla el değiştirilmiştir. Medyanın yeni aktörleri ise AKP ile dirsek teması olan gruplardan oluşturularak bugün ki medya yapısına ulaşılmıştır (Saran, 2014: 356-359).

AKP ve medya arasında kurulan ilişkiler oldukça hararetli ve yoğun bir biçimde yaşanmıştır. Doğan, Bilgin ve Uzan gibi grupların tasfiyesinin ardından şekillenen medyanın yeni mülkiyet ilişkileri "yeni sağ projesini" destekler biçimde oluşmuştur. Medya Sahipliği İzleme Projesi'nin (Media Ownership Monitor - MOM) 2021 yılında güncellediği "Medya Sahipliği" raporu medyanın yeni patronlarının iktidarla olan ilişkilerini gün yüzüne çıkarmaktadır. En fazla okunan ve izlenen medya mecraları ayrı ayrı kategorize edildiğinde ilk 10 içerisinde dijital mecralarda 7, basılı gazetede 8 ve TV dünyasında 9 kanal AKP iktidarı ile yakın ilişkiler geliştiren medya gruplarından oluşmaktadır. Demirören, Kalyon, İhlas, Ciner, Doğuş, Türk Medya ve Albayrak gibi gruplarından oluşan ve ilk 10'da yer alan bu medya sahiplik yapıları iktidarla ekonomik ve siyasi ilişkiler içerindedir. Ticari çıkarlar açısından bakıldığında, Demirören, Ciner, Kalyon, Albayrak, İhlas ve Doğuş grupları medya dışında maden, turizm, enerji ve inşat gibi sektörlerde faaliyet yürütmektedir. Bu gruplar incelendiğinde birçok kamu ihalesinde ve projesinde yer aldığı tespit edilmiştir. Örneğin: Demirören Grubu, Doğan Grubunu satın alırken, Kamu bankası olan Ziraat Bankasından faydalanmıştır. Doğuş Grubu metro inşatları, Galataport'un yapımı ve Hidroelektrik Santrali gibi birçok kamu işini almıştır. Kalyon Grubu İstanbul Büyükşehir Belediye'sinden gelen bütün ihaleleri kazanmıştır. Albayrak Grubu ise; İnşaat'tan enerjiye birçok farklı sektörde kamu ile iş birliği içerisindedir. Hem medya hem de medya dışı sektörlerde güçlü mülkiyet ilişkilerine sahip olan bu yapılar, iktidar ile iş ilişkilerini geliştirmiştir.

Her grubun başka sektörlerde yürüttüğü faaliyetler çapraz tekelleşmenin yüksek derecelere çıkması ile sonuçlanmıştır. Aynı zamanda bu gruplar medya sahipliği açısında da yatay bir yoğunlaşma eğilimi göstermiştir. Bu sermaye gruplarının hızlıca büyümesindeki

başlıca sebep iktidarla ile kurulan yakın ilişkiler olarak gösterilebilir. Hükümet tarafından sunulan kamu ihaleleri, BİK ilanları ve reklamlar, bu grupların piyasa içerisinde hegemonya kurmasına yol açmıştır. İktidar ve sermaye grupları arasındaki çıkar ilişkileri siyasi bir denetim ağını, medya ilişkileri içerisine yerleştirmiştir. Bu siyasi denetim ağını, ticaretin yanı sıra ulusal haber ajanslarında da görmek mümkündür. Anadolu Ajansı (kamu ajansı), Demirören Haber Ajansı ve İhlas Haber Ajansı gibi ulusal ajanslar piyasaya haber dağıtan en büyük ajanslarıdır. Bu ajanlar oligapol bir piyasa oluşturarak, gazeteler üzerinde etkili olmaya çalışmaktadır. Özellikle seçim dönemlerinde kamu ajansı olan Anadolu Ajansının Muhalefet partilerine yönelik tutumları siyasi denetim mekanizmalarını açığa çıkarmaktadır. Bunların yanı sıra yazılı basının dağıtım işi Turkuaz Medya'nın (Kalyon Grubu) elindedir. Demirören grubuna ait Yay-SAT'ın kapatılmamasının ardından piyasada tekel haline gelen Turkuaz Dağıtım, bütün piyasayı elinde tutmaktadır. Medya da AKP sonrası şekillenen yeni sermaye grupları, yönetimin çoğunluğu erkeklerden oluşan tekel bir organizasyon yaratmıştır. Üretimden dağıtıma kadar oluşan bu çapraz sahiplik ilişkileri medya çoğulculuğu açısından tehlike arz etmektedir. İktidara karşı muhalif olan basın organları ise ilan kesme, kapatılma ve dava gibi yaptırımlar ile yıpratılarak ortadan kaldırılmaya çalışılmaktadır. Bu yıpratmaların en güncel örnekleri arasında, BİK tarafından süresiz ilan kesme cezası verilen *Evrensel* Gazetesi gösterilebilir. Eleştirel tavır takınan birçok gazete yandaş gazeteler ile kıyaslandığında BİK tarafından dağıtılan ilanlardan daha az yararlanmaktadır. Ekonomik ve siyasi olarak baskı altında tutulan muhalif basın grupları, devasa medya grupları ile mücadele etmeye çalışmaktadır. Okuyucular ve medya çalışanları bu grupların oluşturduğu çembere sıkışıp kalarak, antidemokratik bir medya sürecinin parçası olmaktadır.

Tekelleşme tarihsel süreçte, medyayı dikey, antidemokratik ve otoriter bir yapıya doğru sürüklemiştir. Medya sektöründe "yıldız olma peşinde" koşan medya çalışanları, sermaye gruplarının oluşturduğu patronajlı yapıya destek vermiştir. Patronajlı yapının büyümesi, medya

içerisindeki ilişkileri yatay ilişkilerden dikey ilişkilere doğru kaydırmıştır. Daha diktatoryal ilişkilerin medya içerisinde ortaya çıkması, editoryal bağımsızlığa gölge düşürmüştür (Sönmez, 2010: 149). Çapraz tekelleşmeden dolayı basın çalışanları, sermaye grubunun çıkarları ile ters düşecek haberlerde otosansür uygulamak durumunda bırakılmıştır. Medyanın patronajlı yapısı, anti-sendikal çalışma koşullarını dayatarak, basın çalışanlarını esnek ve güvencesiz çalışma ortamlarına hapsetmiştir. Haber üretim pratikleri, editörler, reklam verenler ve sermaye grupları arasında biçimlendirilerek değiştirilmiştir. Reklam ve pazarlama gibi kaygılar, kamusal yayıncılığın önüne geçerek, haberleri magazinsel bir boyuta taşımıştır. Haberlerin sunum tarzının ajitatif ve magazinsel hale getirilmesi yaşam koşulları kötüleşen toplumsal yığınlar açısında ideolojik bir işlev görmektedir (Özsever, 2004: 147). Reklam faaliyetlerinin yoğunlaşması ise; kapitalizmin meta üretimi ile ilişkilendirilmektedir. Medyada tekelleşme, demokrasinin önüne geçerek, büyük medya endüstrilerini ortaya çıkarmıştır. Bugün medya kamusal yayıncılığın uzağında, sahiplik ve denetim ilişkileri içerisinde yürütülmektedir.

2.5. Patronsuz Gazetecilik Olgusu

Patronsuz gazetecilik kavramını açıklamadan önce patronsuz ve alternatif bir gazeteciliğe neden ihtiyaç duyulduğunu açıklamak daha doğru olacaktır. Basın sektörünün ticari işletmelere dönüşümü halk nezdinde gazetelere ve gazeteciliğe olan güveninin azalmasına yol açmıştır. Kamusal yayın çerçevesinin ticari kaygılar nedeniyle değişmesi şeffaf yayıncılığın önüne geçmiştir. Reklamcılık, holdinglerin ve kapitalizmin ihtiyaçlarını karşılamak adına medyayı ele geçirmiştir. Reklam odaklı ilerleyen medya süreçleri basın ve gazeteciliği erozyona uğratmıştır. Medyanın reklamcılık odaklı yürütülen politikaları, belirli sermaye gruplarının ilgisini çekerek, bu alana yatırım yapılamasını sağlamıştır. Sermaye gruplarının elinde toplanan medya sektörü, kamusal yayıncılıkla bağdaşmayan yayıncılık faaliyetleri yürütmeye başlamıştır (McChesney, 2006: 173-174). 21. yy. itibariyle gazetecilik mesleği ve kültürü, reklamdan bağımsız düşünülemeyen bir noktaya ulaşmıştır. Gazeteciler çalıştığı kurum ve maddi kaygılar nedeniyle

mesleğin getirdiği etik değerleri çiğnemek ve ihlal etmek durumunda bırakılmıştır. Medya dönemi ile birlikte, yüksek tirajlar uğruna terk edilen kamusal yayıncılık yerini sansasyonel haberlere bırakmıştır (McChesney, 2006: 72). Düşünsellikten uzak skandallar ile dolu olan bu habercilik anlayışı gerçek haberlerin önünü keserek, toplumsal hafızaya biçimlendirmektedir. Yeni habercilik anlayışı "fikirsel gazeteciliği" yok ederek, toplumların demokratikleşme ve sivilleşme adımlarını yavaşlatmaktadır. Fikirsel basın, toplumun kültürel gelişimine ket vuran magazin haberciliğinin panzehir olarak değerlendirilebilir (Güngör, 2009: 758).

Reklam, kâr ve yüksek tiraj uğruna, hikayeleştirerek sunumu yapılan içerikler, haberin özünü değiştirmektedir. İçerik haberleri, PR çalışmaları ve tanıtım reklamları okuyucuyu manipüle ve ikna etmeye çalışan, yeni gazeteciliğin kodları haline gelmiştir. Teknolojinin gelişmesi, medyanın dijitalleşmesini sağlayarak örtülü reklamcılığa alan açmıştır. Dijital mecralar, okuyucuların dikkatini pazarlayarak, bireylerden küresel çapta bir meta yaratmıştır. Sektörel olarak değerlendirildiğinde, reklam gelirlerinin kısıtlı olması şirketler ve medyalar arası bir rekabeti de körüklemiştir. Şirketler kısıtlı reklam gelirlerinden yararlanmak ve kâr elde etmek adına, daha sansasyonel içeriklere yönelmiştir. İçi boş eğlence ürünlerinden oluşan bu içerikler, kültürel ve ideolojik anlamlar üreterek, tüketim evrenini yaratmıştır. Reklam endüstrileri diğer kültür alanlarını besleyerek, kitlesel bir tüketim ağını yeniden üretmiştir. (Özsever, 2004). 21. Yüzyıl'da gazetecilik mesleği ise giderek emek sömürüsüne daha esnek ve daha açık bir hale gelmiştir. Enformasyon çağı ile birlikte, haber üretim pratikleri endüstriyel ve küresel bir boyuta taşınarak aynılaştırılmıştır. Haber etiği ve değerleri hiçe sayılarak üretilen içerikler gazetecilerin emeğine olan yabancılaşmayı arttırmıştır. Dijital medya gazetecilerin ve kullanıcıların emeği üzerinden artı değer üreten ticari işletmelere dönüştürülmüştür (Bayram, 2022: 157-158). Bu mecraların karanlık yüzü katılımcılık, özgürlük, üretim ve demokrasi gibi kavramlarının arkasına sığınarak örtbas edilmektedir. Bunların yanı sıra dijital mecralar, editöryel bağımsızlık ve kontrol, yurttaş gazeteciliği, yalan haber, mahremiyet, güvenirlik ve

telif gibi birçok noktada çelişkilerin doğmasına neden olmaktadır. Teknolojik aletler ve aplikasyonlar sayesinde; içerik, haber ve bilgi tüm yerküreye hızlıca yayılmaktadır. Küreselleşme, teknoloji ve dijital mecralar; izleyici, basın çalışanları ve şirketler arasındaki ilişkiyi giderek muğlak ve sömürüye açık bir boyuta taşımıştır (Binark ve Bayraktutan, 2013: 39).

90'lı yıllardan itibaren, anaakım medyanın kimliğinin belirginleşmesi ve eleştirel çalışmaların yoğunlaşması Alternatif medyanın olgunlaşmasını hızlandırmıştır. Anaakım medyanın keskinleşmesi karşıtını yaratarak alternatif medya pratiklerinin doğmasına yol açmıştır. Anaakım medya, genel hatlarıyla var olanı meşrulaştıran ve neoliberal politikaları doğallaştıran bir yayıncılık anlayışına sahiptir. Alternatif medya ise; anaakım medya karşıtlığı üzerinden farklı pratikleri ortaya çıkarmaya çalışan bir felsefe ile hareket etmektedir. Anaakım medya, kapitalist üretim biçimini sürdürerek ideoloji yeniden üretmektedir. Bu medyanın her alanında kapitalist üretim pratiklerini ve ticarileşmeyi görmek mümkündür (Binark ve Bek, 2010: 198). Sermaye, siyaset ve küresel aktörlerle birlikte hareket eden anaakım medya eleştiriden ve düşünsellikten uzak bir yayın politikası izlemektedir. Kâr odaklı ilerleyen, katılımcılıktan uzak ve dikey ilişkiler içerisine kurulan medya organizasyonları neo-liberal sistemi pekiştirmeye yardımcı olmaktadır. Alternatif medya ise daha yatay ilişkileri örgütleyerek, katılımcı bir tarzı yaygınlaştırmaya çalışmaktadır. Bu medya biçiminin üretim , dağıtım, mülkiyet ve kontrol ilişkileri farklı arayışların sonucunda ortaya çıkmıştır. Anaakım medya ile kıyasladığında daha kolektif üretim tarzına ve daha radikal içeriklere rastlanmaktadır. Alternatif medya doğası gereği eleştirel bir yayın politikası sürdürerek, fikirsel tartışmalara olanak sağlamaktadır. Anaakım medyanın rekabetçi ve tekelci işleyiş yasalarının tersine alternatif medya dayanışmacı bir süreç işletilerek, karşıtı örgütlemektedir. Medya içeriğinin her üretim aşamasında taban tabana bir zıtlık açığa çıkmaktadır (Çoban, 2012: 6).

Medyanın ticarileşmesi, tekelleşme, oligopol piyasa mekanizması, baskı ve sansür gibi birçok etmen gazeteciliğin değişmesine ve gazetecilerin farklı arayışlara yönelmesine yol açmıştır. Editoryal bağımsızlığın hiçe sayıldığı tekelci medyada üretim yapmak istemeyen gazeteciler dijital mecralara yönelmeye başlamıştır. Gazeteciler Dünya da ve Türkiye'de dijital dünyanın avantajlarından yararlanarak, Youtube, X, podcast, Instagram vb. mecralar üzerinden, yeni bir gazetecilik formatı ortaya çıkarmıştır (Pakkan, 2021: 231). Çoğu zaman gazetecilerin bireysel sunumları üzerinden açtığı yayınlar fikirsel tartışmalara ve izleyici etkileşimselliğine olanak vererek alternatif bir medyayı inşa etmiştir. Teknolojik aygıtlardan güç alan alternatif medya, ana akım medya da görülmeyeni ve ötekileştirileni görünür kılarak, farklılık yaratmıştır. İfade özgürlüğü, eleştirel düşünme ve kamu yararının ön plana çıktığı alternatif basın mecraları, dezavantajlı grupların sesi olarak demokrasinin gelişmesine katkı sunmaktadır. Ana akımda kendine yer bulamayan haber içerikleri, alternatif medya kanalları ile halka ulaştırılarak fikirsel tartışmalar derinleştirilmektedir. Kalıpları yıkan ve ezber bozan yayıncılık ilkeleri, özgürlük, demokrasi ve eşitlik gibi kavramlardan yola çıkarak, toplumsal bir yarar gözetmektedir. Sermayenin kâr hırsının uzağında kamusal bir yayın çizgisi benimseyen alternatif mecralar, gücünü kitlelerden ve gönüllü çalışanlardan alarak büyümektedir (Özdemir, 2016). Alternatif medyanın gelirleri, abonelik sitemi, organizasyonlar ve vakıflar gibi mecralardan elde edilen sermaye ile oluşturulmaktadır. Bu mecralar ekonomisini çeşitli kaynaklardan temin ettiği için ifade ve basın özgürlüğü gibi hususlarda bağımsız hareket edebilmektedir. Dijital mecraların olanakları sayesinde okuyucular aktif roller alarak yurttaş gazeteciliği yapabilmektedir. Gazetecilerin çalışma koşullarının daha eşit ve özgür dizayn edildiği alternatif basın mecraları gerçekçi haberlerin ortaya çıkışını hızlandırmaktadır (Özdemir, 2016: 251-252). Alternatif medya, iktidar, reklam ve ekonomi üçgenine sıkışmış anaakım medyaya meydan okuyarak, okuyucu ve çalışan ilişkilerinden farklı bir denklem meydana getirmektedir. Genel hatlarıyla

bu denklem bağımsız bir medya ekonomisini yaratarak, tekelleşmiş medya mecralarının yarattığı çarkın dişilerini kırmaktadır.

Patronsuz gazetecilik kavramı literatürde görece az rastlanan bir kavram olmasına rağmen dijital mecraların etkisiyle birlikte medya sektöründe daha sık rastlanan bir kavram haline gelmiştir. Patronsuz gazetecilik kavramı, üretim sürecinde patronun olmadığı, basın çalışanların kontrolünde işleyen süreçleri tanımlamak için kullanılmaktadır. Gazetelerden televizyonlara, televizyonlardan dijital platformlara medya patronu olamadan yapılan üretim süreçleri bu kavram ile açıklanmaktadır. İfade özgürlüğü ve şeffaf yayıncılık ilkelerini benimseyen basın çalışanlarının oluşturduğu bu çalışma ortamları sendika, vakıf, sivil toplum kuruluşları ve kitleler tarafından fonlanarak, doğal bir ekonomik sistem oluşturulmaktadır (Yüksel, 2012: 511). Patronsuz gazeteciliğin temel gelir kaynakları arasında; kitlesel fonlama, vakıf fonu, abonelik sistemi, şirket-vakıf ortaklığı vb. sayılabilir. Kitlesel fonlamalı ekonomik model, ortaya çıkarılan bir fikir ya da projenin, kitlelere tanıtılması ve kitlelerden maddi olarak destek toplanmasına dayanmaktadır. Kitlesel fonlama sayesinde, genellikle internet üzerinden tanıtımı yapılan projeler, kamuoyunun ilgisine sunularak, ekonomik bir birikim yaratılmakta ve ortaya atılan projeler hayata geçirilmektedir. Kitlesel fonlama ile hayata geçirilen medya mecraları okuyucu ve gazetecilere geniş bir manevra alanı sağlayarak, eleştirel düşüncenin gelişmesine katkı sunmaktadır. Patron baskısının okuyucu ve gazeteci açısından kalması ise şeffaf ve gerçekçi bir gazetecilik modelini inşa ederek, ticarileşmiş medyanın karşıtını oluşturmaktadır (Bakar ve Karaduman, 2023: 910-912). Vakıf fonlarıyla, kamusal bir yayıncılığı hedefleyen gazetecilik ise; kâr ve ticari kaygılar güdülmeden icra edilmektedir. Vakıflar aracılıyla, kitlelerden toplanan maddi destekler ile kurulan medya mecraları ilkeli ve hesap verilebilir yayın anlayışı ile hareket ederek gazeteciliğe başka bir model kazandırmaktadır (Budak, 2023: 230). Yazılı basında da örnekleri olan Abonelik sistemi ise; dijital mecraların yaygınlaşması ile ayakta kalmaya çalışan alternatif mecraların başvurduğu

ekonomik sitemler arasındadır. Kullanıcıların medya mecralarına abone olarak yarattığı ekonomik model, patron faktörünün etkilerini azaltarak, basına destek olmaktadır. Birçok gazetenin başvurduğu abonelik sisteminin, kullanıcılar açısından reklam faktörünü aza indirgeyen ve gazete arşivine ulaşılmasına olanak tanıyan olumlu yönleri vardır (Uzunoğlu, 2018). Julia Cage tarafından ortaya atılan vakıf –anonim şirket ortalığı ise, kâr amacı gütmeyen sürdürülebilir bir basın ekonomisi yaratmayı önermektedir. Ticari ilişkilerin hukuksal zemine oturtulduğu ve kamusal yayıncılığın ön plana çıkarıldığı bu model tekelleşen medyaya, yeni bir alternatif oluşturmayı hedeflemektedir (Cage, 2016: 96). Tüm bu gelir kaynaklarının yanı sıra basın ilan ve reklam gelirleri, satış rakamları, reyting oranları gibi kaynaklarda patronsuz gazeteciliğin gelir kalemlerini oluşturmaktadır (Yüksel, 2012: 511).

Bireysel ya da kurumsal faaliyetlerle sürdürülmeye çalışılan patronsuz gazetecilik her geçen gün başka iş modellerine doğru evirilmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte dijital mecralarda "katılımcı gazetecilik modeli", "yurttaş gazeteciliği", "girişimci gazetecilik modeli" ve kooperatif gazetecilik modeli" gibi çeşitli modeller ortaya çıkmıştır. Ticarileşmiş ana akım medya da çalışma hayatına devam etmek istemeyen gazetecilerin yöneldiği bu iş modelleri, basın hayatına farklı bir soluk getirmiştir (Pakkan, 2021: 237). Türkiye de bireysel olarak patronsuz ve alternatif bir gazeteciliği seçenler arasında Ünsal Ünlü, Enver Aysever ve Cüneyt Özdemir gibi ana akım medyada görev almış basın çalışanları vardır. Geneli itibariyle dijital platformlar üzerinden ilerleyen bu yayınlar, gazetecilerin seçtiği özgün konuları izleyiciye sunması üzerinden şekillenmektedir. İzleyiciler ile etkileşimli bir biçimde yapılan yayınlar, gazetecilere editoryal bir bağımsızlık kazandırmaktadır. Ekonomik işleyiş açısından da bağış, reklam ve fon gibi gelir kapıları izleyiciler tarafından oluşturularak patronsuz gazetecilik sürdürülmeye çalışılmaktadır. Patronsuz gazeteciliğin, basın çalışanları açısından, ifade özgürlüğü ve editoryal bağımsızlık gibi avantajlarının yanı sıra fazla mesai, sürdürülebilirlik ve maddi zorluklar gibi dezavantajları da mevcuttur. Gazeteciler ana akım medyanın aksine üretim

safhasından izleyiciyle buluşma safhasına kadar her süreci kendi yürüterek fazla mesaiye maruz kalmaktadır. Bunun yansıra izleyicilerin sürekliği sağlamadığından dolayı bir dizi ekonomik problem açığa çıkmaktadır. Gazeteciler bu dezavantajları yeni modeller ve izleyicilerin katkılarıyla aşmaya çalışarak alternatif basını ortaya çıkarmaktadır (Yıldız, 2018: 84-85). Kurumsal açıdan patronsuz gazetecilik deneyimleri ise geçmişten günümüze kadar olagelmiştir. Örneğin, 70'li yılların sonunda DİSK'in denetiminde giren *Politika* Gazetesi, dönemin Anaakım medyasından farklı bir yayın anlayışı izleyerek eleştirel bir tutum sergilemiştir. Yine 90'lı yılların sonlarına doğru Aziz Nesin tarafından kurulmak istenen *Onbinler* Gazetesi basın hayatına başlamamış olmasına rağmen "Kendi gazetemizi kendimiz çıkarılalım" sloganından yola çıkan aydınların, farklılık arayışlarını temsil etmiştir. 1995 yılında kurulan ve hala yayın hayatına devam eden *Evrensel* Gazetesi 'de basın tarihindeki patronsuz gazetelerin başında gelmektedir. Kuruluşundan bu yana okuyucularının desteği ile ayakta kalan Evrensel Gazetesi, günümüzde de dijital abonelik sistemi ile maddiyat yaratmaktadır. Genel manada irdelendiğinde bireysel ya da kurumsal olarak yürütülen patronsuz gazeteciliğin çalışma prensipleri, içeriğin özü ve mülkiyet ilişkileri açısından anaakım medyadan ayrıştığı tespit edilmiştir (Binark, ve Bek, 2010: 197).

Patronsuz gazetecilik, medya sahipliğine karşı duruşun bir simgesi olarak geleneksel ve dijital medya da sürdürülmeye çalışılmaktadır. Medya açısından, basın çalışanlarına özgürlük alanı yaratarak, anaakımda kendi yer bulamayan haberlerin gündeme getirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Patron faktörünün olmayışı, baskı ve kâr etme arzusunu ortadan kaldırdığından dolayı, eleştirel fikirlerin gelişmesine yardımcı olmaktadır (Yüksel, 2012: 511). Mülkiyetin karşısına mülksüzlerin birliğini koyan patronsuz gazetecilik kamusal yayın ilkelerini ayakta tutarak, medyanın gelişmesini sağlamaktadır. Sansasyonel habercilik yerine ötekileştirileni ve görülmeyeni görünür kılmaya çabalayan bu alternatif medya gazeteciliğin değerlerine uygun hareket etmektedir. Patronsuz gazetecilik okuyucuların maddi ve manevi

katılımcılığını arttırarak, yeni modelleri basın hayatına katmaktadır. İfade özgürlüğü, editoryal bağımsızlık gibi hususları okuyucuların desteğinden alan basın çalışanları daha rahat içerik üretebilmektedir. Ancak sermaye medyası ile kıyaslandığında patronsuz gazeteciliğinde ekonomik sürdürülebilirlik, ekipman sıkıntısı ve çalışan gibi huşularda handikapları ortaya çıkabilmektedir. Okuyucuların düzenli olmayışı maddi açıdan kayıplara yol açabilmektedir. Bunun yanı sıra üretimin her safhasında fazla emek harcayan basın çalışanları fiziksel ve zihinsel olarak yıpranabilmektedir. Patronsuz gazeteler, tüm bu olumsuz durumları çalışanların özverileri ve okuyucuların destekleriyle aşmaya çalışmaktadır (Dağtaş ve Şirvanlı, 2020: 333-334). Avantajları ve dezavantajları masaya yatırıldığında patronsuz gazeteciliğin hala gelişmeye açık olduğu ve geliştikçe medyaya yeni bir model kazandırdığı sonucuna ulaşılmaktadır.

2.5.1. Geleneksel Medya ve Gazetecilik

Geleneksel medya gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi araçlardan oluşan medya biçimidir. Bu medya biçiminde gazetecik mesleği oldukça eski tarihlere dayanmaktadır. 14. yy. da haber mektupları ve kâğıtları ilk kez yaygınlaşmıştır. Bu araçlar gazetenin ilk öncülerini oluşturarak aristokrat ve burjuva sınıfının bilgi ihtiyacını karşılamıştır. 17 yy. itibariyle de bugün ki haline benzeyen gazeteler Avrupa'da boy göstermeye başlamıştır. Gazetelerin doğuşunda ticari kapitalizmin önemli bir payı vardır. Ticari olarak zengin ülkeler genellikle dağınık bir bürokrasi ile yönetildiğinde dolayı gazeteciliğin mayalanmasına zemin hazırlamıştır. Kapitalist üretim tarzı içerisinde, zamanla ticarileşen gazetecilik, 19. yüzyılda kitle gazeteciliğine doğru bir everilmiştir. Özellikle sanayi devriminde sonra ulaşımın gelişmesi, haber ajanlarının ve gazetelerin gelişmesine olanak tanımıştır. 20. yüzyılda kitle iletişim araçlarının iletişime yön verdiği yüzyıl olmuştur. Gazete, dergi, radyo ve televizyonun ön plana çıktığı bu zaman dilimi siyasal iletişim tavan yaptığı ideolojilerin çarpıştığı bir yüzyıldır. Bunların yanı sıra 20 yy. basına atfedilen önemin arttığı ve reklamcılığın medya

içeriğine dahil olduğu dönemdir. Reklamcılığın ve denetiminin, gazeteciliğe dahil olması mesleğe olan bakış açsını karmaşık bir yapıya sürüklemiştir. İnsanlığın bilme ve haber alma gereksiniminden doğan gazetecilik içinde yaşadığımız 21 yy. daha da karmaşık bir hale gelerek farklılaşmıştır (Tokgöz, 2010: 53-58).

İnsanlığın bilme ve haber alma gereksinimi, gazeteciliğin ortaya çıkışında aktif bir rol oynamıştır. Teknoloji geliştikçe yazılı, sözlü, görüntülü ve multimedya biçiminde uygulanan gazetecilik, toplumların bilme gereksinimini tarih boyunca karışılmaya çalışmıştır. Gazeteciler, yüzyıldadır kitlelerin ihtiyaç duydukları bilgileri toplamakta ve bu bilgileri işleyerek habere dönüştürmektedir. Gazeteci ile okuyucu arasındaki ilişki bilmeye ve düşünmeye dayanmaktadır. Sahada olup bitenleri toplayan gazeteciler bunları analiz ederek ve süzgeçten geçirerek haberleştirmektedir. Gazetecilik insanları düşünmeye ve sorgulamaya davet eden yorumla haber arasındaki farkları ayıran meslek grubudur. İlk ortaya çıktığı dönemlerde tek yönlü bir iletişim akışına sahip olan gazetecilik günümüzde çift yönlü olarak icra edilmektedir. Geçmişte gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi araç ile yapılan gazetecilik 21. yüzyılda çoğunlukla bilgisayar teknolojileri ile yapılmaya başlamıştır. 19. yüzyılda kurumsallaşan gazetecilik faaliyetleri haber alma ve haber verme süreçlerini örgütleyerek, kitle iletişimine yön vermiştir. Kapitalizmin işlevselleşmesi ve basın faaliyetlerinin kurumsallaşması kitle gazeteciliğini meydana getirmiştir. Kurumsal olarak icra edilmeye başlanan gazetecilik daha seçici bir yayın politikasının izlenmesi ile sonuçlanmıştır. Hangi içeriklerin haber olarak verileceğine kurumların yayın ilkeleri ve eşik bekçileri karar vermeye başlamıştır (Tokgöz, 2010: 53-61).

Medya kurumları içerisinde gazeteciler, çoğunlukla bürokratik ve hiyerarşik bir çalışma düzeni ile yönetilmektedir. Kurumun yayın politikaları, editörlerin seçimleri ve yazı dili gibi unsurlar belirli ilkeler doğrultusunda çerçevelenmektedir. Medya patronunun çıkarları ile çakışan haberler gündem dışı bırakılarak, gazetecilerin alanları sınırlandırılabilmektedir.

Gazeteciler, çalıştığı kurumun ilkelerine ters düşmemek için yaptığı haberlerde oto sansür mekanizmasını devreye sokmaktadır. Bu durum genellikle gazetecilerin baskı altında üretim gerçekleştirdiği medya kurumlarını ortaya çıkarmaktadır. Dünya çapında medya örgütlerinin oluşturduğu kurumsal yapı genel yayın yönetmenlerinin hiyerarşik konumu üzerinden yürütülmektedir. Medya patronları genel yayın yönetmenleri üzerinden işletmelerini yönetmekte ve denetlemektedir. Patronların kâr amaçlı manevraları, gazetecilerin eleştirel söylemlerini saklaması ile sonuçlanmaktadır. Zaman zaman editoryal bağımsızlığını tehlikede gören gazeteciler çalıştığı kurumlardan istifa ederek bu işeyişe karşı tepki vermektedir. Ancak dünya genelinde nadirde olsa patron gazeteciliğinin yapılamadığı medya kurduruluşlarında demokratik bir işleyişten bahsetmek mümkündür. Bazı küçük medya gruplarında ya da halka açık kuruluşlarda karar mekanizmasının ve okuyucu ilişkilerinin yatay biçimde örgütlendiği gözlemlenmiştir. Bu gibi medya kuruluşları gelirlerini kitlelerden ya da vakıflardan karşılayarak, alternatif bir yapı oluşturabilmektedir (Tılıç, 2019).

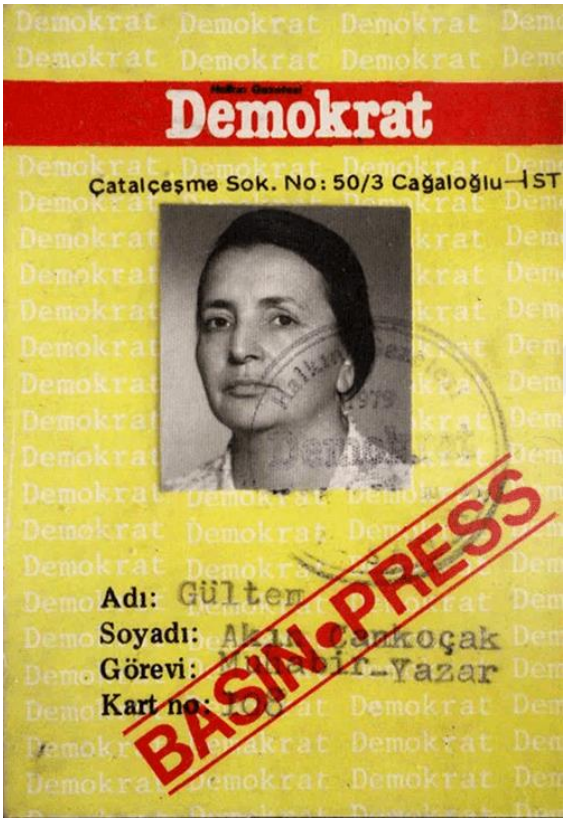
Türkiye de gazetecilik mesleği, ortaya çıkışından bu yana çeşitli yapısal değişimlerden ve dönüşümlerden geçmiştir. Tarih boyunca gazetecilik için değişmeyen şeyler mesleğin zorlukları ve karşılaşılan baskılar olmuştur (Korkmaz, 2009: 2). Örneğin Osmanlı'da henüz ortada çok az sayıda gazete olmamasına rağmen çıkarılan ilk basın yasası gazeteciliğin belirli sınırlar içerisinde tutulmak istendiğinin bir göstergesidir. Cumhuriyet'in ilanından sonra uzun süre devam eden tek parti iktidarı ve dönem dönem ortaya çıkan darbe mekaniği Türkiye de demokrasinin kesintiye uğramasına neden olmuştur. Demokratikleşme çabalarının, çeşitli sebeplerle yıpratılması, basının eleştirel tutumlarının da baskı ile karşılaşmasına yol açmıştır. Sansür, gazetelerin kapatılması ve toplatılması, gazetecilerin cezaevine girmesi ya da suikaste uğraması basın tarihinin karanlık sayfalarını oluşturmuştur. İktidar ve muhalefet arasındaki çatışmaların ve tahammülsüzlüğün faturası basına ve gazetecilere kesilmiştir. Çıkarılan yasaların ve verilen cezaların çoğunluğu gazetelerin sesini kısmaya yönelik olmuştur (Akbal ve

Akıncı, 2013: 41-43). 1960 yasası diğer basın yasaları ile kıyaslandığında biraz farklılık sağlayarak, gazetecilerin grev, toplu sözleşme ve sendikal haklarını güvence altına almıştır. Ancak 1980 sonrası çıkarılan yasalar sendikaların etkini alanlarını kısıtlayarak, gücünü kaybetmesine neden olmuştur. 80'lerden sonra başlayan değişim rüzgarları 2000'lerin başında da devam etmiştir. 2000'li yıllardan sonra medya alanı gerek patronlar gerekse teknolojik açıdan bir kabuk değiştirmiştir. Büyük medya gruplarının yeni sahipleri, mevcut AKP hükümetine yakın isimlerden oluşmuştur (Adaklı, 2024). Medyanın içerisinde bulunduğu bu denklem Türkiye'deki basın özgürlüğün gerilemesine yol açmıştır. Uluslararası Sınır Tanımayan Gazeteciler (RSF) örgütünün hazırladığı rapora göre Türkiye basın özgürlüğü konusunda 180 ülke içerisinde 158'dir. 2000'lerin başında 99 olan bu sıralamanın 158'e gerilemesi ve çok vahim kategorisine girmesi basına çıkarılan cezaların bir sonucu olarak görülmektedir (BBC NEWS, 3 Mayıs 2024). Basın mecralarının, karşılaştıkları zorluklar medyayı karanlık dehlizlerin içerisine hapsetmiştir.

2.5.2. Geleneksel Medya ve Gazetecilik Örneği: Halkın Gazetesi Demokrat

26 Aralık 1979 yılında yayın hayatına başlayan *Demokrat* Gazetesi 9 aylık yayın serüvenin ardından 12 Eylül Askeri darbesinden sonra sıkıyönetim komutanlığının verdiği karar doğrultusunda kapatılmıştır. Kısa yayın hayatına rağmen Türkiye'nin içerisinde geçtiği kaotik dönemi manşetlerine taşıyan demokrat gazetesi, dönemin tarihsel olaylarını belgelemiştir. Mevcut gazetelere tepki olarak ortaya çıkan *Demokrat,* sosyalist bir yayın çizgisi izleyerek, darbe öncesi dönemi eleştirel bir dille analiz etmiştir. Özellikle *Cumhuriyet* Gazetesine yönelik eleştiriler ve bu gazeteye yönelik boykot çalışmaları, *Demokrat* Gazetesinin yayın hayatına başlamasını hızlandırmıştır. Başlangıçta Devrimci Yol siyasi hareketinin günlük bir gazetesi olarak ortaya çıkan demokrat, zamanla 50 bin tirajı yakalayarak toplumsal bir kitle gazetesi haline gelmiştir. *Devrimci Yol* dergisinin tirajının o dönemde 120 binleri bulması Demokrat gazetesinin de maddi olarak ayakta kalabileceğinin işareti olmuştur. *Devrimci Yol'*un

önderi olan Oğuzhan Müftüoğlu'nun günlük bir gazete çıkarma fikrini Dursun Akçam'a sunmasının ardından *Demokrat*'ın kuruluş çalışmaları başlamıştır. Gazetenin sermayesi Devrimci Yol siyasi hareketinden, çeşitli meslek odaları ve sendikalardan toplanarak kurgulanmıştır. Gazetenin kuruluşu tamamlandıktan sonra gazetenin yayın sorumluluğunu dönemin önde gelen isimleri almıştır. *Demokrat* Gazetesi, hem yayıncılık anlayışı hem de sermayesi açısından dönemindeki diğer gazetelere göre farklı bir biçimde yayıncılık yapmıştır (BirGün, 24 Mart 2024).



Şekil 1. Basın Kartı



Şekil 2. 28 Ocak 1980 Tarihli Manşet

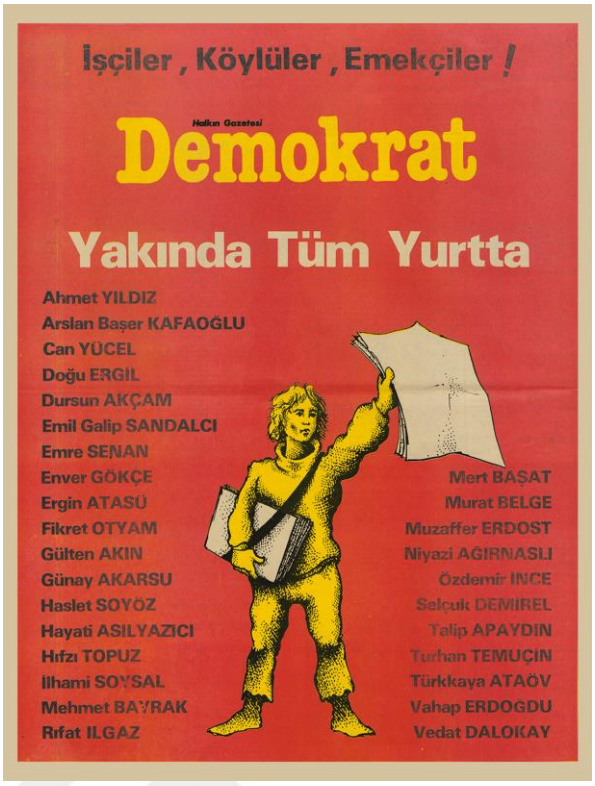
Bas-San Basın Yayın Sanayi ve Ticaret A.Ş adına imtiyaz sahibi Dursun Akçam'dır. Genel yayın koordinatörü Prof. Dr. Arslan B. Kafaoğlu ve Yazı İşleri Müdürü Işık Yurtçu'dur. Dursun Akçam'ın yanı sıra Ömer Kamil Oral, Hasan Basri Çıplak, Akın Dirlik, Cumhur Aytulun, Selami Şakiroğlu, Yalçın Çilingir ve İbrahim Sevimli gibi isimler gazetenin kuruluş ve teknik işlerini yürüten ekipte yer almıştır. Gazetenin yazar kadrosu, Gülten Akın, Can Yücel,

Emil Galip Sandalcı, Fikret Otyam, Rıfat Ilgaz ve Murat Belge gibi aydın isimlerden oluşmuştur. O dönemde, İstanbul, Ankara ve İzmir'de temsilcilikleri bulunan *Demokrat*'ın bu temsilcilikler dışında gönüllü muhabir ve çalışan ağı da vardır. Yurt genelinde ve taşrada olan haberler gönüllü muhabir ve çalışanların sayesinde manşetlere taşınmıştır. Gazete'nin İstanbul temsilciliğinde hazırlanan haberler, Hürriyet Offset'in matbaasında basılmıştır. *Demokrat* gazetesi, dönemin dağıtım şirketlerinden birisi olan Hür-Dağıtım ile ülke geneline ulaştırılmıştır. Gazetenin genel görünümü 9 sütun olarak çalışılmış ve Ekonomi, Politika, Yurt Haberleri, Dış Haberler, Karikatür ve Çocuk Köşesi[1] bölümlerinden oluşarak 8 Sayfa olarak çıkarılmıştır. Bazı günler 1 sayfadan daha fazla yer kaplayan, yurt haberleri, taşra ve kentlerde meydana gelen toplumsal olayları gündeme taşımıştır. Gazetesi'nin künye bölümünde yer alan abonelik kısmı okuyuculara yurt içinde ve yurtdışında aylık ve yıllık üye olma hakkı tanınmıştır. Gazete yayın hayatına başladıktan bir süre sonra maddi problemleri aşmak adına okuyuculara "Demokrat İmece Kartı" satmıştır. Birim fiyatı 100 TL olarak belirlenen bu imece kartları okuyucular ile buluşturularak yaşanılan finansal problemler aşılmaya çalışılmıştır. Demokratın ana gelir kaynaklarını, gazete satışları, okuyucu dayanışmaları ve BİK gelirleri (kapatılmadan kısa bir dönem önce) oluşturmuştur.

[1]TAKSAV'ın düzenlediği Demokrat gazetesinin 45. yıl etkinliğinde konuşan Gazeteci Nadire Mater, çocuk köşesinin önemine dikkat çekmiştir. Mater, çocuk köşesinin her sabah sıkıyönetim komutanı Kenan Evren tarafından bizzat okunduğunun kendilerine bildirildiğini ifade etmiştir (8 Kasım 2024- Ankara)



Şekil 3. İmece Kartı



Şekil 4. Demokrat Afiş

Demokrat Gazetesinin yayın hayatına başlama sebepleri ilk baskısında yer alan "Çıkarken" yazısı ile deklare edilmiştir. Yazıya göre, ekonomik ve siyasal olaylar Türkiye tarihinde eşi benzeri görülmemiş bir kutuplaşmaya yol açmıştır. Toplumsal çöküşün en hat safhada yaşandığı bu dönem, geleneksel değer yargılarının yozlaşması ve kitleler arasındaki çatışmaların artması ile sonuçlanmıştır. *"Kabul etmek gerekir ki, yaşanmakta olan bunca önemli olaylar topluma gerçek yönleriyle değil, tek yanlı ve güdümlü olarak yansıtılmaktadır. Karanlığın sürüp gitmesini isteyen çıkar çevreleri, özellikle günlük basını bu tek yanlılığın "prangası" olarak kullanmaya çalışmaktadırlar. O nedenle iyiye, güzele, yeniye, doğruya, kısacası Türkiye toplumunun aydınlık geleceğine dönük her şey tek yanlılığın karanlığında boğulmak istenmektedir. Böyle bir ortamda tüm gerçek demokratlara büyük görevler düştüğüne inananlar, sınırlı olanaklarını birleştirerek "Halkın Gazetesi* Demokrat*" adlı bir günlük gazete çıkarmaya, basına egemen kılınmak istenen tek yanlılığın zincirlerini kırmak için mücadele*

etmeye karar vermişlerdir. "Demokrat" Türkiye'nin bugünkü ortamında kitlelerin sesi, gözü, kulağı olmayı görev bilmektedir" (TAKSAV Arşiv, 10. Kasım 2024). Gazetenin ortaya çıkışı toplumun ve medyanın içerisinde olduğu kaotik düzeni yazıya dökmek ve geleceğe dair somut adımları atmak olarak ifade edilmiştir. Sermayesiz bir bütçe ile yola çıkan Demokrat, yanına topladığı aydın kesimlerle farklı bir yayıncılık anlayışını ülke topraklarında sergilemeyi hedeflemiştir. Gazete kuruluşundan kapatılışına kadar olan süreçte sert eleştirel dilinden taviz vermeden yayıncılığına devam etmiştir (Zarakolu, 18 Ağustos 2018). Günümüzde Demokrat gazetesinin devamı olarak gösterilen *BirGün* Gazetesi de benzer bir örgütlenme tarzına sahiptir. Her iki gazetenin de amaçları ve yayın hayatına başlama sebepleri mevcut medya düzeninin karşıtlığı üzerinden şekillenmiştir. Oğuzhan Müftüoğlu ve Hasan Basri Çıplak gibi isimler hem *Demokrat*'ın hem de *BirGün*'ün kuruluşunda yer alarak farklı zamanlarda patronsuz gazetecilik deneyimini ortaya çıkarmıştır.

[2]*Demokrat* Gazetesi çalışanları 45 yıl aranın ardından ilk kez, 9 Kasım 2024 tarihinde *TAKSAV'ın* gazete adına düzenlediği etkinlikte Ankara'da bir araya geldi. *Demokrat* Gazetesine dair anıların paylaşıldığı etkinlikte gazetenin arşivi yurttaşlara açıldı. Katılımcılar etkinlikte *Demokrat*'ın yayın hayatına başlama gerekçelerine, yayıncılık politikalarına ve siyasal atmosfere dair görüş bildirmiştir. Türkiye'nin sayılı bağımsız medya denemelerinden biri olan *Demokrat'a* da tıpkı *BirGün* gibi kısa bir ömür biçilmiştir. Bir gazetenin patron desteği olmadan ayakta kalamayacağına inan o dönemin medya mensupları *Demokrat*'a 2-3 aylık bir ömür biçmiştir. Gazetenin kurucuları arasında yer alan Oğuzhan Müftüoğlu o dönemi anlattığı bir anıyla betimlemiştir. Cumhuriyet Gazetesiyle aynı binada bulunan Demokrat Gazetesi ofisine ziyarette bulunan Uğur Mumcu, çalışanların simit ve peynir yediğini görünce kendi arkadaşlarına *"boşuna beklemeyin arkadaşlar bunlar batmaz "* demiştir. Bu anı gazete

[2] Ankara'da, 8 Kasım 2024 tarihinde Makina Mühendisleri Odası Eğitim ve Kültür Merkezi'nde, Demokrat gazetesinin arşivi okuyucularla buluşturuldu. TAKSAV tarafından düzenlenen etkinlikte, Demokrat'ın çalışanları ve okurları bir araya geldi. Halka açık gerçekleşen etkinlikte sergi ve konuşmalar yer aldı.

çalışanlarının fedakârlığını ve o dönemki medyanın bulunduğu konumu özetlemektedir. Etkinlikte genel olarak çalışanlar, kardeşlikten ve o döneme olan özlemden bahsederek *Demokrat*'ın ne kadar zorlu koşullarda önemli bir mücadelenin parçası olduğunu vurgulamıştır.

2.5.3. Yeni Medya ve Gazetecilik

Teknolojide kaydedilen ilerlemeler, yeni bir tarihsel süreci başlatarak, günlük pratiklerimize ve sosyal yaşamımıza etki etmiştir. Özellikle internetin yaşamamın her alanına yayılarak, bilgi ve haber alma süreçlerini değiştirmesi iletişimi ve iletişim araçlarını çeşitlendirmiştir. Günümüzde geleneksel medya olarak ifade edilen televizyon, gazete ve radyo gibi araçların yerini alan sayısal teknolojiler dijital medya çağını başlatmıştır. Yeni medya olarak adlandırılan bu sayısal teknolojiler geleneksel medya araçlarının bir adım önüne geçerek, eski uygulamaları geride bırakmıştır (Bulunmaz, 2014: 22). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kütlece ağır olan iletişim araçları giderek minimal ve taşınılabilir boyutlara ulaşmış ve kitle iletişimine yeni bir soluk getirmiştir. Sayısal teknolojilerin zaman ve mekândan bağımsız olarak taşınılabilir olması, daha hızlı ve eşzamanlı iletişim pratiklerini ortaya çıkarmıştır (Askeroğlu ve Karakulakoğlu, 2019: 509). İletişim pratiklerinde yaşanan değişimler, medya alışkanlıklarının da değişmesine yol açarak "yeni" medya düzenini günlük kodlarımız haline getirmiştir.

Medyada yaşanan köklü değişikliklerde yeni medyanın sayısal temsil, birimsellik, otomasyon, değişkenlik ve kod çevrimi gibi ilkelerin önemli bir payı vardır. Manovic'e göre bu ilkeler kesin ve değişmez değildir ancak yeni medyanın dilini anlamada kolaylaştırıcı kavramlardır. Bilgisayar gibi teknolojilere matematiksel olarak dönüştürülen ve programlanan ürünler dijital mecralarda sayısal olarak temsil edilmektedirler. Ses, görüntü, ışık gibi birçok öğe dijital kodlara dönüştürülerek, yeni medyadaki sayısal temsilleri sağlanmaktadır. Yeni medyanın yapısı ve çalışma prensipleri bölük ve parçalı birimsel nesnelerden oluşmaktadır. Her nesne içerisinde kendi yapısını koruyarak daha büyük yapıları meydana getirmektedir.

Algoritma ve teknolojinin yardımıyla üretilen ve değiştirilebilen nesneler ise otomasyon ilkesi ile alakalıdır. Düşük ve yüksek düzeyli otomasyon ilkeleri, medya içeriğinin üretiminde önemli bir rol oynayarak kullanıcıların içerik yaratımını kolaylaştırmaktadır. Programlardan destek alınarak otomatik olarak üretilen nesneler, bireylerin daha az efor sarf etmesini sağlayarak üretime de hız katabilmektedir. Yeni medya geleneksel ile kıyaslandığında, sabit kalmayan, sürekli değişen ve farkı varyostanlar hallide var olabilen bir yapısının olduğuna kolayca ulaşılabilmektedir. Geleneksel medya da sabit ve sonsuz kopyaları olan medya içerikleri, yeni medya da değişken ve oldukça farklı yapılarda bulunabilmektedir. Dijital dünyanın nesneleri sayısal olarak temsil etmesi ve nesneler üzerinde değişiklik yapabilme yetisi bilgisayar ve içerik arasında kod çevrimi ilişkisi oluşturmaktadır. Yeni medya "kültürel katman" ile "bilgisayar katmanı" arasında bir bağ oluşturarak, karşılıklı etkiyi arttırmaktadır. Kültürel ürünlerin programlanarak, bilgisayarlaşması yeni pratiklerin ve kategorilerin ortaya çıkması ile sonuçlanmaktadır. Medyanın bu yeni düzeni post -endüstriyel toplumun bireyselliğe önem veren karakterini yansıtarak geleneksel medyadan farklılaşmıştır. Geleneksel medyanın bütünleşik ve kitle toplumuna hitap eden içeriklerinin aksine yeni medya da parçalı ve bireysel içerikler üretilmektedir (Manovich, 2002).

Dijitalleşme, etkileşim, kitlesizleşme, çoklu ortam ve eşzamanlılık yeni medyanın en tipik özellikleri arasındadır (Şeberoğlu, 2020: 85). Geleneksel medyanın aksine yeni medyada birey ve kitleler arasında geri bildirimli bir iletişim süreci hâkimdir. Teknoloji ve internetin bulunduğu her yerde kişiler arası anında iletişim ve etkileşim kurulabilmektedir. Yeni medyanın etkileşim özelliği, karşılıklı görüşmeleri çeşitlendirerek eş zamanlı ve hızlı bir iletişim sürecini organize etmektedir. Dijital mecralarda içerikler kitlelerden ziyade bireylere özel olarak üretilerek kitlesizleştirme yapılmaktadır. Geleneksel medyanın yayıncılık anlayışı, büyük topluluklara ve tek taraflı iletişim biçimine dayanmaktadır. Kitle toplum mantığından hareket eden geleneksel medyanın, haber üretim pratikleri toplulukların rıza üretimine katkı

sunmaktadır. Yeni medyanın bireyleri tekil olarak kabul eden yayıncılık anlayışı kitlesizleştirme özelliğini medyana getirmektedir. Zaman ve mekân kısıtlaması olmadan dijital mecralarda hareket edebilen bireyler eş zamansız bir iletişim deneyimi yaşamaktadır. Geleneksel medyadaki izleyici konumunu kullanıcı konumuna getiren yeni medya bireylere anlık geri dönüt olanağı tanımaktadır. Dijital mecralarda sayısı sürekli artan uygulamalar çoklu ortamlar yaratarak aynı anda birden fazla yerde varlık göstermemizi sağlamaktadır. Yeni medyanın sağladığı bu özellikler, bireysel hızlı ve etkileşimli bir iletişim sürecini inşa etmektedir.

Medyanın yeni yüzü artılarının yanında birtakım eksilerini de beraberinde getirmiştir. Günlük pratiklerimizin değişmez unsurları haline gelen dijital mecralar kendine özgü bir dil ve kültür alanı yaratarak sosyal yaşamımıza etki etmiştir. Nefret söylemleri, ırkçılık, çerez toplama, kaynak göstermeme, yalan haber ve mahremiyet ihlali gibi birçok konu yeni medyanın sorgulanması gereken karanlık yüzünü oluşturmaktadır (Binark ve Bayraktan, 2013: 18). Gün geçtikçe gelişen veri madenciliği ve çerez toplama politikaları bireylerin dijital ayak izlerini takip ederek, mahremiyet alanlarını ihlal etmiştir. Şirketlerin kişiler hakkındaki tüm bilgilere erişme istekleri dijital alanlardaki gizli alanları ortadan kaldırarak bireylerin dikkatini tüketime yönlendirmektedir. Bireylerin internet üzerindeki bütün davranışlarını takip eden şirketler kişiselleştirilmiş reklamlar ile satın alma davranışını tetiklemeye çalışmaktadır. Sosyal medya da artan nefret söylemleri, ötekileştirme, ırkçılık, kadın düşmanlığı, homofobi ve dijital linç gibi birçok unsur yeni medyanın yarattığı etik problemler arasında gösterilebilir. Dijital uygulamaların kullanıcılara tanıdığı anonimlik hakları bireylerin var olan duygu, düşünce ve nefret söylemelerini daha rahat ve sınır tanımadan ifade edebilmesi ile sonuçlanmaktadır. Kaynak göstermeden yapılabilen paylaşımlar, telif haklarının ihlali, içeriğe ilişkin farklı yorumlar ve yalan haberler her geçen gün artarak devam etmektedir (Binark, ve Bek, 2013: 18). Bunların yanı sıra yeni medya izleyicilerin aynı zamanda üretici olmasını sağlayarak, emeği

esnek ve bilinmeyen bir zemine doğru taşımıştır. Dijital alanlarda üretici konumuna gelen tüketiciler, içerik üretimi ve tüketimini aynı zamanda gerçekleştirerek, yeni iş modellerini ortaya çıkarmıştır. Ancak bu yeni iş modelleri, dijital emek sömürüsünü kolaylaştırarak, artı değeri meydana getirmiştir. Kullanıcıların sosyal mecralarda içerik üretip paylaşmaları, emeğin başka boyutlarda ve örtük bir şekilde sömürülmesine neden olmuştur. Dolayısıyla bugün yeni medya arkasındaki ticari ilişkilerin yanı sıra etik bağlamında da ele alınması gereken dijital bir dünyadır.

Basılı ve görsel alanların dijital alanlara kayması neticesinde kitle iletişimde ortaya çıkan yeni medya dinamikleri gazetecilik pratiklerinin biçimsel olarak değişmesi ile sonuçlanmıştır. Geleneksel gazeteciliğe göre dijital mecraların daha az maliyetli olması medya gruplarının bu alana yatırım yapmasını hızlandırmıştır. Dijitalleşen gazeteciliğin ilk etkileri basılı yayın organları üzerinde görülmeye başlamıştır. Gelirleri azalan medya grupları basılı taraflarını kapatarak, dijital tarafa yönelmiştir (Bayram, 2022: 155). Reklam gelirlerinin bu alana yönelmesi, kullanıcıların karşılıklı iletişim kurabilmesi, bilgiye hızlı ulaşma ve ulaştığımız bilgileri başkaları ile paylaşabilme gibi özellikleri, yeni medyanın cazibesini arttırmıştır (Çakır, 2022: 125). Dijital medyanın aktif rol oynamasının ardından, yurttaş gazeteciliği, sosyal medya gazeteciliği, serbest gazetecilik gibi birçok meslek pratiği medya alanında görülmeye başlamıştır. Teknoloji ve teknolojik aygıtların gelişimi, her bireyi yurttaş gazetecisi olabilecek potansiyele taşımıştır. Kamusal alandaki olay ve olgular hızlıca tüm dünyaya asıl mesleği gazeteci olmayan bireyler tarafından aktarılabilmektedir. Yurttaş gazeteciliği olarak adlandırılan bu aktarım süreci geçmişte de var olmasına rağmen günümüzde sıkılıkla karşılaşılan pratikler arasına girmiştir. Sosyal medya da ortaya çıkan uygulamalar farklı gazetecilik deneyimlerinin oluşmasını sağlamıştır. Bireyler tarafından sık kullanılan uygulamaların başında gelen X, Instagram, Spotify ve YouTube gibi ağlar arayıcılığı ile gazetecilik mesleği icra edilebilmektedir. Sosyal medya gazeteciliği olarak adlandırılan bu yeni

deneyimler her platformda farklı bir şekilde icra edilmektedir (Ünal, 2020: 44). Serbest gazetecilik ise profesyonel gazetecilerin bağımsız çalışmak için başvurdukları gazetecilik modelidir. Medyanın patronlu ve baskıcı yapısından uzaklaşmak isteyen gazeteciler dijital platformlar üzerinden izleyicileri ile buluşarak bağımsız bir biçimde çalışabilmektedir. Yeni medyanın sağladığı bu avantajlar ve iş modelleri teknoloji geliştikçe gazetecilik mesleğinin alışkanlıklarını değiştirmektedir.

Yeni medya pratikleri, hem basın çalışanlarının hem de okuyucuların sorumluluk alanlarını değiştirmiştir. Bilgilerin sınırsız ve hızlı bir biçimde yayılıyor olması, okuyucu ile basın çalışanları arasındaki ilişkiliyi muğlaklaştırmıştır. Okuyucuların izleyici konumundan kullanıcı konumuna geçmesiyle başlayan bu süreç, interaktif bir iletişim sürecini ortaya çıkarmıştır. Dijital mecralarda kullanıcıların yorum ve paylaşım yapabiliyor olmaları, haberlerin doğal bir şekilde yayılmasına olanak tanımıştır. Geleneksel medyada tek bir dağıtıcıdan yayınlanan haberler yeni medyada birden fazla dağıtıcı ve kullanıcıdan yayılarak, çoklu ortamlar yaratmıştır. Gazetecilikte yaşanan değişimlerin olumlu yanlarının yanı sıra olumsuz yanları da zamanla vuku bulmuştur. Kullanıcıların aktifleşmesi yalan haber ve bilgi kirliği gibi doğru haber akışını etkileyen unsurların artmasına yol açmıştır. Dijital mecraların, hızlı oluşu niteliksel anlamda haber değeri taşımayan, bağlamından koparılmış ya da yalan bilgiler barındıran içeriklerin yayılmasına ve paylaşılmasına neden olmaktadır. Bu olumsuz yayılımlar, sağlıklı haber akışı yapmak isteyen medya profesyonellerinin iş yükünü arttırmaktadır. Kullanıcılar açısından bakıldığında ise, dijital mecralar örtük reklam uygulamalarının kolayca yapılabildiği merkezler haline gelmiştir. Kullanıcılar internette vakit geçirdiği her dakika örtülü reklamlara ve içerik ilanlarına maruz kalarak, tüketim odaklı yaşamaya zorlanmaktadır. Dolayısıyla dijital mecralar kullanıcılar ve gazeteciler tarafından birçok avantaj ve dezavantajı barındırarak hayatımızı yönlendirmektedir (Yavuz, 2021: 99-100).

2.5.4. Yeni Medyada Patronsuz Gazetecilik Örneği: Halkın Gazetesi BirGün

14 Nisan 2004 yılında basılı olarak yayın hayatına başlayan *BirGün* Gazetesi, Mart 2007 yılından itibaren dijital alanda varlık göstermeye başlamıştır. Günümüzde hem basılı hem de dijital olarak faaliyetlerini sürdüren *BirGün* gazetesi 20 yıldır yayın hayatına devam etmektedir. *BirGün* Gazetesi kuruluşundan bu yana "BirGün patronsuzdur ama sahipsiz değildir" söyleminden yola çıkarak, hareket etmektedir. Gazete adına imtiyaz sahibi İbrahim Aydın, Genel yayın koordinatörleri Elif Ilgaz, Yaşar Aydın ve İbrahim Varlı'dır. Timur Soykan, L. Doğan Tılıç, Merdan Yanardağ, Faruk Bildirici, Fikri Sağlar, Hayri Kozanoğlu ve Nurcan Bilge Gökdemir gibi isimler ise gazetenin ana yazar kadrosunu oluşturmaktadır. İstanbul, Ankara ve İzmir'de temsilcilikleri bulunan gazetenin ulusal ve bölgesel baskıları mevcuttur. Ana gazetenin yanı sıra her pazar yayınlanan "Pazar Eki" ayda bir yayımlanan kitap eki ve iki ayda bir yayınlanan *Bavul* dergisi BirGün Aş bünyesinde yer almaktadır. Güncel verilere göre dijital tarafta ortalama 5.000 abonesi olan *BirGün*'ün basılı taraftaki tirajı 5000 civarındadır. Gazetenin haber üretimi ve köşe yazıları eleştirel siyasi ve fikirsel bir yayın anlayışı üzerinden ilerlemektedir. İktidara ve kapitalist sisteme karşı yoğun bir eleştiri yönelten *BirGün* Gazetesi, ideolojik olarak sosyalist, feminist ve ekolojist bir zeminde yayıncılık yapmaktadır.



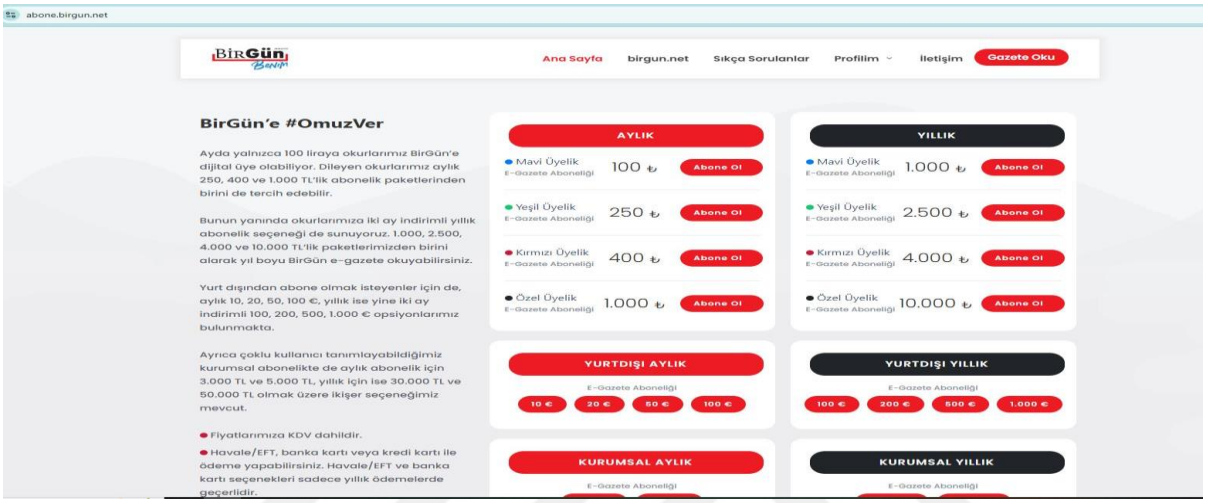
Şekil 5. BirGün 20. Yıl Manşeti



Şekil 6. BirGün Dayanışma Bildirisi

BirGün Gazetesi kurulmadan önce neden günlük bir gazeteye ihtiyaç duyulduğu noktasında bir dizi okur toplantısı gerçekleştirilmiştir. Yurtiçi ve yurtdışında gerçekleştirilen bu toplantılar neticesinde, mali kaynaklar aranmaya başlanmıştır. Ses yayıncılık ve İletişim AŞ. Adına toplanan yardımlar ile okurların hepsine hisse senedi verilmiştir. Okurların yaptığı mali katkılar sayesinde yayın hayatına başlayan *BirGün* Gazetesi halka açık bir gazete olarak kurulmuştur. Ancak buradaki halka açıklık *"Yazdıysa Doğrudur' Diyebileceğimiz Bir Gazete İstiyoruz!"* metnindeki ilkelere bağlı olunması ile sınırlandırılmıştır. Emekten yana taraf, ekonomik ve siyasi olarak bağımsız olan, ABD'nin bölgedeki faaliyetlerini eleştirebilen, barış, eşitlik ve kültürel çeşitlilik kavramlarına inanan, nefret söylemlerinden uzak duran bir gazetenin kurulacağı ve bu ilkelere inanların gazetenin paydaşı olacağı beyan edilmiştir. Bu ilkelerin olduğu çağrı metni Adalet Ağaoğlu, Korkut Boratav, Raşit Kaya, Hıfzı Topuz ve Fikri Sağlar gibi aydınlar tarafından imzalanarak yayınlanmıştır. Günümüzde de benzer bir çağrı her yıl

dijital tarafta yapılarak okurların abone olması ve çoğalması sağlanmaktadır. Web sitesi birgun.net üzerinden okuyuculara abonelik fırsatı tanıyan gazete abonelik karşılığında gazete arşivini okuyucularına açmaktadır. Kurumsal ve bireysel abonelik şeklinde ilerleyen üyelik süreçleri yıllık abonelik ve aylık abonelik olarak okuyucuya sunulmuştur (BirGün Arşiv, 19 Temmuz 2007).



Şekil 7. Birgün.net Abonelik Sistemi

Gazetenin yayın hayatına başlama sebepleri ise *"Neden Bir Günlük Gazete? Nasıl Bir Günlük Gazete?"* yazısıyla deklare edilmiştir. Yazıya göre Türkiye'nin içinde bulunduğu yoğunlaşmış medya düzeni halkın gazetelere ve gazetecilere duyduğu güveni en aza indirgemiştir. Yayıncılık sektörü büyük şirketlerin denetimi altına girerek, bu şirketlerin diğer faaliyetleriyle çarpık bir tekelleşmeye yol açmıştır. *BirGün* Gazetesi bu tekelleşmiş medya düzenin karşısına kamusal yayıncılığı koyarak, halkın güvenini kazanmayı amaçlamıştır. Gazetenin yayın politikası "Yazdıysa Doğrudur" söylemi üzerinden inşa edilerek fikirsel yayıncılığa ve sermaye karşıtlığına dayandırılmıştır. Yazının devamında habercilik dilinin yazım kurallarına göre şekilleneceği ve mizanpaj oyunlarına başvurulmayacağı belirtilmiştir. Ana akım medya da görünmeyen ve ötekileştirilen kesimlerin, demokrasinin sağlıklı işleyebilmesi için medyada görünür olması gerektiğinin altı çizilmiştir. Gazete ekonomik

gücünü okurlarından ve çeşitli meslek odalarından alarak bağımsız bir yayın politikası izleyeceğini beyan edilmiştir. Kuruluşundan önce yayınlanan bu deklarasyon metni incelendiğinde, gazetenin çeşitliliğe duyulan arayışın ve ihtiyacın bir ürünü olarak yayın hayatına başladığı görülmektedir. *BirGün* Gazetesinin, yayın politikasından çalışma koşullarına, çalışma koşullarından üretime kadar olan her süreçte ana akım medyanın alternatifini oluşturmaya çalıştığı gözlemlenmiştir (BirGün Arşiv, 19 Temmuz 2007).

[3]BirGün Gazetesi, 15 Ekim 2024 tarihinde Cemal Reşit Rey Konser Salonu'nda okuyucularıyla buluşturduğu "Bir Düş" isimli belgesel ile 20 yıllık yayın hayatını kapsamlı bir şekilde ele almıştır. Söz konusu belgeselde, bağımsız bir gazetenin yayın hayatına başlama gerekçeleri, karşılaştığı zorluklar ve yaşadığı kritik dönüm noktaları detaylı bir şekilde incelenmiştir. Yapım, gazetenin kuruluş sürecine emek veren bireylerin yanı sıra, akademisyenlerin, gazetecilerin ve okuyucuların görüşlerine yer vererek hikâyeye derinlik kazandırmıştır. Belgeselin ilk sahnesinden itibaren, Demokrat Gazetesi ile başlayan patronsuz ve bağımsız gazetecilik serüveninin günümüzde BirGün ile nasıl sürdüğü izleyiciye aktarılmıştır. Gazetenin kuruluşunun ilk yıllarında yaşadığı maddi zorluklar ve bu süreçte çalışanların maaşlarını ödeyememe gibi durumlar, bağımsız gazeteciliğin zorluklarını ortaya koymuştur. Özellikle Ankara bürosu çalışanlarının bu duruma tepki olarak greve gitmesi ve hak talebinde bulunması, belgeselde önemli bir dönüm noktası olarak işlenmiştir. Bunun yanında, bir medya kuruluşunun kendi çalışanlarının grevini birinci sayfadan haberleştirmesi, bağımsız gazetecilik anlayışının temel ilkelerinden biri olarak vurgulanmıştır. Belgeselde ayrıca, gazetenin bir muhabirinin dönemin IMF Başkanı Dominique Strauss-Kahn'a ayakkabı fırlatması ve bu eylemin gazete tarafından sahiplenilmesi gibi olaylar, bağımsız medyanın

[3] BirGün Gazetesi, 20 yıllık yayın hayatını anlatan **"Bir Düş"** isimli belgeselini okuyucularıyla buluşturdu. İlk gösterimi **15 Ekim 2024'te İstanbul Cemal Reşit Rey Konser Salonu'nda** gerçekleşen belgesel, Türkiye'nin birçok noktasında izleyiciyle buluştu. Okurlara açık olarak düzenlenen gösterimler, farklı tarihlerde çeşitli şehirlerde devam edecek.

farklılığını ortaya koyan detaylar olarak öne çıkmıştır. Bir başka sahne ise, gazetenin ilk sayısı basıldıktan sonra çalışanların pide siparişi vermek istemelerine rağmen, maddi imkânsızlıklar nedeniyle bunu gerçekleştirememeleridir. Bu sahne, bağımsız bir medya kuruluşunun ne denli büyük fedakârlıklar ile ayakta kaldığını gözler önüne sermektedir. *Bir Düş*'ün genelinde, gazetenin yayın politikalarına ve gezi parkı olaylarındaki ilkeli tavrına değinilmiştir.

Karma bir ekonomik modeli benimseyen gazetenin yayın gelirleri birden fazla kaynaktan aktarılarak oluşturulmuştur. Basın ilan gelirleri, reklamlar, özel ilanlar ve abonelikler ana gelir kalemleri arasındadır. Gelir kalemleri içerisinde, özellikle BİK ve okuyucu abonelikleri önemli bir paya sahiptir. Ancak zaman zaman gazete BİK tarafından, yayın kesme ve durdurma cezalarına maruz kalarak gelir kaybına uğrayabilmektedir. Yakın geçmişte Basılı ve dijital tarafta BİK tarafından uygulanan cezaların örnekleri mevcuttur. BİK 2019 yılında eleştirel haberleri gerekçe göstererek gazeteye 49 günlük bir ilan kesme cezası uygulamıştır. Benzer bir gerekçe ile 2022 yılında dijital taraftaki (birgun.net) ilanlar 7 günlüğüne durdurulmuştur. 2019 yılında uygulanan cezanın ardından *BirGün* Gazetesi, okurlarına çağrıda bulunarak "dayanışma ilanı" vermelerini talep etmiştir. Gazetenin başlattığı dayanışma çağrısına çok sayıda okur, sanatçı, milletvekili ve sivil toplum kuruluşu destek vermiştir. Abonelik sistemi ise; her yıl başka kampanyalar ile büyütülmeye çalışılmaktadır. "Omuz Ver", "Dağıtım Dayanışması" ve "Her Gün Bir Doz BirGün Kampanyaları" ile abone sayısı ve gelirler arttırılmaya çalışılmaktadır. BirGün Gazetesi ve çalışanları eleştirel yayın politikalarından dolayı sıklıkla adli soruşturmalar ve cezalarla karşı karşıya kalmaktadır. Yayın politikalarındaki eleştirel dil patronsuz gazete olmasından kaynaklanmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PATRONSUZ GAZETECİLİĞİN EKONOMİ POLİTİĞİ: DEMOKRAT ve BİRGÜN GAZETELERİ ÜZERİNDEN BİR ANALİZ

3.1.Araştırma Problemi

Medya'daki tekelleşme problemi ve küreselleşen iletişim düzeni, sıkça araştırmalara konu olmuştur. Literatürde, tekelleşme ve küreselleşme karşısında alternatif medya seçenekleri tartışılmakta, bu tartışmalar derinleştirilmeye çalışılmaktadır. Alternatif medya arasında yer alan patronsuz gazetecilik modeli, dijitalleşme ile son yıllarda önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Ancak mevcut araştırmalar genellikle patronsuz gazeteciliği, yalnızca gazeteciler üzerinden ele almıştır. Bu gazetecilik modelinin, önemli paydaşlarından biri olan okuyucular ise çoğu çalışmada göz ardı edilmiştir. Bu çalışma, okuyucuları sürecin içine dahil ederek daha bütüncül bir analiz yapmayı amaçlamaktadır. Medya kurumu, çalışanlar ve okuyucular arasındaki ilişkiler, ekonomi-politik analiz perspektifinden yorumlanacaktır. Patronsuz gazetecilik bağlamında okuyucunun rolünü ortaya koymak, bu çalışmanın temel problemini oluşturacaktır.

3.2. Araştırmanın Önemi ve Amacı

Gündelik bilgi ihtiyacımızı karşıladığımız medya, 1980'lerin sonu ve 2000'lerin başında geçirdiği yapısal dönüşüm evreleriyle haber üretim süreçlerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Kamusal yayın anlayışının terk edilmesi ve yerine ticari yayın anlayışının benimsenmesi, bireylerin gündemini büyük ölçüde eğlence içerikleriyle meşgul etmeye başlamıştır. Bu dönemde, okuyucular çapraz medya sahipliği altında kalarak, sınırlı ve ideolojik bir haber akışı döngüsüne hapsolmuşlardır. Bu döngüyü kırmak amacıyla ortaya çıkan alternatif medya oluşumları ise, okuyucularına sorgulayıcı ve fikirsel bir yayıncılık politikası sunmayı hedeflemektedir. Bu araştırmanın temel amacı, gazetecilikte farklı bir yolun, okuyucularla birlikte yürünebileceğini göstermektir. Patronsuz gazeteciliğin yalnızca medya çalışanlarından

ibaret olmadığı ve bu yapının araştırmanın bütününde tartışıldığı vurgulanmaktadır. Ayrıca, medya kurumlarının sadece dev holdinglerle sınırlı olmadığı, bağımsız gazetecilik pratiklerinin de var olabileceği belirtilmektedir. Bu bağlamda, patronlu medya yapılarının ötesindeki alternatif medya pratiklerinin, katılımcı bir medya ortamı yaratma potansiyeli incelenmektedir. Araştırma, gazeteciliğin toplumsal sorumluluğunu yerine getirirken, farklı bağımsızlık alanları yaratabilme kapasitesine sahip alternatif yaklaşımları tartışmaya açmaktadır. Öte yandan, bu çalışma, patronsuz gazetecilik iş modelini geleneksel medya ile yeni medya temellerinde karşılaştırarak, her iki modelin özelliklerini ortaya koymaktadır. Dünden bugüne değişen patronsuz gazetecilik pratiklerinin analiz edilmesi, gelecekteki deneyimler için yol gösterici bir nitelik taşımaktadır.

3.3.Araştırmanın Varsayımları ve Sınırlılıkları

Bu araştırmada, patronsuz gazeteciliğin gelecekte daha fazla tercih edileceği varsayılmaktadır. Ayrıca, bu alandaki araştırmaların artacağı ve sürdürülebilir ekonomik modellerin geliştirilmesinin olasılıklar arasında olduğu düşünülmektedir. Çalışma, "*Demokrat"* ve "*BirGün"* Gazetelerinin çalışanları ve okuyucuları ile sınırlandırılmıştır. Demokrat Gazetesinin çalışanları ve okuyucularının genellikle ileri yaş düzeyinde olmaları nedeniyle, yaş aralığı 18–80 olarak belirlenmiştir. Araştırmanın sınırlılıklarını oluşturan bazı faktörler bulunmaktadır. Öncelikle, *Demokrat* Gazetesinin çalışanları ve okuyucularının ileri yaş seviyesinde olması, bazı çalışanların hayatta olmaması gibi durumlar, araştırmayı sınırlamıştır. Ayrıca, gazetelerin siyasi hareketlerle ilişkisi, görüşmecilerin röportajlarında sıklıkla yeniden gündeme gelse de bu konu bu çalışmada ele alınmamıştır. Dolayısıyla, gazetelerin siyasi hareketlerle olan ilişkisi, araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

3.4. Araştırmanın Metodolojisi

Bu araştırmanın metodolojisi, tarihsel materyalizm perspektifine dayanmaktadır. Tarihsel materyalizm, idealizmin karşıtı olarak toplumsal yaşamı diyalektik bir bakış açısıyla analiz etmeye çalışır. Bu yaklaşım, geçmişteki olayları sınıf temelli ve bütünleşik bir şekilde ele alır; bu da patronsuz gazetecilik gibi bir fenomenin üretim süreçlerini anlamayı kolaylaştırır.

Tarihsel materyalizm, emek-sermaye ilişkilerinin dönüşümünü, teknolojik gelişmeleri ve medya endüstrisinin yapısal değişimlerini inceleyerek, patronsuz gazeteciliğin tarihsel bağlamını ve gelecekteki potansiyelini anlamamıza olanak tanır. Bu bağlamda, emek-sermaye ilişkisi, teknolojik gelişmeler ve medya endüstrisinin dönüşümü gibi unsurlar, araştırmanın temelini oluşturan patronsuz gazetecilik modelinin evrimini daha iyi kavramamıza yardımcı olacaktır. Araştırmada verilerin toplanmasında nicel ve nitel yaklaşımlar bir arada kullanılmıştır. Nicel araştırmalar genellikle istatistiksel verilere ve sayısallaştırmaya başvururken, nitel araştırmalar daha çok tema analizi ve yoruma dayalıdır. Nitel araştırmalarda, araştırmacı genellikle veri toplama sürecine aktif olarak katılırken, nicel araştırmalarda tarafsız bir duruş sergilenir. Toplumsal olayları doğal ortamında inceleyen nitel araştırmalar, görüşme, gözlem ve belge inceleme gibi teknikler kullanarak veri toplar. Nitel araştırmalarda en yaygın kullanılan veri toplama tekniği ise görüşme yöntemidir. Görüşmeler, bireylerin bir konu hakkındaki duygu, düşünce ve bakış açılarını ifade ettiği sözlü iletişime dayalı bir tekniktir (Yıldırım & Şimşek, 2021:44-45). Bu araştırmada, yarı yapılandırılmış mülakat tekniği veri toplama yöntemi olarak kullanılmıştır. *Demokrat* Gazetesinden 10 çalışana ve 10 okuyucuya, *BirGün* Gazetesinden ise 10 çalışana ve 10 okuyucuya ulaşılmış ve yarı yapılandırılmış mülakat soruları yöneltilmiştir. Yarı yapılandırılmış mülakat tekniği, esneklik sağlaması, ek soru sorma imkânı tanıması ve ayrıntılı cevaplar alma gibi avantajlar sunduğu için bu araştırmada tercih edilmiştir.

3.5.Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Veri Toplama Aracı

Araştırmanın verileri *Demokrat* ve *BirGün* Gazetelerinden toplanmıştır. Bu iki gazetenin örneklem olarak seçilme nedeni "halkın gazetesi" sloganından hareket ederek, sermayesiz bir yönetim anlayışına sahip olmalarıdır. *Demokrat* Gazetesi 17 Aralık 1979 yılında yayın hayatına başlamış ve 9 ay ayakta kalabilmiştir. Ana merkezi İstanbul Cağaloğlu Çatal Çeşme mevkiinde olan *Demokrat* Gazetesi, 12 Eylül 1980 darbesinin ardından kapatılmıştır. Dönemindeki gazetelere tepki olarak yayın hayatına başlayan *Demokrat,* sosyalist bir yayın çizgisi benimseyerek, toplumsal olayları manşetlerine taşımıştır. Demokrat Gazetesinin kurucu kadroları tarafından kurulan *BirGün* Gazetesi ise; 14 Nisan 2004 yılında yayın hayatına başlamıştır. Günümüzde hem dijital tarafta hem de basılı tarafta varlık gösteren gazetenin ana merkezi İstanbul'dur. *Demokrat*'ın mirasçısı olan ve "halkın gazetesi" sloganın taşıyan *BirGün*'ün kuruluş gelirleri STK'lardan ve kitlelerden sağlanmaktadır.

Araştırmanın verileri gazete çalışanları ve okuyucularına kartopu örneklem ile ulaşılarak toparlanmıştır. Rastlantısal olmayan örneklemler arasında yer alan kartopu örneklem, bir olayın ya da olgunun küçük halkasından başlayarak büyüdüğü örgüye dayanır (Neuman, 2006: 324). Demokrat Gazetesi uzun yıllar önce kapatıldığından dolayı çalışlara ve okuyuculara ulaşmak için kartopu örneklem bu çalışmada tercih edilmiştir. Bu örneklem, katılımcıların bilinmediği ya da az bilindiği durumlarda, araştırmacılara yol gösterici olmaktadır. İlk olarak *BirGün* Gazetesinin yönetim kurulundan bir katılımcı ile görüşülmüş ve diğer isimler bu katılımcının yönlendirmesiyle belirlenmiştir. Görüşmeler ilerledikçe, katılımcılar gazetelerle ilişkili başka isimler önererek örneklemin genişlemesini sağlamıştır. Röportajlar, yüz yüze, elektronik posta, online ve telefon üzerinden gerçekleştirilerek kayıt altına alınmış ve deşifre yapılırken değiştirme yapılmamıştır.

Katılımcılardan elde edilen bulgular betimsel analiz temalarına ayrılarak, çalışmanın üçüncü bölümünde yorumlanmıştır. Betimsel analiz temaları, katılımcıların alıntılarına yer

veren ve araştırmacının yorumlarını içeren çözümle modelidir. Bu veri analizinde, araştırmacının görüşleri ile katılımcıların alıntıları bir potada eritilerek önceden hazırlanan alt başlıklarda incelenmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 244).

3.6. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamında *Demokrat* ve *BirGün* Gazetesi çalışanları ve okuyucuları ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Her iki gazetenin 10'ar okuyucusuna ve 10'ar çalışanına, toplamda 40 kişiye, kartopu örneklem ile ulaşılarak röportajlar yapılmıştır. *Demokrat* Gazetesinin çalışanları (DÇ) ve okuyucuları (DO), *BirGün* Gazetesinin çalışanları (BÇ) ve okuyucuları (BO) olarak kodlanmıştır.

CİNSİYET	İSİM	ÜNVAN	YAŞ	ŞEHİR
Erkek	Demokrat Okuyucu-1	Muhtar	64	Artvin
Erkek	Demokrat Okuyucu-2	Emekli	62	Edirne
Erkek	Demokrat Okuyucu-3	Emekli	66	Kırklareli
Erkek	Demokrat Okuyucu-4	Ticaret	67	Artvin
Erkek	Demokrat Okuyucu-5	Makine Teknisyeni	63	İzmir
Erkek	Demokrat Okuyucu-6	Emekli	63	İzmir
Erkek	Demokrat Okuyucu-7	Emekli	60	İzmir
Erkek	Demokrat Okuyucu-8	Emekli	65	Kırklareli
Erkek	Demokrat Okuyucu-9	Emekli Öğretmen	64	Kırklareli
Erkek	Demokrat Okuyucu-10	Emekli Öğretmen	61	Edirne

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (D.O)

CİNSİYET	İSİM	ÜNVAN	YAŞ	ŞEHİR
Kadın	Demokrat Çalışan-1	Editör	69	Londra
Erkek	Demokrat Çalışan-2	Teknik işler- Yönetim	79	İstanbul
Erkek	Demokrat Çalışan-3	Polis Muhabiri	67	Mersin
Erkek	Demokrat Çalışan-4	Editör	68	İstanbul
Erkek	Demokrat Çalışan-5	Sayfa Sorumlusu	74	Muğla
Erkek	Demokrat Çalışan-6	Gönüllü Muhabir	69	İzmir
Erkek	Demokrat Çalışan-7	Genel Müdür	76	Fethiye
Kadın	Demokrat Çalışan-8	Muhabir/Editör	68	İzmir
Erkek	Demokrat Çalışan-9	Karikatürist	70	İstanbul
Erkek	Demokrat Çalışan-10	Sayfa Sekreteri	73	Çanakkale

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri (D.Ç)

CİNSİYET	İSİM	ÜNVAN	YAŞ	ŞEHİR
Erkek	BirGün Okuyucu - 1	Mali Müşavir	41	İstanbul
Erkek	BirGün Okuyucu - 2	Emekli	75	Bulgaristan
Erkek	BirGün Okuyucu - 3	Emekli	60	Uşak
Erkek	BirGün Okuyucu - 4	Emekli	65	Kırklareli
Erkek	BirGün Okuyucu - 5	Çiftçi	68	Aydın
Kadın	BirGün Okuyucu - 6	Grafik	30	Kocaeli
Kadın	BirGün Okuyucu - 7	Sekreter	27	Kocaeli
Erkek	BirGün Okuyucu - 8	Çiftçi	32	Tekirdağ
Erkek	BirGün Okuyucu - 9	Memur	27	İstanbul
Kadın	BirGün Okuyucu - 10	Sekreter	52	İstanbul

Tablo 3. Katılımcıların Demografik Özellikleri (B.O)

CİNSİYET	İSİM	ÜNVAN	YAŞ	ŞEHİR
Erkek	BirGün Çalışan - 1	Yazar/Akademisyen	64	Ankara
Erkek	BirGün Çalışan - 2	Yazar/ Gazeteci	30	İstanbul
Kadın	BirGün Çalışan - 3	Sayfa Tasarımcısı	25	İstanbul
Kadın	BirGün Çalışan - 4	Ankara Temsilcisi	60	Ankara
Erkek	BirGün Çalışan - 5	Yayın Koordinatörü	35	İstanbul
Erkek	BirGün Çalışan - 6	Yönetim Kurulu Başkanı	61	İstanbul
Erkek	BirGün Çalışan - 7	Yazar	53	İstanbul
Erkek	BirGün Çalışan - 8	İdari İşler Personeli	50	İstanbul
Kadın	BirGün Çalışan - 9	Gazeteci	27	İstanbul
Erkek	BirGün Çalışan - 10	Editör/ Grafiker	30	İstanbul

Tablo 4. Katılımcıların Demografik Özellikleri (B.Ç)

3.7. Bulgular

Bu bölümde yarı yapılandırılmış görüşmelerin analizleri yapılarak, ortaya çıkan sonuçlar tartışmaya açılmaktadır. Görüşmelerden elde edilen bulgular, İlk bölümlerde yapılmış olan literatür taraması ile desteklenmektedir. Patronsuz gazeteciliği derinlemesine analiz etmek için bu araştırmada, *Demokrat* ve *BirGün* Gazetelerinin çalışanları ve okuyucuları ile yarı yapılandırılmış görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu gazetelerin habercilik pratiklerinde, çalışma biçimlerinde ve maddi kaynaklarında benzerlikler tespit edilmiştir.

TEMA ADI	TEMA KODU	KARŞILIK BULDUĞU KATEGORİ
Emek ve Sermaye Çatışmasında Bir Praksis: Patronsuz Gazetecilik	Tema-1	Çalışanların Gözünden Emek Süreçleri
Patronsuz Gazetelerin Hiyerarşik Yapısı ve Haber Üretim Pratikleri	Tema-2	Gazetelerin Üretim Koşulları ve Medya Yapısı
Patronsuz Gazetelerin Kuruluş Süreçleri ve Sermaye Kanalları	Tema-3	Maddi Gelir Kaynakları ve Ayakta Kalma Dinamikleri
Geleneksel ve Yeni Medyada Patronsuz Gazetecilik Avantajları ve Dezavantajları	Tema-4	Karşılaşılan Güçlükler ve Olanaklar
Demokratik Katılım, Okuyucular ve Patronsuz Gazetecilik	Tema-5	Okuyucunun Rölü

Tablo 5. Betimsel Analiz Temaları

3.7.1.Emek – Sermaye Çatışmasında Bir Praksis: Patronsuz Gazetecilik

Yeryüzündeki "değeri" üreten emeğin sermaye karşıtlığı, yüzyıllardır kapitalizmin bağrında derinleşerek devam etmektedir (Belge, 24 Ağustos 2017). Emek gücünün metaya dönüşümü kapitalizm dışındaki toplumsal sitemlerde de var olmasına rağmen kapitalist üretim tarzıyla birlikte alımı ve satımı daha değerli bir hale gelmiştir. Emek gücünün yaşamsal faaliyetleri sürdürmek için satılması emek süreçlerini başlatmaktadır. Üretim süreci içerinde değişim değeri yaratan metalar, sermayenin emek üzerindeki tahakkümünü pekiştirmektedir. Değişim değeri sermaye sınıfının kârını ve mülkiyetini artırarak emekçi sınıfın yoksullaşmasına yol açmaktadır. Sermayenin emeğe olan bağımlılığı ve üzerindeki egemenliği kapitalist rejimin daimiliği açısından önemli bir rol oynamaktadır (Braverman, 2008: 71). Emek ve sermaye arasındaki üretim süreçleri medya alanında da uzun çalışma saatlerine, belirsiz emek süreçlerine ve güvencesiz çalışma pratiklerine neden olarak medya çalışanlarını yabancılaştırmaktadır (Göçer ve Ataberk, 2002: 207). Bu yabancılaşmanın farkına varan ve başka bir yol arayan medya çalışanları ise farklı gazetecilik deneyimlerine yönelmektedir. Çeşitli arayışların ve pratiklerin ürünü olarak ortaya çıkan patronsuz gazetelerin, emek ve

sermaye arasındaki çatışmada bir praksis inşa edip etmediği gazete emekçilerinin yanıtlarından çıkarılmaya çalışıldı. Demokrat çalışanlarından (DÇ4), (DÇ2) ve BirGün çalışanlarından (BÇ1), (BÇ10) ve ile yapılan görüşmeler emek sürecinin kapitalist üretim tarzının aksine işlediğine dair bulgular içermektedir. Örneğin (DÇ2)'göre;

> "Demokratın kuruluşu başından sonuna emeğin ve buna emek veren insanların hikâyesi dolayısıyla sermaye karşıtlığı var ortada. Binası bile yokken tepeden tırnağa insanların cabaları ile kurulmuş bir gazete. Kimse gazetede "gazeteci" "muhabir" "müdür" olarak işe başlamadı herkes emekçi olarak başladı. Gazetenin binası tutuldu elbirliğiyle tadilatı badanası yapıldı, eşyaları ikinci el toplandı. Gazetenin İstanbul bürosunu açarken bir yandan badana boya yapıp diğer yandan resmi işleri koştururken yanımda takım elbise getirirdim mesela kirli kıyafetle gitmeyeyim diye."

(DÇ-4) ise Demokrat Gazetesinin kuruluş amacını ve yayın hayatına başlama gerekçesini değerlendirirken gazetenin örgütlenme yapısının hiyerarşik olmaktan uzak, eleştirel bir yaklaşım benimsediğini ve emeğin öncelikli olduğu bir pozisyonda konumlandığını vurgulamıştır. Bu bağlamda gazetenin yalnızca bir medya organı değil aynı zamanda toplumsal eşitsizliklere ve sermaye egemenliğine karşı alternatif duruş sergileyen bir yapı olarak tasarlandığını ifade etmiştir. (DÇ-4)'e göre;

> "Bildiğimiz anlamdaki eleştirdiğimiz emek sermaye çelişkisinden bahsetmek mümkün değil bu tür yapılarda. Çünkü kuruluş ve yola çıkış amaçları, zaten sermaye karşıtlığı üzerine. Çalışma ortamlarından tutunda, haklara kadar her şey sermaye kesimine muhalefet edecek düzeyde yatay bir biçimde örgütleniyor. Sermaye tarafından yaratılan, medya gruplarının yazamadıkları yazmak üzere yayın hayatına başlıyor birçoğu. Demokrat Gazetesi de kapatılana kadar bu felsefeyi sürdürmüş bir yayın organı. Dönemin mevcut medyasının yetersizliği ve bazı olayları görmezden

gelişi Demokratın çıkışını hızlandırdı. Manşetlerinde emekten yana bir tutum izlemesi, gönüllü çalışanlar ve ekonomik ihtiyaçlarını kitlelerden sağlaması gibi şeyler Demokrat'ı baştan sona eleştirel bir ürün yapıyor."

Demokrat çalışanların görüşlerine benzer şekilde *BirGün* çalışanlarından (BÇ1) ve (BÇ10) de gazetenin işleyişinin emek eksenli olduğunu belirtmiştir. Görüşmecilerin genel tutumu patronsuz gazetecilik deneyiminin sermaye karşında konumlandığı yönündedir. (BÇ1) deneyimlerini şöyle ifade etmiştir:

"Emek sermaye çelişmesi, gazeteciliğin doğası gereği, bu noktada başlar. Gazetecilik doğruyu söyleme mesleğidir. Gazeteci de emeğini, en azından teorik olarak böyle, gerçeğe ulaşmak, gerçekle halkı buluşturmak için kullanır. Emeği bunun dışında bir şey için kullanılıyorsa, tam tersine gerçeği çarpıtmak, halkı yanıltmak için kullanılıyorsa, asıl sömürü, emeği karşılığında ne kadar ücret alırsa alsın o noktada vardır. BirGün Gazetesinin web sitesine gelen reklamlardan, basılı gazetenin aldığı reklamlardan ve abonelikten gelen bir geliri var. Açıkçası bu giderleri karşılamak, çalışanlara tatmin edici bir ücret ödemek konusunda yeterli de değil. Hele de sürekli ilan yasakları, para cezaları geldiği düşünülürse.

BirGün binlerce destekçisinin küçük küçük katkılarıyla kuruldu. Ayakta kalması da okurlarının, onu yoktan var eden destekçilerinin dayanışması sayesinde. Gazete ne zaman zor durumda kalsa okurları omuz veriyor ve bu sayede ayakta kalabiliyor. Sermayeyi sağlayan kanallar böyle olunca, burada klasik anlamda bir emek-sermaye çelişkisinden söz edemezsiniz."

(BÇ10) ise emek ve sermaye arasındaki çatışmayı kendi deneyimleri çerçevesinde ele alarak değerlendirmiştir. Kendisine göre, sermaye kesimini temsil eden reklam ve ilanların gazete bünyesinde yayınlanması, gazetenin temel yayın ilkelerini ve ideolojik duruşunu herhangi bir biçimde etkilememektedir. Bu durum, gazetenin sermaye ile kurduğu ilişkinin,

bağımsız bir editoryal politikayı sürdürebilecek şekilde tasarlandığını ve ilkelerine bağlılığını koruyabildiğini ortaya koymaktadır. (BÇ10)'a göre;

> " Öncelike BirGün'ün kâr etmek gibi bir amacı yok. Evet yasalar gereği BirGün bir şirket ama gazetenin elde ettiği gelirin paydaşları yine çoğunlukla kurumun çalışanları oluyor. Zaten sadece kendini çevirebilecek bir ekonomik yapıya sahip bir kurum BirGün. 13 yıldır burada çalışan biri olarak bunu rahatlıkla söyleyebilirim. Yani benim-bizim üzerimizden zenginleşen birileri olmadı henüz. (…) Gazetenin bir sayısında bu ajanslardan birinden gelen Trendyol ilanını kullanırken yine aynı sayıda, firmanın grevdeki işçileriyle de röportaj yapabilme imkânına sahibiz. Keza bir dönemin ünlü müteahhiti Ali Ağaoğlu'nun bir projesiyle ilgili reklam yayımlarken aynı gün onunla ilgili usulsüzlükleri anlatan bir haber de yer alabiliyor gazetede. Bütün bu örnekler BirGün'ün bağımsız gazetecilik için ne kadar önemli olduğunun bir göstergesi bence."

Dört görüşmecinin emek süreçlerine dair yaptığı yorumlar, gazetelerin kuruluş amaçlarına uygun hareket ettiğine dair kanıtlar içermektedir. Özellikle (BÇ10-E)'nin vurguladığı ekonomi ve yayın politikaları arasındaki bağ bağımsız gazetecilik pratikleri açısından önemli bir yere sahiptir. Büyük sermaye gruplarına ait reklamların gazetede yer almasına rağmen yayın politikalarının bu grupların aleyhinde olması, gazetecilik etiğine uygun hareket edildiğinin bir göstergesidir.

Bununla birlikte çalışanların gazeteler ile kurdukları bağ ve saf ettikleri çaba görüşmecilerin söylemlerinde sıklıkla belirtilmiştir. Görüşmecilerin neredeyse tamamı çalıştıkları kurumun medya açısından bir ihtiyaç olduğunu vurgulayarak, bağımsız kuruluşların önemine dikkat çekmiştir. Demokrat ve BirGün çalışanlarının yorumları bu tespiti destekler nitelikte olmuştur. Görüşmecilerden (DÇ1)'nın söylemleri şu şekildedir.

"Demokrat bence işçilerin, köylülerin, emekçilerin yani başkasının sırtından geçinmeyen, kendi emeğiyle yaşayan kesimlerin gazetesiydi. Ve o zamanların siyasi ortamı çok gergindi, bir yanda faşist saldırılar diğer tarafta fabrika direnişleri. O yüzden her görüşten ve direnen herkesin sesi olabilecek bir gazeteye ihtiyaç vardı. Bu hareketliliğin sesi olabilmek ve insanların birbirini duyabilmesini amacıyla çıktı Demokrat. Bugün Demokrat'ın sayfalarına baktığınızda ülkenin içerisinden geçtiği kargaşayı rahatlıkla anlayabilirsiniz. Bu cesareti o dönem ki koşullarda yapabilmek çok zorken kısa yayın hayatına rağmen Demokrat başarabilmiştir."

Ayrıca (DÇ1) o dönemdeki medyanın yetersiz ve bağımsız gazeteciğin gerekli olduğunu belirtmiştir. (DÇ1) gibi (DÇ7) de ülkedeki siyasi atmosfere değinmiş ve medya ihtiyacına vurgu yapmıştır:

"1979 yılında faşizmin ülkemizde geliştiği, buna karşılık yükselen toplumsal muhalefet, direnişler, grevler ve devrimci eylemlerin yayıldığı bir yıldı. Medya bütün bu olayların taraflı bir habercilik anlayışıyla vermekte, devrimcilerin ve direnen güçlerin haberleri hemen hemen hiç gündeme gelmiyordu. İşte bu ortamda, faşist saldırıları, bu saldırılara direnen devrimcilerin, işçi ve köylülerin hak arama mücadeleleri sesini duyuramıyordu. Şimdi gerçek demokratların önüne önemli bir görev geliyordu. Bu görevin somut ifadesi basında doğruları ortaya koyacak bir günlük gazete çıkarmaktı. İşte bu sebep ve amaç Demokrat Gazetesinin çıkış sebebiydi.26 Aralık 1979 tarihinde yayın hayatına başlayan Demokrat, 12 Eylül 1980 darbesine kadar bu görevini başarıyla sürdürdü."

Görüşmecilerin söylemlerine göre; ülkenin içerisinden geçtiği siyasi kargaşanın medyada görmezden gelinmesi ve ana akım mecraların yetersiz görülmesi gibi sebepler bağımsız gazetelere duyulan gerekliliği arttırmaktadır. Demokrat çalışanlarından (DÇ1) ve (DÇ7)'nin

bahsettikleri dönem 1979 yılı ve sonrasını kapsamasına rağmen, *BirGün* çalışanlarından (BÇ-6) ve (BÇ-7)'nin ifadeleri de günümüzdeki sorunlara dair bulgular içermektedir. (BÇ6)'ya göre;

> "Özellikle 1980 sonrasında medya büyük sermaye gruplarının eline geçti yani büyük holdingler medyaya hakim oldu. Türkiye'deki 1-2 tane gazete haricinde, diğer gazeteler büyük şirketlerin bünyesine katıldı dolayısıyla mülkiyet yapısı değişti gazetelerin yayın anlayışı da değişti. (…) Türkiye'de özellikle egemen sınıfların çıkarlarının dışında, ortaya çıkan toplumsal hareketler, toplumsal talepler, kişi hak ve çıkarları gibi benzeri konular hiçbir şekilde medyada yer almaz oldu. Medya bunları görmez oldu, bunları gündem yapmaz oldu. Türkiye'de somut bir şekilde alternatif medyaya ihtiyaç vardı. Ülkedeki kadın, çevre hareketlerini, işçi grevlerini ve toplumsal muhalefetin mevcut sisteme rejime dönük faaliyetlerini gündeme taşıyacak bir medyaya. Bu arayışta bizleri somut adımlar atmaya itti"

(BÇ6) medyanın tarihsel dönüşüm süreçlerini ve sahiplik yapılarındaki değişimleri ele alarak, günümüzde patronsuz bir medya modeline duyulan öneme dikkat çekmiştir. Benzer şekilde, (BÇ-7) ise medya gruplarının mevcut sahiplik yapılarının yanı sıra bu yapıların siyasi iktidarla kurduğu ilişkileri değerlendirmiştir. (BÇ-7)'ye göre, medya kuruluşlarının sahiplik yapılarındaki merkeziyetçilik ve bu yapıların siyasi otoritelerle olan yakın bağları, bağımsız ve tarafsız habercilik ilkelerini zedelemektedir.

> "BirGün 2004 yılında kuruldu ama yaklaşık 1 yıllık bir tartışma süreci yaşadık. BirGün Gazetesi'nin kuruluşu aşamasında AKP yeni iktidara gelmişti ve Türkiye başka bir havaya girmişti. Türkiye demokrasiye kavuşacak, batılaşsak gibi fikirler havada uçuşuyorken, sol hareketler yavaş yavaş dağıtılmaya başlanmıştı. Medya da ise hızlı bir dönüşüm sürecine girerek çoktan iktidarın yörüngesine girmişti. Yoğunlaşmış yandaş medyanın etkisini hissettirmeye başladığı günlerde alternatif bir gazeteye ihtiyaç duyduk…"

Demokrat ve *BirGün* çalışanlarının ifadeleri temelde bir benzerlik göstermektedir. Görüşmecilerin dönemindeki medya gruplarını yetersiz bulması ve eleştirmesi alternatif medya kanallarına yönelmelerine neden olmuştur. Öte yandan görüşmecilerin farklı yıllarda ve kurumlarda çalışmış olmasına rağmen benzer sorunları dile getirmesi, medya alanındaki problemlerin devam ettiğinin bir göstergesidir. Bütüncül bir anlayış ile yaklaştığımızda, medya tekellerinin Türkiye'de gelişme aşaması 1980 sonrasına dayanmaktadır. 24 Ocak Kararları ve 12 Eylül Darbesi gerek ekonomik gerekse sosyal olarak köklü dönüşümlerin kıvılcımını ateşlemiştir.1980 darbesinin ardından kapatılan yayın organlarının yerini yavaş yavaş sermaye grupları alarak medyadaki değişim süreci başlatılmıştır. 2000'li yılların başında ise; sahiplik yapılarında yeniden el değiştirmeler yaşanmıştır (Türkiye'nin ağır aksak yürüyen demokratikleşme çabalarının darbeler ve otoriter hükümetler ile baskı altına alınması, basın camiasının maruz kaldığı zorluklarının göstergesidir). Bu tarihsel dönemeçler ve görüşmecilerin ifadeleri değerlendirildiğinde medyanın her dönem çeşitli zorluklar ile karşılaştığı ve alternatifini yarattığı tespit edilmiştir.

Görüşmecilerin emek sürecine dair yaptığı değerlendirmeler, emek eksenli bir anlayışın hem *Demokrat*'ta hem de *BirGün*'de hâkim olduğunu kanıtlamaktadır. Sermaye aleyhine yayıncılık, okur destekli maddi kaynak, yatay örgütlenme ve medyada görülmeyen kesimlerin ön plana çıkarılması gibi birçok konu çalışanlar tarafından belirtilmiştir. Gazetelerin "Halkın Gazetesi" sloganını taşıması ve patronsuz gazeteciliği dile getirmiş olması da emek ve sermaye arasındaki çelişkide, emeğin tarafında olduğunun bir diğer bulgusudur.

3.7.2. Patronsuz Gazetelerin Hiyerarşik Yapısı ve Haber Üretim Pratikleri

Kâr etme güdüsünün ön plana çıktığı ana akım medyanın, ticari işletmelere dönüşümü ve kurduğu siyasi bağlar, birincil amacı olan kamuoyunu bilgilendirme görevini ikinci plana atmasına yol açmaktadır. Ana akım medyanın, sermaye ve siyaset çevrelerinin aleyhinde yayıncılık yapamaması, haber süreçlerini sekteye uğratmaktadır. Bunların yanı sıra, habercilik

dilinin nefret söylemi barındırması ve dezavantajlı grupların ötekileştirilmesi gibi birçok yayın politikası gazetecilik etiğini çiğnemektedir. Medya kuruluşlarının sürdürmeye çalıştığı bu yayıncılık politikası, alternatif medya yapılarını ortaya çıkarmaktadır. Ana akım medyanın karşıtı olarak, yayın hayatına başlayan Alternatif kuruluşlar egemen söyleminin aksini ilke olarak benimsemektedir. Görülmeyeni görünür kılma, nefret söyleminden uzak durma ve siyasi erki denetleme gibi birçok görevi Alternatif medya kuruluşları yerine getirmeye çalışmaktadır. Alternatif kuruluşlar arasında yer alan patronsuz gazeteler, yatay örgütlenme, hak temelli yayıncılık ve kamuoyunu bilgilendirme gibi ilkelerden hareket ederek, ana akım medyadan farklılaşmayı hedeflemektedir. Alternatif medya arasında yer alan patronsuz gazetelerin medya ortamında çeşitlilik yaratıp yaratmadığı, gazete çalışanlarının verdiği yanıtlarda analiz edilmiştir. *Demokrat* çalışanlarından (DÇ5), (DÇ3) ve *BirGün* çalışanlarından (BÇ9), (BÇ3) ile yapılan görüşmeler üretim sürecinin kolektif örgütlendiğine işaret etmektedir. Örneğin (DÇ5) göre;

> "26 Aralık 1979'da *Demokrat* Gazetesi yayın hayatına başladı. Gazeteciler ve yazarlarla ön hazırlıklar yazar/öğretmen Dursun Akçam'ın yönetiminde oldu. Teknik kadroların önemli bir bölümü *Günaydın* Gazetesi'nden karşılandı. Yazı işleri birimleri sol düşünceli profesyonel kişilerin yönetiminde, gazetecilik bölümünde okuyan öğrencilerden oluşuyordu. Gazetede her siyasal düşünceden arkadaşlar inanılmaz bir dayanışma içinde çalışıyordu. Maddi olarak da fedakarlık yapılıyordu. Profesyonel olmayanlar asgari ihtiyaçlarını karşılayacak kadar ücret alıyorlardı. Gazetemiz böyle bir yapıya sahipti iç ilişkilerinde herkes bu gazetenin bir paçasıydı. Demokrat Gazetesi çok kısıtlı kadro ve fiziki şartlar olsa da inanılmaz bir çaba gösterilerek çıkarılıyordu. Çalışma ortamında tabi görünürde bir patron yoktu yasalara göre anonim şirketti. Herkes öyle bir bilince sahipti ki burası ortak üretim alanıydı."

(DÇ5)'nin ortak çalışma ve sahiplenme vurgusu hiyerarşik yapının yatay bir biçimde şekillendiğinin ipuçlarını içermektedir. Öte yandan çalışanların fikirsel olarak üretim sürecine dahil edilmesi demokratik bir işleyişin göstergesidir. (DÇ3) ise gazetenin çalışma koşullarını iyimser yaklaşarak, gönüllü çalışanların varlığına değinmiştir. (DÇ3)'nin belirtiklerine göre;

> "Demokrat Gazetesi Türkiye'de çok kısa bir dönem yaşasa da o günkü koşullarda kendi görevini layıkıyla yerine getiren bir yayın organı oldu. Gazetenin içinde gerçekten iyi niyetle çalışan, Aslan Başer Kafaoğlu, Emir Galip Sandalcı, Can Yücel gibi yazarların yanı sıra, birçok arkadaşımız fedakarca bir mesai harcadılar. Öyle insanlar vardı ki ismini hatırlayamadığım, geldi masa yaptı, sandalye yaptı, bir başka arkadaşımız boyacıydı, geldi boyasını yaptı yani herkes orda kolektif karınca gibi çalıştı. Ülkenin her yerinde gönüllü çalışan muhabirler, yurt haberlerinin yayınlanmasını kolaylaştırdı. Hepsi gerçekten yaptığı işi severek mutlu bir şekilde yaptı."

Demokrat çalışanlarının çalışma ortamlarına karşı olumlu duygular beslediği görülmüştür. *BirGün* çalışanlarının da *Demokrat* çalışanları gibi üretim ilişkilerine dair iyimser ifadelerde bulunduğu tespit edilmiştir. *BirGün* çalışanlarından (BÇ9)'nın görüşleri şu şekildedir:

> "BirGün benim için hakikaten ailem, yuvam gibi bir yer. Mesleğe burada başladım ve işten hiç ayrılmadım. Çok uzun zamandır çalışmış olmamın da verdiği bir bağlılık var. Burada çalışma ortamımız diğer meslektaşlarımızdan duyduğum kadarıyla daha rahat çünkü birbirimizi tolere edebiliyoruz. Üstümüzde ekstra bir baskı yok, ve böyle olduğu için de biz rahat bir ortamda çalışıyoruz. Öyle ya da böyle her yerin biraz hiyerarşik yapısı var. Yöneticilerimiz olmak zorunda fakat bir patronumuz yok. Dolayısıyla biz bu konuda daha rahatız yani bir kâr amacı

gütmüyoruz, kendi istediğimiz şeyleri ve halkın söylediği şeyleri yazabilme konusunda çok rahatız."

(BÇ9) gazetenin çalışma ortamını diğer medya kuruluşlarıyla kıyaslayarak, *BirGün* Gazetesinin editoryal bağımsızlık ilkesine verdiği önemin altını çizmiştir. Bu değerlendirme, gazetenin profesyonel ortamının, medya sektöründeki yaygın hiyerarşik ve baskıcı modellerden belirgin şekilde farklılaştığını göstermektedir. Öte yandan, (BÇ3) ise gazete bünyesinde ortaklaşa üretilen içeriklerin niteliğine ve üretim süreçlerine odaklanmış, bu süreçlerin iç demokrasiyi teşvik eden bir yapı sergilediğini ifade etmiştir. (BÇ3)'ye göre, *BirGün* Gazetesinin içerik üretim modeli, ortak akıl ve kolektif emeğe dayalı bir gazetecilik anlayışını temsil etmektedir.

"Okuduğum ve okuttuğum gazetenin çalışanı olmak öncelikle beni çok mutlu ediyor. Hani böyle bazı şeyler dışarıdan güzel gözükür içerisine girince yanılırsınız. İşte bu noktada burası beni hiç yanıltmadı. Dışarıda yazılan ve istenen neyse, gazetenin çalışma ilişkilerinde bu hakimdi. Kardeşlik ve eşitlik yazıyorsak manşetlerde çalışma hayatımızda da bu hakim. Mesela biz gazetedeki kadınlarla bir kadın köşesi ve programı yapalım diye kararlaştırdık ve işe koyulduk. Programı ben sunsam da aslında arkasında bir sürü tartışma, kolektif bir emek var. Her hafta beraber tartışılan beraber karar verilen konu başlıkları, kimi çağıracağımızı, beraber konuştuğumuz bir kolektif çalışma var."

Görüşmecilerin ifadeleri, gazetelerin çalışma ortamlarının aristokrasiden uzak bir biçimde yapılandığına dair bulgular içermektedir. Alternatif kuruluşları ana akım medyadan ayıran özelliklerin arasında bulunan yatay örgütlenme tarzının bu gazetelerde benimsendiği saptanmıştır. İş bölümünün bölüşülerek ve fikir birliğine varılarak yürütülmesi ise; ekonomi politiğin kolektif üretim biçimiyle örtüşmektedir. Öte yandan yayıncılık ilkelerine dair belirtilen görüşlerde hak temelli politikaların gazetelerde benimsendiğini ortaya koymaktadır.

Demokrat çalışanlarından (DÇ8), (DÇ9) ve *BirGün* çalışanlarından (BÇ2), (BÇ4) ile yapılan röportajlar haber üretiminde gazetecilik etiğinin dikkatte alındığını göstermektedir. Örneğin (DÇ8) göre;

> "Demokrat bir mücadelenin gazetesiydi. Yayıncılık politikası da bu mücadelenin üzerine kuruldu. Bir direnişi temsil ediyordu. Geniş halk kesimlerinin maruz kaldığı şeyleri ortaya koymaya çalışıyordu. Çarpıtılarak anlatılan gerçekler bir süzgeçten geçmeden veriliyordu. Bakın biz gerçekten halktan yana haberler yapmaya çalışıyorduk. Haber vermenin dışında aslında bilgilendirmeye ve sorgulamaya da itiyorduk. Çünkü dünya çok adaletsizdi, ülkemiz çok adaletsizdi. Bu adaletsizliği ortadan kaldırmaya çalışan bir yayın anlayışımız vardı. Dünya da ve ülkemizde olan her direniş haberini gazetemize koymaya çalışıyorduk. Size yayıncılık ilkelerimize dair bir ipucu vereyim daha anlaşılır olur hem. Biz Ankara büroda Cumhuriyet Gazetesi ile altlı üstlüydük yani aynı binadaydık. Aramızda her anlamda bir dayanışma vardı. Bu haber anlamında da vardı. Cumhuriyet Gazetesindeki arkadaşlar yer veremeyecekleri haberleri bize paslardı biz yayınlayalım diye. Çünkü onların siyaseten ve yayın politikaları olarak yazabilecekleri daha sınırlıydı bizim daha genişti. Onların gazeteye koyamadıkları haberleri biz koyardık, gündeme getirirdik"

(DÇ8)'in ifadelerine göre, *Demokrat* Gazetesi, dönemin diğer medya kuruluşlarının dile getiremediği veya yayınlamaktan kaçındığı haberleri gündeme taşıyarak, bağımsız ve eleştirel bir gazetecilik anlayışı sergilemiştir. (DÇ9) ise gazetenin yayıncılık politikalarını değerlendirirken bu politikaların yalnızca belirli bir kesimin değil, geniş bir kamuoyunun temsilini amaçladığını vurgulamıştır. Demokrat Gazetesinin, farklı toplumsal kesimlerin sesine yer veren ve geniş bir tematik yelpazede yayın yapan bir medya organı olarak konumlandığını belirten (DÇ9), bu durumu gazetenin çoğulcu ve kapsayıcı yayın ilkelerinin bir yansıması olarak şu değerlendirmeleri yapmıştır:

> "Demokrat Gazetesinde, bütün entelektüel yaşam, bütün fikir alanları yani edebiyat şiir, sosyal bilimler, felsefe, görsel sanatlar ve müzik bunların hepsi vardı. Demokrat bütün sosyalistlerin ve devrimcilerin ürünüydü. Emekçi kesimlere ait ne varsa haber değeri taşıyordu bizim için. Çok kapsayıcı alanlara sahipti bütün sayfaları dolu doluydu, entelektüel olarak doyuyordu şimdilerde böylesi mecraları bulmak hakikaten zor."

(DÇ8) ve (DÇ9) 'un değerlendirmelerine göre, *Demokrat* Gazetesi, emek yanlısı bir duruş sergileyen, politik bir medya kuruluşu olarak öne çıkmaktadır. Benzer bir şekilde, (BÇ2) ve (BÇ4)'ün ifadelerinde, *BirGün* Gazetesinin yayın politikasının da Demokrat Gazetesiyle ortak bir zeminde buluştuğu, her iki gazetenin de eleştirel ve emekten yana bir çizgide konumlandığı belirtilmektedir. Bu bağlamda, her iki medya kuruluşu, sermaye egemenliğine karşı bağımsızlık ilkesine sadık kalarak, toplumsal meseleleri kamuoyunun gündemine taşımayı hedefleyen yayıncılık pratiğini temsil etmektedir.

> "Şöyle anlatıyım; çok açık bir şekilde mesela yolsuzluk haberi yazarken biz diyoruz ki bu para aslında halkın parası, yani haberde bu anlatmaya çalışıyoruz. İsraftan bahsediyorsak bizim paralarımız çarçur edildi diyoruz. Cumhurbaşkanlığı'nın harcamalarını yazıyorsak, onu asgari ücretle kıyaslıyoruz, emekli maaşıyla kıyaslıyoruz. Halkın zararına olan her şeyi tüm çıplaklığı ile vermeye çalışıyoruz."

(BÇ2)'nin söylemlerine göre, *BirGün* Gazetesi, siyasi erkin denetlenmesi ve sermaye çevrelerine ait faaliyetlerinin teşhir edilmesi gibi önemli toplumsal sorumlulukları yerine getirirken bu tür konularda herhangi bir çekinceye yer bırakmadan yayın yapabilmektedir. Bu durum, gazetenin bağımsız ve eleştirel bir yayıncılık anlayışına sahip olduğunu ve baskılara karşı direncini sürdürebildiğini göstermektedir. (BÇ2)'nin vurguladığı bu nokta, *BirGün*'ün, halkın çıkarlarını gözeten, toplumsal adalet ve eşitlik ilkeleri doğrultusunda bir gazetecilik

pratiği ortaya koyduğunu ifade etmektedir. Benzer bir yaklaşım, (BÇ4)'te de dile getirilmiştir. (BÇ4)'e göre, *BirGün* Gazetesi, halk yararına haberciliği temel bir yayıncılık politikası olarak içselleştirmiştir. Bu anlayış, gazetenin yalnızca bilgi sağlama değil, aynı zamanda toplumsal sorumluluk taşıyan bir kamu hizmeti sunma amacını güttüğünü ortaya koymaktadır.

> "Çalıştığım gazete patronsuz diye nitelediğim, bir kooperatif örgütlenmesi denilebilecek bir yapıya sahip. Herhangi bir sermaye çevresi ya da bir güce bağımlılığı olmayan, evrensel anlamda gazetecilik yaptığımız bir yer olarak tanımlayabilirim burayı. BirGün Gazetesi sadece salt habercilik yapan bir kurum. BirGün Gazetesinin tek ölçüsü halkın yararına haberler üretmek, halktan gizlenen haberleri görünür kılmak. Bizim önceliğimiz halk, bir patrondan söz edilecek olursak ta bu sadece geniş halk kesimleri olur. Bu anlamda BirGün Gazetesinde editoryal anlamda bir sansür bir kısıtlamayla karşı karşıya değiliz. Evrensel gazetecilik ilkelerine uygun şekilde ve halkın duyum, halktan gizlenen, halkın yararına duyulması gereken konuları haberleştiriyoruz."

Demokrat ve *BirGün* Gazetesi çalışanların iç ilişkilerine ve yayın ilkelerine dair belirttikleri görüşler, alternatif medya kanallarının özelliklerini bünyesinde barındırmaktadır. Alternatif medyanın yatay örgütlenme biçimleri, katılımcı yapısı ve yayıncılık anlayışının bu gazetelerde hakim olduğu çalışanların söylemlerinde sıklıkla tekrar edilmektedir.

Görüşmecilerin verdikleri yanıtlarından ulaşılan üçüncü tema gazetelerin maddi kaynakları ile alakalıdır.

3.7.3. Patronsuz Gazetelerin Kuruluş Süreçleri ve Sermaye Kanalları

Alternatif medya kuruluşlarının sermaye kanalları, içerik yapısı ve üretim süreçleri ana akım kuruluşlarının anti tezi niteliğindedir. Alternatif medya emekçileri, iş ilişkilerinde demokratik, örgütlü ve güvenceli alanlara sahiptir. Tüm bunların yanı sıra, bu medya

kuruluşları anti tekelci ve katılımcı bir üretim süreci üzerinden yayın ilkelerini şekillendirmektedir (Binark ve Bek). Alternatif kuruluşların sermayeleri, abonelik sistemi, vakıf fonları ve kitlesel fonlama vb. yöntemler üzerinden toparlanmaktadır. *Demokrat* ve *BirGün* Gazetesinin sermaye kanallarının bu görüşle uyuşup uyuşmadığını ortaya çıkarmak için çalışanlarına konu ile alakalı çeşitli sorular yöneltilmiştir. *Demokrat* Gazetesinden (DÇ6)'nın görüşleri şu şekildedir;

> "Gazetenin maddi temellerini atmak için kitlesel bir kampanya süreci örgütlendi. Bu bağış kampanyası gazete kurulmadan önce başladı ve kurulduktan sonra da ara ara devam etti. Kurulduktan sonraki süreçte de hem gazetenin bizzat alınmasını sağlamak ve herkes tarafından okunurluğunu arttırmak için mahalle aralarında gazete dağıtıldı görünürlüğü sağlandı. Gazetenin bu açıdan ekonomik olarak beslenmesi hep gündemimizde oldu yani öyle söyleyebilirim."

(DÇ6), gazetenin kuruluşunun, büyük ölçüde bağışlar üzerinden gerçekleştirildiğini ve bağış kampanyalarının zaman zaman devam ettiğini belirtmiştir. Bu durum, gazetenin finansal olarak bağımsızlığını sürdürme çabalarını ve toplumsal dayanışma anlayışını ortaya koymaktadır. (DÇ6) ayrıca, gazetenin tanıtımının gönüllü kişiler tarafından yapıldığını vurgulamış, bu gönüllülük esasına dayalı hareketin, gazetenin toplumsal bağlarını ve yerel desteğini güçlendiren bir faktör olduğunu ifade etmiştir. Benzer şekilde, (DÇ10) de gazetenin finansal kaynaklarının büyük ölçüde okurlar tarafından sağlandığını ve bu bağlamda halkın aktif bir şekilde gazetenin gelirlerine katkı sunduğunu dile getirmiştir. (DÇ10), ayrıca bireylerin sergilediği fedakârlıklara ve özverili katkılara dikkat çekerek, gazetenin kuruluş sürecinin, kolektif bir çaba ve dayanışma örneği olduğunu ayrıntılı bir şekilde açıklamıştır.

> "Demokrat Gazetesi tamamen imece ile, ülkenin her yerindeki insanların var olan birikimlerini gazeteye aktarması ile kurulmuştur. Bir gazetenin ilk başlangıcı çok masraflıdır ve Demokrat tamamen özverili insanların inanılmaz çabaları ile yayın

hayatına başlamış satışa çıktıktan sonra kendi yağı ile kavrulmuştur. İlginç olan Cumhuriyet Gazetesine kan davası gibi düşman olan Hürriyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Nezih Demirkent'in anlaşılmaz desteği idi. Hürriyet Gazetesinden kıdem tazminatı olarak aldığı Dünya Gazetesinin matbaası tamamen bize çalışıyordu ve boşlukta Dünya Gazetesi basılıyordu."

(DÇ5) de (DÇ10)'un bahsettiği fedakârlık ve emek süreçlerini destekleyici ifadeler kullanmıştır. Gazetenin yaptığı yardım çağrısının geniş kitlelere ulaştığını belirten (DÇ5), okuyucuların kendi kısıtlı imkânlarına rağmen gazeteyi ayakta tutabilmek için önemli fedakârlıklarda bulunduğunun altını çizmiştir. DÇ5'in iki okuyucu üzerinden verdiği örnekleri şu ifadelerle anlatmaktadır:

"Demokrat Gazetesi'nin nasıl ayakta kaldığına iki örnek verebilirim. İlki: Maddi yardım çağrısı inanılmaz destek gördü. Gazetenin muhasebe servisine sabahın erken saatinde genç bir kadın geldi. Başörtülü, zayıfçana. Arkadaşlar niye geldiğini sorunca Alibeyköy'den (o zamanki fabrikaların bulunduğu gecekondu semti) geldiğini, eşinin oradaki fabrikalardan birinde işçi olduğunu söyleyerek kolundaki bileziğini çıkartıp masanın üstüne koydu, imkanlarının bu kadar olduğunu söyledi. Tüm ısrarlara rağmen bileziğini almadan çıkıp gitti."

İkinci örnek: Tek kanal TRT'de gazete yöneticilerinin katılacağı açık oturumda siyasi lider olarak MHP'nin genel başkanı Alparslan Türkeş bulunacaktı. Demokrat Gazetesi'nden Arslan Başar Kafaoğlu çağırılmıştı. Gazete içinde yaptığımız tartışma neticesinde programa katılmama kararı çıktı. Açık oturuma katılan gazetecilerin masasında, Demokrat Gazetesi yazan yerin sandalyesi boş duruyordu. Açık oturumu yöneten program sunucusu da katılınmadığını belirtti. Biz, programın ertesi günü gazeteye geldiğimizde yaşlıca bir kadın elinde bir tepsi börekle bizi karşıladı. "İyi ki Alparslan Türkeş'in karşısına oturmadınız. Sabah erkenden kalkıp size börek hazırlayıp getirdim" dedi.

(DÇ5)'in ele aldığı konular, yalnızca ekonomik boyutlarıyla değil, aynı zamanda politik boyutlarıyla da dikkat çekmektedir. 1980 öncesi yıllar, Türkiye'de siyasal gerilimin arttığı ve emekçiler üzerindeki baskının yoğunlaştığı bir dönem olarak tanımlanmaktadır. (DÇ5)'in konuya dair yaptığı değerlendirmeler, gazetenin politik duruşuna ışık tutan önemli bulgular sunmaktadır. Yapılan maddi ve manevi yardımların, yalnızca finansal bir destekten öte, politik gerekçelere dayandığı ve bu bağlamda bir ideolojik tutum sergilendiği, yapılan görüşmelerde belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu noktada, *BirGün* Gazetesinin perspektifinden görüş bildiren (BÇ8), benzer bir yorumda bulunarak şu ifadeleri kullanmıştır.

> "BirGün kurulmadan önce her yerde toplantılar yapıldı, neden günlük bir gazete çıkaralım diye sonrasında bu projeye gönül veren kalbi soldan yana atan herkes destek oldu. Mesela bir arkadaşımız çocuğun kumbarasındaki paraları göndermişti. Çocuklara patik örmüşler satmışlar onun patik parası yollamışlar. Bir lirasından tutun da 5 lirasına 10 lirasına 50 lirasına 100 lirasına kadar yardım yapılmıştı. Gazete çıkmadan önce dışarıda afişlerini astık, broşürlerini dağıttık. Binasını tuttuk tadilatını yaptık. Biz ilk başladığımızda kimse ücret almıyordu herkes harçlık alıyordu. Herkesin dışarıda bir işi vardı bir de buraya yardım ediyordu."

(BÇ8)'in kuruluş sürecine dair ifadeleri gazetenin kitlesel bir destek ve çaba ile kurulduğunu işaret etmektedir. (BÇ6) ise Türkiye'nin medya ortamının muhalif bir gazeteye ihtiyaç duyduğu belirterek, kitlesel desteğin altını çizmiştir.

> "Türkiye'de mevcut düzene muhalefet edecek ve muhalefet edenlerin sesini taşıyacak, onu yazacak, onları ifade edecek bir medyaya ihtiyaç vardı. Bunun üzerine bir tartışma başladı. Bu tartışma daha önceden Demokrat deneyimi de olduğu için büyük bir yankı uyandırdı. Özellikle belirtmeliyim bu fikri ortaya atan arkadaşlardan birisi de Oğuzhan Müftüoğlu'dur. (…) Sonrasında BirGün gibi bir gazetenin çıkmasıyla ilgili, tartışma illerde, bölgelerde çok yoğun yapılmaya başlandı. Bunun

finansmanını nasıl bulabileceğimizi düşündük. Bir çeşit imece usulüyle herkesin yapacağı küçük katkılar ile gerçekleşebilir diye düşündük. Ardından bu tartışmalar bir kampanyaya dönüştü o kampanya neticesinde, havuzda toparlanan parayla gazetenin kuruluşu gerçekleşti."

(BÇ6)'nın belirttiği toplantılar, katılımcı ve okur odaklı bir medya kuruluşunun inşa edilmesine yönelik önemli bulgular içermektedir. Bu toplantılar, gazetenin sadece bir haber kaynağı olmanın ötesine geçerek, okurlarıyla etkileşimde bulunmayı ve onların katılımını teşvik etmeyi amaçlayan bir yapının temellerini atmıştır. (BÇ5) ise diğer görüşmecilerle benzer fikirler beyan ederek, bu katılımcı medya anlayışının önemine vurgu yapmıştır. (BÇ5)'in konuya dair ifadeleri, medya pratiğinde okur odaklı bir yaklaşımın gerekliliği ve bu tür bir yapının nasıl işleyebileceği konusunda detaylı değerlendirmeler sunmaktadır. Bu bağlamda, (BÇ5), katılımcı gazeteciliğin yalnızca içerik üretimiyle sınırlı olmadığını, aynı zamanda toplumsal sorumluluk taşıyan, okurlarıyla sürekli bir diyalog içinde olan bir medya modelini benimsemenin gerekliliğini ifade etmiştir.

"BirGün okurların desteğiyle ve tabandan gelişen taleple kuruluşmuş bir gazete. Kuruluşundan bu yana kitlesel bir sermayenin desteği ile ayakta kalıyor. Gelir kaynakları arasında, basılı gazete satışımız, BİK ilanları ve internet sitesi haricinde abonelik gerilerimiz var. Aşağı yukarı temel gelir kaynaklarımız böyle, BirGün tamamıyla okurunun desteğiyle, kendi gelirlerini yaratarak ayakta durmaya çalışan bir gazete. Aslında bu yüzden patronsuz, okur desteğiyle yaşadığı için."

Görüşmecilerin, gazetelerin ekonomilerine dair belirttikleri fikirler, *BirGün* Gazetesinin *Demokrat* Gazetesinin izinden gittiğini ispatlamaktadır. Okurların maddi konular dışında, fikirsel olarak varlık göstermesi katılımcı üretim sürecinin bir işareti olmuştur. *Demokrat* gazetesinin maddi devamlılığı sağlamak üzerine yaptığı imece kartlarının günümüzdeki karşılığını *BirGün* gazetesi abonelik sistemi üzerinden sürdürmeye çalışmaktadır. İmece

kartları ile abonelik sistemi üzerindeki farklılaşmanın yeni medya teknolojileri ile ilintili olduğu varsayılmaktadır. Öte yandan gazete çalışanlarına göre fedakârlık, birliktelik ve kitlesel destek gazetelerin ayakta kalmasını sağlamıştır.

Gazetelerin patronsuz yapısının yarattığı olanaklar ve sorunlar bir sonraki alt başlıkta derinlemesine analiz edilmiştir. Bu başlık ekonomik meselelerin yanı sıra hukuki ve politik konulara değinerek, gazetelerin günlük işleyişine ışık tutmaktadır.

3.7.4. Geleneksel ve Yeni Medyada Patronsuz Gazetecilik Avantajları ve Dezavantajları

Geleneksel ve yeni medya teknolojik imkânları ve iletişim olanakları bakımından birbirinden ayrılmaktadır. Geleneksel medya, televizyon, gazete radyo gibi araçları kapsayan ve kitlesel üretim yapılan iletişim mecralarını tanımlamak için kullanılmaktadır. Yeni medya ise; dijital mecraları ve bireysel üretimin çoğunlukta olduğu medya ortamları tariflemektedir. Teknolojinin gelişmesinin ardından dijital ortamların çeşitlenmesi, gazetecilik meslek pratiklerinin değişmesine yol açmıştır. Yeni medya ortamlarının sunduğu, etkileşim, kitlesizleştirme ve eş zamansızlık gibi olanaklar gazeteciliğin dijital ortamlara kaymasına ile neticelenmiştir. Patronsuz gazeteciliğin geleneksel ve yeni medyadaki yansımalarını analiz etmek için *BirGün* ve *Demokrat* çalışanları ile görüşmeler yapılmıştır. Demokrat çalışanlarından (DÇ8) şu ifadeleri kullanmıştır.

> "Avantajı tabi ki tek olmaktı önemli bir ihtiyaca yanıt veriyordu. Gerçek anlamda alternatifsiz bir gündelik günlük gazeteydi. Hiç çekinmeden gerekeni yazabilen gerekeni paylaşabilen herhangi bir gazete yoktu Türkiye çapında. Elbette başka yayınlarda vardı ama hedef kitlesi açısından daha büyüktü. Sınır tanımadan yazdığımız yazılar bizim en büyük avantajımızdı ve benim en büyük gurur kaynağımdı. Çok dezavantajımız vardı özellikle Anadolu'da çok rahat alınıp satılmadığını biliyoruz. Gazetenin basılmasını, dağıtılmasını engelliyorlardı.

Özellikle Anadolu gibi bölgelerde satılması ve okunması çok zor şartlar altında gerçekleşiyordu. Çünkü o dönem sola dair birçok şey aslında yasaktı. Mesela taksimde 1 mayısa çıkmak yasaktı, grev yapmak yasaktı böylesi dergiler gazeteler çıkarmak yasaktı. Demokrat olmak, Demokrat Gazetesi olamak baştan yasaktı"

(DÇ8)'in görüşleri değerlendirildiğinde, gazetenin editoryal bağımsızlığa önem verdiği ve kitlesel bir yayın olduğu anlaşılmaktadır. Avantajlarının yanı sıra dezavantajları hakkında yorum yapan (DÇ8)'e göre Türkiye'nin siyasi ikliminde "muhalif bir gazete" olmak çeşitli zorlukları da beraberinde getirmektedir. (DÇ9) da *Demokrat* Gazetesinin çalışanlarına sağladığı özgürlük ortamından bahsetmiştir. (DÇ9)'a göre;

"Demokrat'ta bir şeyleri yazabilme işte ne bileyim çizebilme özgürlüğümüz vardı bu en büyük avantajlardan biri sonra kendiniz gibi düşünen insanlarla çalışma imkânınız vardı. Ortamı güzel kılan samimi kılan dayanışma ağlarımız mevcuttu. Gazete içerisinde ben değil biz duygusunu yaşardık. O dönemde bunlar bulunmaz nimetti. Her şeyi konuşabilmek, tartışabilmek ve insani koşulları örgütleyebilmek en güzel yanlarıydı. Bu ülkede muhalifsen hele bir de solcuysan dezavantajlar say say bitmez. Bakın teknik şeylerden, kâğıt yokluğuna ve parasızlığa kadar birçok şey sermayesiz gazetemizin dertleri arasındaydı. Bu sorunların yanına eklenen siyasi ve hukuksal problemler de cabasını oluştururdu"

(DÇ9) gazetenin çalışma koşullarına olumlu yaklaşarak, birliktelik ve ortak hareket etme gibi koşullara dikkat çekmiştir. Öte yandan (DÇ9) gazetenin karşılaştığı problemleri siyasal koşulları da ekleyerek bütüncül olarak ele almıştır. (BÇ1) ise patronlu mecralar ile patronsuz mecraları kıyaslayarak yorumlarını biçimlendirmiştir. (BÇ1)'e göre;

"Patronsuz gazete olmanın en önemli avantajı özgürlük, her haberin peşinden cesaretle gidebilmek. Yeni medya bu işi daha uygun koşullarda daha ucuza

yapabilmenin olanaklarını sağlıyor. Bu nedenle patronsuzluğun finansal dezavantajlarını bir ölçüde azaltıyor. Patronsuz gazete olmanın, gazeteciliğin özü itibariyle, yalnızca avantajlarından söz edilebilir. Çünkü gazetecilik doğruyu söyleme mesleğidir. Öte yandan, haber üretimi son derece pahalı bir iştir. Kıt kanaat ayakta durabilen bir gazete, arkasında güçlü bir sermaye olmadığı için haber üretiminde sıkıntılar yaşar. Ancak, arkasında güçlü sermaye olanların, tam da bu sermaye nedeniyle haber üretimine engel olduğunu düşününce, bu dezavantaj katlanılabilir bir şey olur. Düşünün, madencilik de yapan ve siyanürle altın da arayan finansal olarak çok güçlü bir holdingin çıkardığı gazetesiniz. Özel uçak kiralayıp muhabirini bir habere göndermesi işten bile değil. Öte yandan bağımsız/patronsuz gazetenin muhabiri beledi otobüsüne binmekte zorlanıyor. Özel uçak kiralayabilen holdingin medyasında siyanürle altın aramanın doğaya ve insana zararları hakkında yazabilir misiniz? İşte avantaj ve dezavantaj!"

(BÇ1)'e göre patronsuz gazeteciliğin finansal anlamda çeşitli zorlukları vardır ancak haber üretimi anlamında da bağımsız bir yayın çerçevesi çalışanlarına sunabilmektedir. Ayrıca (BÇ1) 'e gazeteciliğin doğruyu söyleme mesleği olduğunun altını çizerek patronsuz gazetelerin bu ilkeyi doğru bir biçimde yansıtabildiğini ifade etmektedir. (BÇ5) de (BÇ1) gibi ekonomik zorluklarına ve yoğun emek süreçlerine değinerek patronsuz gazeteciliği tariflemiştir:

"Türkiye gibi bir ülkede patronsuz olmanın dezavantajı ve avantajı oldukça çok aslında. Bizim için en büyük dezavantajlarımız, emek yoğunluğumuzun fazla, maddi gelirlerimizin az olmasıdır. Gazeteci kimliğiniz ve yazdıklarınız sosyal medya da linç yemenize sebep olabiliyor. Çünkü muhalif bir sesimiz var ve bu sesi hiçbir yerde duymak istemiyorlar. Ama diğer gazeteler için daha büyük dezavantajlı konular var aslında. Örneğin patronum Demirören olsa Demirören'in aleyhine bir haber göremezsiniz. Çünkü basın sermayedar için bir araçtır, diğer sektörlerde olan

olumsuz yönlerini kapatmak için ya da siyasilerle arayı iyi tutup ihale almak için. Patronlu gazete olmak ülkede gündemde olan mevzulardan birine ya da birkaçına kör olmak demek oluyor. Gazeten patronunun dünya görüşüne göre şekilleniyor patronlu bir yerdeysen. Ancak Patronsuz bir gazetedeysen hiçbir konuya kör olmak zorunda kalmıyorsun. Tam tersine hep gördüğün her şeyi aktarma ihtiyacı duyuyorsun. İşte BirGün bu açıdan bir avantaj sağlıyor her olayı aktarabiliyorsun. Kimsenin çıkarlarına bağlı kalmak zorunda kalmıyorsun. Bizim tek zorluğumuz tarafımıza uygulanan yıpratma politikaları oluyor aslında."

(BÇ5) görüşlerini patronlu yapılar ile kıyaslayarak ifade etmiştir. (BÇ5)'e göre patronlu yapılar tarafsız ve bağımsız hareket edememektedir. Ayrıca patronsuz gazeteciliğin de yoğun emek süreçleri ve finansal sorunları ortaya çıkabilmektedir. Hem (BÇ1) hem de (BÇ5) patronsuz gazeteciliğin haber yazma konusundaki bağımsızlığına ve tarafsızlığına dikkat çekmiştir.

Demokrat ve *BirGün* Gazetesi çalışanlarının görüşleri editoryal bağımsızlık çerçevesinde bir benzerlik göstermiştir. Her iki gazetenin de haber üretim süreçlerinde, çalışanlarına özgürlük alanı bıraktığı görüşmecilerin söylemlerinden anlaşılmaktadır. Öte yandan gazetelerin emek sürecinin ağır geçmesi ve ekonomik olarak sınırlı bir biçimde yayın hayatına devam etmeleri ise dezavantajlı noktaları oluşturmuştur. *Demokrat* ve *BirGün* Gazeteleri iç koşullarının yanı sıra dış etmenler tarafından da çeşitli zorluklar ile karşılaşmıştır. Örneğin (DÇ2) zorluklara dair şu şekilde yorum yapmıştır;

"Bazı kelimelerin ve olayların yayınlanması yasaklanıyordu. Biz de bu kelimeleri ironi yaparak resim olarak verip sayın Demirel bu ne yazıyorduk. Demirel'den hiç cevap gelmemesine rağmen bu tarzı bir süre farklı olayları anlatmak için kullandık. O dönem özellikle yasaklanan şeyler, işkence aletleri ve işkence edildiğine dair kelimelerdi biz de mesela "Filistin askısı" resmini koyup bu nedir diye

sansürü yazmadan resimle aşmaya çalışıyorduk. Altına da resmin ne olduğuna dair sözcük anlamını yazıyorduk. Sıkıyönetim komutanlığının basın suçları ile alakalı yerine ben iki haftada bir giderdim. Dolabımda bir takım elbise bulunurdu normalde günlük giyinirdim ama bu takım elbiseyi dolaptan çıkarıp giydiğim anda gazetedeki arkadaşlar gülüp yine mi ifade vermeye gidiyorsun derlerdi. O dönemde Selimiye'deki kışlaya giderdim ifade vermeye. Damokles'in kılıcı gibi her yazdığımıza bir şey bulurdu dönemin yargıçları biz de her seferinde bize yasaklanan kelimelerin eş anlamlılarını bulup kullanmaya devam ederdik."


Halkın Gazetesi
Demokrat
11 MAYIS 1980 PAZAR 10 LİRA
"Demokratik Anayasal Düzenin İşlerliği,Anayasal Hak ve Özgürlüklerin Yaşama Geçirilmesi Semineri" yapıldı
ORHAN APAYDIN
12 Mart'ta yapılan Anayasa değişiklikleri otoriter devlet özlemcilerini tatmin etmemistir
ANAYASA DA ORTADAN KALDIRILMAK İSTENİYOR
DEMOKRATÇA
Vazgeçin artık!..
İstanbul Barosu'nun düzenlediği seminerde konuşan Suphi Karaman "Bir avuç çıkarcı ve bunların siyasal yardakçıları milletin tümünü temsil edemezler" dedi
SAYIN DEMİREL BU NEDİR?
(2)
EGER "İNSAN HAKLARI EVRENSEL BEYANNAMESİ"NİN ALTINA ATILAN İMZA TÜRKİYE'NİN ONURU VE ONURU İSE, SORUMUZU YANITLAMANIZ GEREKİR.BUNUN İÇİN DÖN SORDUĞUMUZ SORUYU BİR KEZ DAHA TEKRARLIYORUZ BU ALÇI NEDİR?
YSE-İŞ Genel Başkanı İsmet Acar açıkladı:
Hükümetin kurulmasından

[4] **Şekil 8.** Demokrat Gazetesi Manşeti

(DÇ2)'nin bahsettiği problemlerin gazetenin muhalif ve politik duruşu ile alakalı olduğu görüşme içerisinden çıkarılmaktadır. Ayrıca (DÇ2) sürekli olarak gazete adına ifade verilmeye çağrılması, mevcut yönetim tarafından gazetenin denetim altında tutulmaya çalıştığının bir göstergesidir. Görüşmecilerden (DÇ7)'de hukuksal kısıtlamalarından ve baskılardan bahsetmiştir. (DÇ7)'ye göre;

"Ankara Sıkıyönetim Komutanlığı gazetenin Ankara hudutlarına girişini yasaklamıştı fakat ülkedeki bütün gazeteler oradan dağıtılıyordu. Güya Ankara olarak

[4] Demokrat Çalışanı (DÇ2)'nin ifade ettiği sansürle başa çıkma yöntemleri. Demokrat Gazetesinin 11 Mayıs 1980 tarihli sayısında yer almıştır.

gösterilen bu yasak Karadeniz, iç Anadolu ve güney doğu illerini kapsıyordu. Bu aslında çok büyük bir sorundu bizim için birçok bölgeye dağıtılamaması demekti. Hem gazetenin satılması yasak hem de il sınırları içerisinde bulunması yasak. Bu yasağı aşmamız gerektiğine karar vermiştik ve bunun üzerine ALİ diye bir arkadaşı bu konuda görevlendirmiştik. Yaşar Gönen diye bir arkadaşımız bize beyaz bir Renault araç vermişti bizde bu araçla İstanbul'da baskısı yapılan gazeteyi Ankara'nın dışına ulaştırıyorduk gazete dağılsın diye. Ancak bazen aksamalar meydana geliyordu bazı illere gazete 1-2 gün sonra gidiyordu biz de bu işe el atmıştık okuyucuya saygısızlık olmasın diye tarihleri hep 2 gün önceye atıyorduk gazete vardığında okuyucular o günün tarihini görsün diye. Esenler Otogar'dan da örneğin Malatya gibi illere anlaştığımız şoförlerle yolluyorduk gazeteyi sırf okunsun talep çok diye."

Çalışanların tekrarladıkları siyasal ve hukuki engellemeler basının içerisine düştüğü kritik iklime dair bulgular içermektedir. Gazetecilerin ve gazetelerin karşısına çıkarılan zorluklar basın tarihi boyunca tekrar eden olaylar döngüsünü oluşturmuştur. Ayrıca (DÇ2) ve (DÇ7) gazetenin karşına çıkan bu zorlukların aşılmaya çalışıldığına dair görüş bildirmiştir. Sansür gibi zorlukların eş anlamlı kelimeler ya da resimler ile, giriş yasaklarının ise el altından dağıtılarak aşılmaya çalışıldığı ifade edilmiştir. Görüşmecilerden (BÇ6) ise dijital ortamda karşılaşılan zorluklara ve hukuksal problemlere değinmiştir. (BÇ6)'nın ifadelerine göre;

"Türkiye'de gazeteler açısından bir çalışma yapılsa en fazla dava açılan gazetelerden biri de BirGün Gazetesi olur. Geçen günlerde kaba bir hesap yapmıştık 800'e yakın dava açılmış şimdiye kadar, şu an yürüyen 150'ye yakın dava var bunların önemli bir kısmı hapis cezası ve para cezasına tekabül ediyor. Bunlardan, editörler, muhabirler ve yöneticiler hepimiz sorumlu olabiliyoruz. Haberin biçimi, konu, türüne göre değişiyor, ben de özellikle yönetici olarak birçok davadan

yargılanıyorum, ceza aldığım davalar var, hapis yattığım davalar var. Özellikle bu son dönemlerde son 10 yıl içerisinde çok daha yoğunlaştı. Bu hukuksal süreçleri, iktidarın mahkemeleri ve BİK'i bir araç olarak kullanıp bizi bir çeşit, ağırlıklı tazminat cezalarıyla ekonomik bir abluka içerisine sokma çabası olarak görüyorum. Davalar dışında, son dönemlerde özellikle sosyal medya yasasından sonra, mahkeme kararıyla haberlere durdurma ya da kaldırma kararları önümüze sık sık gelmeye başladı. Biz bu davalara ilişkin itiraz ediyoruz Kaldırılan haberi, tekrar bu haber kaldırıldı başlığı altında yayına sokarak, kamuoyunun dikkatini çekmeye çalışıyoruz. Bunu bazen basılı gazetede manşet olarak bile verebiliyoruz bu haberimize yasak geldi başlığıyla."

(BÇ6) mevcut iktidarın gazeteyi kısıtlamak için yaptırımlar uyguladığının altını çizerek karşılaşılan zorlukların maddi ve manevi yönlerini vurgulamıştır. (BÇ6)'nın söylemlerinden gazetenin yaşadığı hukuki zorluklar anlaşılmaktadır. (BÇ6)'ya benzer biçimde görüş bildiren (BÇ9)' da iktidar tarafından hoşnutsuz karşılanan haberlere ve süreçlere değinmiştir.

"Gazete olarak çok fazla engel ve zorlukla karşılaşıyoruz. Halkın sesi iktidarın hoşuna gitmiyor ve dolayısıyla bunun üstünden muhabirlerimize, editörlerimize davalar açılıyor. Kişisel olarak benim yaşadığım bir şey yok bu konuda ama neredeyse bütün arkadaşlarım bu konudan çok etkilenmiş durumdalar. Bazen maddi davalar açılıyor bunlar bizi maddi olarak çok etkiliyor. BİK bize karşı çok fazla kullanılıyor, bize kaşık ile dağıtılan ilanlar başkalarına kepçe ile dağıtılıyor. Dijital olarak çok fazla problem ile karşılaşıyoruz, haberlerimize doğru olduğu halde kısıtlama ve kaldırma geliyor. Bir habere kısıtlama geldiğinde o haberi bu habere kısıtlama geldi diye yeniden yayınlıyoruz böylelikle haberi tekrar dolaşıma sokmuş oluyoruz. Bazen sitelere kısıtlama geldiğinde vpn ile kolay aşılabiliyor. Bu yöntemi deneyerek haberlerimizi okutmaya çalışıyoruz."

(BÇ9) ve (BÇ6)'nın bahsettiği zorluklarda Basın İlan Kurumu'nun ön plana çıkması dikkat çekicidir. Çünkü Basın İlan Kurumu 9 Ocak 1961 yılında reklam ve ilan gelirlerini, gazete ayırmaksızın eşit dağıtmak için kurulmuştur. Görüşmecilerin ifadelerinde ise reklam ve ilan gelirlerinin eşit dağıtılmadığına dair söylemler mevcuttur. Ayrıca yine görüşmecilerin yorumlarında BİK'i bir tür yasaklama aracı olduğu belirtilmektedir.

Demokrat ve *BirGün* Gazetelerinin karşılaştıkları hukuki ve siyasi engeller farklı yöntemler ile tersine çevrilmeye çalışılmıştır. Geleneksel medya olarak ele alınan *Demokrat* Gazetesi, yasaklandığı il ve illere gizli bir biçimde ulaştırılarak okuyucu ile buluşturulmuştur. Yeni medya mecrası olarak ele alınan *BirGün* Gazetesi ise, haber kısıtlamalarına karşı yeniden dolaşıma sokma gibi yöntemler ile engellemeleri aşmaya çalışmaktadır. Her iki gazetenin de zorluklar ile karşılaşması farklı yıllarda yayınlanmasına rağmen değişmemiştir. Görüşmecilerin gazetelere dair yorumları editoryal bağımsızlık, eşitlik, emek yoğunluğu, maddi ve hukuki zorluklar noktasında benzerlik göstermiştir.

3.7.5. Demokratik Katılım, Okuyucular ve Patronsuz Gazetecilik

Patronsuz gazeteler, sermayelerini okurlarından sağlayarak okur odaklı bir yayıncılık sürdürmeye çalışmaktadır. Okur ya da izleyici aboneliği, kitlesel fonlar ve vakıf fonları üzerinden inşa edilen bu gazetecilik türü anti-tekelci bir medya örgütlenmesini hayata geçirmektedir. Patronsuz gazetelerin, yatay çalışma biçimi ve okur ilişkileri ana akım medya mecralarından ayrılarak, demokratik katılıma olanak tanıyabilmektedir. Bu gazetelerde, haberin dili ve sunuluş tarzında, etik ilkeler gözetilerek yayıncılık politikaları belirlenmektedir. Okuyucular ile patronsuz gazeteler arasındaki bağı yayıncılık politikaları, katılım ve güvenilirlik gibi birçok husus oluşturmaktadır. Patronsuz gazetelerin okuyucu ilişkilerini irdelemek adına Demokrat ve BirGün okuyucuları ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Demokrat Gazetesinden (DO6)'ya göre;

> “Demokrat Gazetesi aslında bizim gazetemizdi. Bizim fiili olarak desteklediğimiz, arkasında durduğumuz bir gazeteydi. Sadece okuyucusu değil aynı zamanda o gazeteyi anlatmaya çalışan tanıtmaya çalışan insanlardan biriydim. Niye ihtiyaç duyulduğu derseniz, o dönem malum Türkiye'nin kendi siyasal koşullarında çok ciddi çatışmalar söz konusuydu ve o çatışmalar artık öyle bir noktaya gelmişti ki çeşitli sol gibi görünen gazeteler bile o çatışmaları bir sağ sol çatışması gibi muğlak ifadelerle anlatır hale gelmişlerdi. Bizde bunun böyle olmadığını demokrat üzerinden anlatmaya çalıştık”

(DO6)’nın ifadelerinden gazeteyi sahiplendiği ve gönüllü olarak tanıtımında görev aldığı anlaşılmaktadır. (DO6)’ya göre Türkiye’nin o dönemki siyasi ve toplumsal konjonktüründe, *Demokrat* gibi bir yayın organına ihtiyaç vardı. (DO3)’te medyanın durumuna değinerek, *Demokrat’*a duyduğu güveni vurgulamıştır. (D03)’e göre;

> “Haberlerine güveniyordum kendime yakın buluyordum. Bugün BirGün’ü nasıl okuyorsam onu da o şekilde değerlendiriyordum. Demokrat farklı bir deneyimdi o yüzden tercih ettim. Türki ye de yayıncılık çok ciddi bir biçimde sıkışmıştı. O yayıncılığa daha geniş bir alan kazandırdığı için herkesin beğendiği bir gazete oldu. Bir de görüşlerime uyan bir gazeteydi. Soldan yana toplumdan yana habercilik yapıyordu.”

(DO3)’ün *Demokrat* ile *BirGün*’ü benzer gördüğü ve yayın politikalarına güvendiği tespit edilmiştir. Hem (DO6) hem de (DO3)’ün ifadelerinde Demokrat Gazetesinin haber dilini ve ilkelerini benimsediği gözlemlenmiştir. Okuyucuların gazeteler ile kurdukları bağın, alternatif medya ihtiyacına, güvene ve siyasal yakınlığa dayandığı görüşmelerde yinelenmiştir. BirGün Gazetesine dair görüş bildiren (BO6)’ ya göre ;

> "Doğru haber kaynağı olduğunu düşündüğüm için BirGün Gazetesini tercih ediyorum. Özellikle Türkiye gündemiyle ilgili gerçek bilgilere ulaşabileceğimiz nadir gazetelerden. Bunların dışında bizim sesimiz olduğu için tercih ediyorum. Yerel sorunlar olarak görülebilecek problemlere bütünleşik bir bakış açısıyla yaklaşıyor ve bunu ulusala taşıyor bu çok değerli bir şey benim için. Memleketin her sorununu gün yüzüne çıkararak, korkusuzca haber yapıyor. Özellikle kadın haberciliği noktasında çok iyi olduğunu düşünüyorum. Özellikle 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nde yapılan özel baskı çok anlamlıydı. Maalesef Türkiye'de her gün şüpheli kadın cinayeti gerçeğiyle karşı karşıya kalıyoruz. 8 Mart'ta yapılan "Kadın Cinayetlerinin Üzeri Örtülmesin" baskısı, gerçek habercilik anlayışını herkese bir kez daha gösterdi diyebilirim."

(BO6)'nın söylemlerinde de tıpkı Demokrat okurlarında olduğu gibi "güven" ve "doğru habercilik" kavramları tekrar edilmiştir. Bunların yanı sıra (BO6)'ya göre *BirGün* Gazetesi dezavantajlı ve ötekileştirilen grupları medyada görünür kılmaktadır. Gazetenin ortaklaşa kurulduğunu belirten (BO4)'e göre;

> "BirGün hepimizin, ülkesini seven yurtsever devrimci insanların ortaklaşa yarattığı bir gazete. Hepimizin bir evladı öyle diyelim, gerçekten çok zor bir koşullarda dayanışmayla kuruldu. Öncelikle herkesin bir pay aldığı bir oluşumdu ama daha sonra resmi prosedür gereği biraz daha azaltıldı, yani binlerce kişinin katılımıyla bir kuruluş oldu. Bizler zaten hani hiçbir zaman işte o şirket ortağı yani resmi ortağı olmasak da her zaman sahibi olarak kendimizi gördük ve görmeye devam ediyoruz."

Gazetenin kuruluşuna değinen (BO4)'e göre *BirGün* kolektif katkılar ile sermayesini oluşturmuştur. Ayrıca (BO4)'ün görüşleri gazeteyi sahiplendiği ve destek olduğuna dair bulgular içermektedir.

Okuyucuların medyadan taleplerinin olduğu ve talepler doğrultusunda yayın organı seçtikleri söylemlerinde yer almaktadır. Hem *Demokrat* hem de *BirGün* okuyucularının ana akım medyaya karşı güvensizlik ve kaygı duydukları saptanmıştır. Güven ve politiktik yakınlıklardan dolayı görüşmecilerin bu gazetelere yöneldiği belirlenmiştir. Öte yandan okuyucuların gönüllü olarak maddi ve manevi katkı sunduklarına dair ifadeler görüşmelerde yer almıştır. Konuya dair görüş bildiren (DO7)'e göre;

> "Dönem dönem kampanyalar oluyordu. Zaten gazetenin çıkışı da böyle bir kampanya sonucu oldu. Devrimcilerden, demokratlardan para yardımı istendi. Çağrı yapıldı. Hiç unutmuyorum kolumda çok eski lüks marka bir saat vardı, o saati satmaya çalıştığımı hatırlıyorum. O dönem yüzlerce insan hatta belki binlerce insan katkı sundu. Benim de gazetenin yayın hayatına başlamasına böyle mütevazi bir katkım oldu diyebilirim. Bunun için de gurur duyuyorum."

(DO7)'nin gazetenin çıkışına dair beslediği olumlu duyguları maddi katkılar koyarak desteklediği anlaşılmıştır. Ayrıca (DO7) gazetenin destek aldığı ve çağrı yaptığı kitlelerin siyasi bir kimliklerinin olduğunu da vurgulamıştır. (DO9) ise yaptığı katkının yanı sıra Demokrat 'ta çıkan bir köşe yazısına değinmiştir. (DO9)'a göre;

> "Gazeteye maddi katkımız oldu o dönemde kimde ne varsa katkıda bulundu kuruluşunda. Hatta bu konuyla alakalı Emil Galip Sandalcı'nın bir yazısı vardı bileziğin hikayesi diye. Yeni evli olan bir çift demokrat kurulurken kolundan bileziği çıkarıp katkı sunmuş. Bunun hikayesini yazmıştı köşesinde. Bende hem kuruluşunda imece kartlarına destek verdim hem de düzenli olarak satın aldım. Böylelikle katkı sunmuş oldum."

(DO9)'un söylemleri *Demokrat*'ın kuruluşundaki okuyucu rolüne dair kanıtlar içermektedir. Gazetenin kuruluşunda ve maddi konularında okuyucuların önemli faaliyetlerde

bulunduğu görüşmelerin satır aralarında yer almaktadır. (BO1) ise patronsuz gazetecilik fikrinin okuyucuda sahiplenme duygusunu uyandırdığını ifade etmiştir. (BO1)'e göre;

> "BirGün Gazetesi çıktığı zaman İstanbul'daydım ve kuruluş etkinliklerini, konserlerini afişlerden falan görmüştüm. Patronsuz gazete fikri o zaman çok etkili olmuştu benim üzerimde ve öyle takip etmeye başlamıştım. ilk çıktığı yıldan bu yana hani duygusal ve bir sahiplenme ilişkisi de geliştirdik. 2004 yılında ilk kurulduğunun birinci yılıydı galiba bayağı bir maddi sıkıntılara falan girmişti. Biz gazeteyi sokak sokak iş yeri iş yeri dağıtmaya, tanıtmaya çalışıyorduk üniversite öğrencisiyken. Hani ona dokunmak ayrı bir his veriyor. Bizim gazetemiz hissini veriyor yani somut olduğunu görmek mutlu ediyor. BirGün okur inisiyatifleri içerisinde yer aldım. Bu okur inisiyatifleri; yaşam alanlarımız içerisinde hem gazete dağıtımı olsun hem de gazeteyi okuyanlarla bir araya gelme gibi etkinlikleri kapsıyordu. Özellikle üniversite dönemimde gazetenin daha çok duyulabilmesi için film atölyesi kurmuştuk ve 2008 yılında BirGün için bir reklam filmi çekmiştik."

(BO1)'in görüşleri patronsuz gazeteciliğin demokratik bir ortama olanak tanıdığına dair bulgular içermektedir. (B01)'in bahsettiği okuyucu inisiyatifleri maddi katkının yanı sıra, ortaklaşa etkinlikleri de kapsamaktadır. Gazete ve okuyucular arasında gönüllü bir bağın ve çabanın oluştuğu görüşmeler içerisinden çıkarılmaktadır. (BO10) ise;

> "Abonelik sistemine üyeyim ve başkalarını da üye yapmaya çalışıyorum. Bir ara basın ilan kurumu hoşuna gitmeyen haberlerden dolayı gazeteye verilen ilanları kesmişti o zaman mahalledeki komşularla birlikte ilan desteği vermiştik. Zaten o dönen çok büyük bir çağrı yapılmıştı o çağrıya herkes destek vermişti. Ayakta kalması gereken bir gazete bence ve insan kendini ait hissediyor"

(B10)'nun gazeteyi benimsemesinin dışında, farklı alanlarda destek olduğu söylemlerinde yer almaktadır. Ayrıca (B10)'nun Basın İlan Kurumuna dair yaptığı değerlendirmelerin bir benzeri gazeteciler tarafından da diğer başlıklarda dile getirilmiştir. Okuyucuların ve gazetecilerin aynı problemleri belirtmeleri, iç ve dış iletişimde güçlü bir bağın olduğunu kanıtlar niteliktedir.

Okuyucuların patronsuz gazetecilikte aktif rol oynadığı ile alakalı emareler gazetecilerin ve okuyucuların söylemlerinde mevcuttur. *Demokrat* ve *BirGün* Gazetelerinde okuyucular ile kurulan ilişkilerin sadece ekonomik anlamda olmadığı maddi konuların da ötesinde bir çabanın olduğu görülmektedir. Gazeteciler patronsuz medyayı bağımsız çalışma koşulları için okuyucular ise doğru habercilik için ayakta tutmaya çalışmaktadır. Dolayısıyla bu gazetelerin üretim, tüketim ve dağıtım süreçlerinde yatay ilişkiler ağı kurduğu saptanmıştır. Demokrat Gazetesi imece kartları üzerinden okuyucu ilişkilerini geliştirirken *BirGün* Gazetesi dijital abonelik ve okuyucu buluşmaları üzerinden bu ilişkileri tesis etmektedir.

SONUÇ

Patronsuz gazetelerin, haberciliğe kazandırdığı olanakları ve sorunları tartışmaya açan bu çalışma, gelecekteki gazetecilik pratiklerine katkı sunmayı hedeflemektedir. Dijital dünyanın dönüştürdüğü medya mecraları, gazetecilik deneyimlerini de değiştirmiştir. Gazetecilik mesleğinin gündelik pratiklerinde yaşanan bu değişimler, alternatif kuruluşların avantajlarını ve dezavantajlarını ortaya çıkarmıştır. Patronsuz gazetelerin anti-tekelci yapısının, çapraz sahiplik yapılarına karşı bir çözüm geliştirip geliştiremeyeceği araştırmanın bütününde analiz edilmiştir. Bu bağlamda *Demokrat* ve *BirGün* Gazetelerinin haber üretim pratikleri, yayıncılık politikaları, okuyucu dinamikleri ve mülkiyet yapıları incelenmiştir. Ekonomi politik perspektiften yorumlanan medya ilişkileri, eleştirel bir bakış açısı ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın sacayaklarını oluşturan okuyucu ve gazeteci görüşleri geleneksel ve yeni medya düzleminde irdelenmiştir. Okuyucular bu çalışmanın problemi olarak ele alınmış ve önemli bir öznesi olarak nitelendirilmiştir. Nitekim okuyucuların, patronsuz gazetecilikte oynadığı rolün hayati olduğu görüşmeler kapsamında ortaya çıkmıştır.

Emek ve sermaye arasındaki çatışmada, patronsuz gazetelerin bir praksis inşa ettiği görüşmecilerin söylemlerinde sıklıkla tekrarlanmıştır. Marksist paradigmanın, dünyayı yorumlamanın ötesinde eyleme geçiren felsefi görüşü ile gazetelerin kuruluş amaçları örtüşmektedir. Politik sebepler ve alternatif medyaya duyulan ihtiyaç, medya çalışanlarını ve okuyucuları gazetelerin kuruluşunda eyleme geçirmiştir. *Demokrat* ve *BirGün* Gazeteleri mevcut medya yapısına yöneltilen eleştirilerin bir ürünü olarak yayın hayatına başlamıştır. Gazetelerin kuruluşunda etkin olan okur toplantıları, fikir birlikleri, gönüllü muhabirler ve ortaklaşa yürütülen faaliyetler katılımcı bir sürecin benimsendiğini göstermektedir. Öte yandan medya çalışanlarının emek sürecine dair yaptıkları değerlendirmeler, anti-tekelci ve emek eksenli yayıncılık politikalarının gazetelerin üretim süreçlerinde egemen olduğu yönündedir.

Gündelik çalışma pratikleri içerisinde, güvenceli, etkileşimli, demokratik ve yatay ilişkilerin kurulması mevcut egemen ilişki biçimlerinin yeniden üretilmediğinin bir göstergesidir. Kapitalizmin mevcut üretim tarzının reddedilmesi ve kolektif bir üretim biçiminin uygulanması emeğin sermayenin önünde tutulduğunun bir işaretidir. Ayrıca sermaye gruplarına ait reklamların gazetelerde yayınlanmasına rağmen yayın politikasına olumsuz etkilerinin olmaması realite ile uyuşmaktadır. Çünkü küresel ölçekte egemen üretim tarzı olan kapitalizme karşı yürütülen savaşta gazetelerin ayakta kalması ve bunu yaparken yayıncılık ilkelerinden ödün vermemesi önemlidir. Reklam ve yayıncılık politikalarına dair elde edilen görüşler, liberal teorinin sunduğu idealizminin dışında bir gazetecilik pratiğinin hayata geçtiğinin bulgularını içermektedir.

Gazeteciler ve çalışanların, dönemimdeki siyasi ortamı baskıcı olarak nitelendirmesi aradan 45 yıl geçmiş olmasına rağmen değişmemiştir. 1979 yılında faaliyet gösteren *Demokrat* Gazetesi ve günümüzde halen yayın hayatına devam eden *BirGün* Gazetesi mevcut siyasi ortama ve medyaya karşı olarak kurulmuştur. Osmanlı'daki ilk basın yasasından bu yana medya üzerindeki zapturaptın Türkiye'nin demokratikleşme adımlarında da süregelmesi olağan bir durum haline gelmiştir. Bu topraklarda demokratikleşme adımlarının ağır aksak ilerlemesi ve darbeler ile geriye götürülmesi, medya üzerindeki baskıyı yüzyıllarca arttırmıştır. Görüşmecilerin değerlendirmelerinde yer alan siyasi ortamın ötekine karşı nefret besleyen ve bu nefreti büyüten bir yanı olduğu görülmektedir. Bu bağlamda basın mecralarının da bu nefrete karşı kayıtsız kaldığı ve görmezden geldiği görüşmecilerin ifadelerinde yer almaktadır. Liberal kuramın belirttiği özürlülüklerin sadece medya sahiplerine ve siyasi erke özgü olduğu sermayesiz gazetelerin karşılaştığı engellemelerden anlaşılmaktadır. Egemen ideolojiye hizmet eden ve etmeyen kuruluşlara uygulanan muamele farklı, kimin için özgür kimin için demokratik medya sorgulamasını beraberinde getirmektedir. 1979 yılında, basın suçları kapsamında ifade vermeye giden gazeteciler ile 2024 yılında ifade vermeye giden gazeteciler arasında kimlikler

haricinde bir değişme olmadığı, yapılan eylemin aynı olduğu saptanmıştır. Ayrıca okuyucuların mevcut medya ortamını yetersiz ve güvenilmez bulması medyanın içerisine düştüğü durumu özetlemektedir.

Öte yandan, gazetelerin sermayeyi sağladığı kanalların okuyucu ağırlıklı olması, bağımsız bir yayın politikası sürdürmelerini sağlamıştır. Gelir kaynaklarının parçalı ve kitlesel dağılımı, medya çalışanlarının üretim ortamına doğrudan etki etmektedir. Zira gazete çalışanları, en büyük payın okuyucu olduğunun altını çizmektedir. Serbest rekabetin yarattığı tekellerin karşısına inşa edilen patronsuz gazeteler, ortak bir sermayenin nüvesi olarak filizlenmiştir. Patronsuz gazetelerin varlığı liberal kuramın medya ya biçtiği rolleri çürüterek, medyada farklı bir yol açmaktadır. Çünkü serbest rekabet ekonomi politiğin vurguladığı üzere çoğulculuğu değil tekelciliği yaratmaktadır. Dolayısıyla az sayıda medya grubu küçük medya gruplarını yutarak, bu alanı yoğunlaşmıştır. Medyada artan yoğunlaşma, demokrasi ve çokseslilliği yok ederek, bağımsız haberciliğin önüne geçmektedir. Bu bağlamda medyadaki çokseslilliği tekelleşen gruplardan ziyade patronsuz gazetelerin yarattığı görülmektedir. Liberal kuramın bu saptamada, kendi çelişkisini yarattığını söylemek mümkündür. Ayrıca abonelik, imece kartları ve dayanışmanın sermayeyi yaratması, kurumların iç ve dış ilişkilerinde okuyucular ile ilişkilerini pekiştirmiştir. *Demokrat* ve *BirGün* Gazetelerinin, potansiyel okuyucusu ile fikir birliğinde olması, haber üretim pratiklerinde yatay ilişkilerin kalıcılığını sağlamıştır.

Geleneksel ve yeni medya bağlamında değerlendirildiğinde gazetelere uygulanan engellemelerin biçimsel olarak değiştiği görülmüştür. Demokrat Gazetesinin kendi dönemindeki yasakları aşmaya yönelik adımlar attığı gazetecilerin ifadelerinde belirtilmiştir. Sansüre karşı çeşitli arayışlara girildiği ve yasaklanan illerde el atından dağıtımının yapıldığına dair görüşler mevcuttur. *BirGün* Gazetesinin de dijital alanda yaptırımlara dair geliştirdiği yöntemler kısıtlıda olsa vardır. Demokrat Gazetesinin, sansüre ve yaptırmalara karşı, ortaklaşa

adımlar attığı okuyucular ve çalışanlar tarafından belirtilmiştir. Benzer biçimde *BirGün* Gazetesinde de BİK yasaklarına karşı ilan dayanışması gibi etkinliklerde okurunu sürece dâhil edildiği durumlar olmuştur. Ancak dönemsel olarak ele alındığında geleneksel medyada yer alan *Demokrat*'ın çözüm bulma konusunda elinin daha rahat olduğuna kanısına varılmıştır. Çünkü *Demokrat*'ın döneminde dağıtım kanalları farklılık gösterebilmekteyken yeni medya da bu pek mümkün değildir. Örneğin sosyal medya yasası ve haber içeriğini kaldırmaya yönelik yaptırımlar yeni medyanın koşullarında hızlıca uygulanabilmektedir. Haberlere gelen erişim engelleri, sosyal medya kısıtlamaları ve Google tarafından uygulamaya koyulan algoritma gibi birçok husus tek tık ile dezavantajlı durumları yaratabilmektedir. Nitekim her iki gazetenin de ideolojik tutumu ekseninde gelişen yayın ilkeleri, siyasi ve hukuki problemlerin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

Bu çalışmanın önemi ve ana öznesi olan okuyucular, patronsuz gazeteciğe dair ufuk açıcı görüşler bildirmiştir. Bağımsız, güvenilir ve doğru haberciliğin ihtiyaç olduğunu vurgulayan okuyucular bu doğrultuda patronsuz kuruluşlara yönelmiştir. Gazetelerin patronsuz yapısının güvenilir habercilik ile doğrudan ilişkisini kuran görüşmeciler, bu yapıların önemine dikkat çekmiştir. Okuyucuların gazeteler ile kurdukları ilişkilerde avantajların çoğunlukta olduğu gözlemlenmiştir. Çünkü gelirlerin okuyucular tarafından sağlanması, sermaye aleyhine bağımsız gazeteciliği beslemektedir. Çalışanların editoryal bağımsızlıklarını güvence altına alan okuyucular emek süreçlerini de demokratikleştirmektedir. Ayrıca okuyucuların ekonomi dışında, gönüllü muhabirlik ve okuyucu inisiyatifleri üzerinden sorumluluk alması medya süreçlerini kollektifleştirmektedir. Bağımsız gazeteciliğe giden yolda, taşların okuyucular tarafından döşendiği medya çalışanlarının görüşlerinde de yinelenmektedir. Siyasi iklimin yarattığı olumsuz durumlar karşısında da cephe oluşturan okurlar meşruluğu da sağlayarak çoksesli medyanın oluşmasına katkı sunmaktadır. Fakat kendi yağında kavrulan bu yapıların, belirsiz ve yoğun emek süreçleri olumsuz bir durum olarak ortaya çıkabilmektedir. Okuyucu

gelirlerinin dönemsel olarak artıp azalması ekonomik açıdan handikapları doğurarak medya emekçilerini zorlayabilmektedir.

Araştırma kapsamında, patronsuz gazetecilik kavramının literatürde daha fazla tartışılması ve geliştirilmesi gerektiği varsayılmaktadır. Alternatif kuruluşlar içerinde yer alan *Demokrat* ve *BirGün* Gazetelerinin, mevcut liberal ilişkileri yeniden üretmemesi, ekonomi politiğin dünya görüşü ile örtüşmektedir. Öte yandan alternatif medya içerisinde de süregelen birçok tartışma medya kuruluşlarının eleştirel paradigmanın arkasına gizlenerek kapitalist üretim tarzını yeniden üretebildiği yönündedir. Dolayısıyla alternatif kuruluşların da üretim ilişkilerin, haber içeriklerin ve gelirlerinin detaylı bir şekilde sorgulanması önemlidir. Ayrıca alternatif kuruluşların, tıklanma, tiraj ve okuyucu/izleyici kitlelerinin az olması üzerinden yapılan değerlendirmelerin, yanıltıcı olduğu düşünülmektedir. Çünkü egemen ideolojinin kitle büyüklüğü üzerinden yaptığı analizler, okuyucu/izleyici kitlesi az olan gazeteleri marjinal ve radikal olarak nitelendirilmesine yol açmaktadır. Bu marjinal ya da radikal tanımlamalarının kapitalist sistemin kitleler üzerinde kurduğu yabancılaşmayı gizlemek adına yaptığı öngörülmektedir. Bu bağlamda emekte yabancılaşmanın ve sömürünün en aza indirgendiği kuruluşlar bu çalışmada elzem görülmektedir. Patronsuz gazetelerin sürdürülebilir ekonomi ve geleceği açısından küresel ölçekte başka gazeteler ile faaliyet yürütmesi tekelleşen medya düzenine karşı bir alternatif oluşturabilir. Sonuç olarak, patronsuz gazeteciliğin medya alanında karşı bir hegemonya oluşturabilmesi için sadece ekonomik bağımsızlık değil, haber üretiminde de eleştirel bir duruş sergilemesi ve okuyucu katılımını artıran modeller geliştirmesi gerekmektedir. Alternatif medyanın, ana akım medya karşısında toplumsal dönüşüme katkı sunan bir aktör hâline gelebilmesi için finansal sürdürülebilirlik, editoryal bağımsızlık ve katılımcı medya modelleri gibi unsurların birlikte değerlendirilmesi önemlidir. Böylece gelecekte patronsuz gazetecilik, neoliberal hegemonya karşısında güçlü bir kamusal alan yaratabilecek potansiyele sahip olacaktır.

KAYNAKÇA

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

Adaklı, Gülseren. **Otoriter Neoliberalizm Kıskacında Alternatif Medya**. Ankara, Uğur Mumcu Vakfı, 2024.

Akkol, Mümtaz L. Jürgen Habermas'ın İletişimsel Eylem Kuramı ve Kamusal Alan Kavramının Analizi. **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi** (37), 171-180, 2019, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.30794/pausbed.541364, 02.04.2024.

Alemdar, K. (ed.) **Türkiye'de Kitle İletişimi Dün-Bugün-Yarın**, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 2. Baskı, Ankara, Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, 2017.

Althusser, Louis. **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**. İstanbul, Birikim Yayınları, 2000.

Arslan, Canan. **Dijital Yeniden Üretim Çağında Sanat Eseri: Aura Kavramının Dijital Sanat Bağlamında Yeniden Değerlendirilmesi**, Art - Sanat, Sayı:9, 405-413, Aralık 2018, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuarts/issue/47878/604740, 17.06.2024.

Arslan, Mahmut. 2. Dünya Savaşı ve Türkiye'de Savaş Ekonomisi, **Aydın Toplum ve İnsan Dergisi**, Yıl: 2 Sayı: 2, (1-14), 2016, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/651132, 16.05.2024.

Atabek, Ümit. Yeni Medya ve Yeni İletişim Düzeni. **Mülkiye Dergisi**, 37(3), 175-181, 2013, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/mulkiye/issue/42/211, 18.05.2024.

Atalay, Gül E. Sosyal Medya Gazeteciliği. Kitap içinden Atalay, G. E. (2020). **Yeni Medya ve Alternatif Gazetecilik Yeni Olanaklar, Sorunlar ve Tartışmalar**, İstanbul, Hiper Yayın, 2020.

Atila Demir, Sevim. Sosyal Bilimlere Eleştirel Bir Bakış: Frankfurt Okulu ve Pozitivizm Eleştirisi, **SAÜ Fen Edebiyat Dergisi**, 11(1): 59-73, 2009, (Çevrimiçi) https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php?pdf=0008564&lng=1, 18.04.2024.

Aymaz, Göksel. İletişim Araçlarının Toplumsal Tarihi İçin Bir Giriş. **Global Media Journal**. 8 (16): 124-139, 2018, (Çevrimiçi) https://avesis.marmara.edu.tr/yayin/c4916cae-8d7c-4096-ae3d-da0d7349e2de/iletisim-araclarinin-toplumsal-tarihi-icin-bir-giris, 15.06.2024.

Aziz, Aysel. Dünyada ve Türkiye' de İletişim Araştırmaları. **Kültür ve İletişim**. 9(1)(17), 9-32, 2006, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/kulturveiletisim/issue/64561/985172 .15.02.2024.

Bagdikian, Been H. **Yeni Medya Tekeli**, Ankara, Akılçelen Kitaplar, 2014.

Bağcı, Erdem ve Tekin, Ümit. Türkiye İktisat Politikalarının Tarihsel Gelişimi ve Günümüze Yansımaları, **R&S-Research Studies Anatolia Journal**, 3(3): 175-188, 2020, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/rs/issue/56325/722993, 12.02.2024.

Bakar, Hakan ve Karaduman, Murad. Alternatif bir yayıncılık türü olarak kitlesel fonlamalı gazetecilik: Türkiye'deki örnekleri. **RumeliDE Dil Ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi**(35), 907-928, 2023, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.29000/rumelide.1346237, 12. 04. 2024.

Baran, Paul A. Ve Sweezy, Paul M. **Tekelci Kapitalizm** (Çeviri: Filiz Onaran), Ankara: Doğan Yayınevi, 1970.

Bayram, Pınar Dijital Çağda Gazetecilik: Geleneksel ve Dijital Gazetecilik Pratiklerinin Karşılaştırılması. **İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi**, 2022(58), 153-169, 2022, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.47998/ikad.1014957, 12. 02, 2024.

BBC NEWS. "Türkiye Dünya Basın Özgürlüğü Endeksinde 158'inci sıraya yükseldi , ancak durum hala vahim" https://www.bbc.com/turkce/articles/c0v0r3rd2jgo 3 Mayıs 2024

Belge, Murat. **"Değişen Emek ve Sermaye**," (Çevrimiçi) https://birikimdergisi.com/haftalik/8551/degisen-emek-ve-sermaye , 24 Ağustos 2017.

Bengi, Hilmi Tarihsel Süreç İçinde Anadolu Ajansı'nın Özgün Kurumsal Yapısı (1920-2011), **Atatürk Yolu Dergisi,** (50): 299-341, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.1501/Tite_0000000360, 15.03.2024

Bilgili, Alaattin. **Ekonomi Politik Sözlüğü**. İstanbul, Yurt Kitap Yayın, 1992.

Binark, Mutlu ve Bayraktutan, Günseli. **Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik**. İstanbul, Kalkedon Yayınları, 2013.

Binark, Mutlu ve Gencel Bek, Mine **Eleştirel Medya Okuryazarlığı**. İstanbul, Kalkedon, 2010.

BirGün Gazetesi Arşiv "Abonelik sistemi giriş" https://abone.birgun.net/ 10. 11. 2024

BirGün Gazetesi. "Hatırlatmalar | Halkın Gazetesi Demokrat" (Çevrimiçi) https,//www.birgun.net/makale/hatirlatmalar-halkin-gazetesi-demokrat-516389 24.03.2024.

Boratav, Korkut. **Türkiye İktisat Tarihi 1908 – 2015**, 25. Baskı, Ankara, İmge Kitapevi Yayınları, 2022.

Braverınan Harry. **Emek ve Tekelci Sermaye Yirminci Yüzyılda Çalışmanın Değersizleştirilmesi**, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 2008.

Budak, Emrah. Vakıf fonları ile Desteklenen Kâr Amacı Gütmeyen Gazetecilik, Avantajlar ve Açmazlar. **İNİF E- Dergi**, 8(2), 229-248, 2023, (Çevrimiçi), https://doi.org/10.47107/inifedergi.1334663, 17.03.2024.

Bulunmaz, Barış. Yeni Medya Eski Medyaya Karşı, Savaşı Kim Kazandı ya da Kim Kazanacak?, **Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi**, 4(1), 22-29, 2014, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/e-kiad/issue/49298/629850, 14.03.2024.

Bulut, Selda. Medyada **Çokuluslu Şirket Egemenliğine Doğru Evrilme, Rupert Murdoch ve Fox TV, Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi**, Der., S. Bulut, Ankara, Ütopya Yayınevi, 75-114, 2009.

Cage, Julia. **Saving the Medıa Capitalism, Crowdfunding, and Democracy**, London, The Belknap Press of HarvardUniversity Press, 2016.

Crowley, David ve Heyer, Paul **İletişim Tarihi/ Taş Devri Sembollerinden Sosyal Medyaya** Ankara , Siyasal Kitabevi , 2019.

Çakır, Hamza. Geleneksel Gazetecilik Karşısında İnternet Gazeteciliği, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 22, 123- 149, 2007, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/dpusbe/issue/4775/65784, 12.06.2024.

Çalcalı, Önder. Kamu Maliyesi Perspektifinden Adam Smith, **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi** (11), 89-107, 2013, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/ulikidince/issue/21616/232195, 18.04.2024.

Çavdar, Tevfik. **Tekelleşme ve Tekelci Devlet Kapitalizmi.** Ankara, Yol-iş Federasyonu Eğitim Yayınları - Erk Basımevi (4-5).

Çetinkaya, Aysel. **Çevrimiçi Gazetecilikte Alternatif Bir Gelir Modeli Olarak Kitlesel Fonlar (82-114) Kitap Bölümünde Makale. Kitap Adı , Yeni Gazetecilik Mecralar, Deneyimler, Odaklar**, İstanbul, Epsilon Yayınevi, 2020.

Çakır, Hamza ve Yavalar, Elif. Demokrat Parti İktidarı ve Basın. **MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 6(3), 1-14, 2017, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/mjss/issue/40511/485649, 02.03.2024.

Çamuroğlu Çığ, E. ve Çığ, Ü. Gazetecilik emeğinin prekarizasyonu, Yeni Medya Çağında Habercilik Etiğini Tartışmak, **İş Ahlakı Dergisi**, 8(2), 197-232, 2015, (Çevrimiçi) https://isahlakidergisi.com/sayilar/8-cilt-2-sayi/m0078, 01.05.2024.

Çeliker Saraç, Duygu. Armand Mattelart'ın İletişimin Uluslararasılaşması Üzerine Düşünceleri, **Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Medya Ve İletişim Araştırmaları Hakemli E-Dergisi,** (11), 115-132, 2022, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.56075/egemiadergisi.1165576, 19.07.2024.

Çoban, Barış. Ötekiler ve Alternatif Medya, **Doğuş Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, İletşim Bilimleri Bölümü**, 2012, (Çevrimiçi) https://www.academia.edu/1475163/%C3%96tekiler_ve_Alternatif_Medya, 09.05.2024

Dagtaş, Erdal İletişim Kavramının Gelişimi Üzerine Normatif Bir Bakış Açısı, Liberal ve Eleştirel Paradigmanın Düşünsel Açılımları, **Kurgu**, 17(1), 238-253, 2000, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/kurgu/issue/59589/858003, 06.08.2024

Demir Askeroğlu, Emel. ve Ersöz Karakulakoğlu, Selva. Geleneksel Medyadan Yeni Medyaya Geçiş Sürecinde Değişen Gazetecilik "Yurttaş Gazeteciliği", Kuşaklar Üzerine Bir Araştırma, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, 7(1), 508-536, 2019, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.19145/e-gifder.442960, 15.09.2024

Duman, Zeki. Tüketimci Kapitalizmin ve Tüketim Kültürünün Eleştirisi, **Sosyoloji Dergisi,** (33), 15-36, 2016, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/sosder/issue/41007/495543, 19.10.2024

Dumenil Gerard, Lövy Michael. ve Renault Emmanuel. **Marksizmin 100 Kavramı,** İstanbul, Yordam Kitap, 2011.

Dural, A. Baran. A. Gramsci Düşüncesinde Tarihsel Blok/Hegemonya/Aydınlar ve Bunalım Süreçleri Kavramları, **Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 9(2), 55-68, (Çevrimiçi) 2007, https://dergipark.org.tr/tr/pub/trakyasobed/issue/30231/326454, 09.11.2024.

Durdağ, Banu. Toplumsal Değişim Sürecinde İletişim ve Teknoloji, Erken Dönem İletişim Kuramlarının Eleştirel Bir Değerlendirmesi, **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 16(1), 269-287, 2017, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.21547/jss.272243. 19.10.2024.

Emre Kaya, Ayşe E. Demokrat Parti Döneminde Basın-İktidar İlişkileri, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, **Istanbul University Faculty of Communication Journal**, 1(39), 93-118, 2010, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22854/244028, 19.11.2024.

Engels, Friedrich. **Anti-Dühring**, Ankara, Sol Yayınları, 1977.

Engels, Friedrich ve Marx, Karl. **Komünist Manifesto,** İstanbul, Yordam Kitap, 2016.

Erdoğan, İrfan. **Dünyanın Çarpık Düzeni Uluslararası İletişim**, İstanbul, Kaynak Yayınları, 1995.

Erdoğan, İrfan. Tekelleşme, Medya ve Medya Pratikleri, **Toplum ve Hekim**, 1(1), 1-18, 2002, (Çevrimiçi) https://www.researchgate.net/publication/266392587_Tekellesme_Medya_ve_Medya_Pratikleri, 03.11.2024

Erdoğan İrfan ve Alemdar Korkmaz. **Öteki Kuram**, Geliştirilmiş 2. Baskı, İstanbul, Erk Yayınları, 2010.

Erdoğan, İrfan. **Kitle İletişimi Anlamak**, Geliştirilmiş 4. Baskı, Ankara, Pozitif Matbaa, 2011.

Eroğlu, Nadir. Atatürk Dönemi İktisat Politikaları (1923-1938). **Marmara Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi**, 23(2), 63-73, 2014, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/muiibd/issue/491/4305, 19.06.2024.

Filiz Yavuz, Merve. Yeni Medya Düzeninde Gazeteci Emeğinin Dönüşümü, NOSYON, **Uluslararası Toplum Ve Kültür Çalışmaları Dergisi**, (8), 89-102, 2021, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/nosyon/issue/67513/1007544, 12.11.2024.

Fontana, Benedetto. **Hegemonya ve İktidar Gramsci ve Machiavelli Arasındaki İlişki Üzerine**, İstanbul, Kalkedon, 2013.

Fuchs, Christian. **Digital Labour and Karl Marx**, New York, Routledge, 2014.

Fuchs, Christian. **Sosyal Medya Eleştirel Bir Giriş**, İstanbul, Notabene Bilişim Yayınları, 2020.

Fuchs, Christian. **Dijital Kapitalizm Çağında Marx'ı Yeniden Okumak,** İstanbul, Nota Bene, 2021.

Garnham Nicholas. Kitle İletişimin Ekonomi Politiğine Katkısı, Kitap Bölümü, Yaylagül, Levent. (2006). **Kitle İletişim Kuramları**, Ankara, Dipnot Yayınları, 2006.

Gençoğlu, Aylin Y. Ticari Kapitalizmden Sanayi Kapitalizmine, Merkantilizm, Liberalizm ve Marksizm, **Toplum Bilimleri Dergisi**, 7(14), 79-94, 2013, (Çevrimiçi) https://toplumbilimleri.com/?mod=makale_tr_ozet&makale_id=257, 19.02.2024.

Gezgin, Suat, Polat ,Veli ve Arcan, H. Esra **Türkiye Sözlü Basın Tarihi**, İstanbul, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 2016.

Golding. Peter ve Murdock, Graham. **Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik. Kejanlıoğlu**, D. Beybin (Çev.), İrvan, Süleyman (Der.), Medya Kültür Siyaset, Ankara, Ark Yayınevi, 59-97, 2002.

Göçer, Ferhat ve Atabek, Nejdet. Yeni Kapitalizmde Emek Politikaları ve Medya Çalışma Hayatındaki İzleri, Gazeteciler Üzerine Bir İnceleme, **Yeni Medya Elektronik Dergisi**, 8 (2), 207-250, 2024, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/ejnm/issue/84777/1445973, 22. 04.2024.

Görgülü, Güven T. **Basında Ekonomik Bağımlılık ve Tekelleşme**, İstanbul, Gazeteciler Cemiyeti, 1991.

Günay, İbrahim E. Amerika'da İletişimin Ekonomi Politiğinin Eleştirisi, Smythe ve Schiller'in Perspektiflerinin Değerlendirilmesi ve Cnn International Örneği. **İletişim Bilimi Araştırmaları Dergisi**, 2(3), 202-219, 2022, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/ibadergi/issue/72376/1125455, 02.02.2024.

Güngör, Nazife. **İletişim, Kuramlar ve Yaklaşımlar**, Ankara, Siyasal Kitapevi, 2011.

Hançerlioğlu, Orhan. **Ekonomi Sözlüğü,** İstanbul, Remzi Kitapevi, 1986.

Hilav, Selahattin. **Felsefe Yazıları**, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları, 2008.

Irmak, Esin. **Kapitalist Gelişme ve Türkiye Ekonomisi**, İstanbul, Etki Yayınevi, 1992.

Kafaoğlu, Arslan B. **Türkiye Ekonomisi Yakın Tarih- 2**, İstanbul, Kaynak Yayınları, 2008.

Karagöz Kızılca, Gül. Osmanlı/Türk Basın Tarihi Yazımı Üzerine Eleştirel Bir Değerlendirme, **Ankara Üniversitesi İlef Dergisi**, 3(1), 71-90, 2016, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.24955/ilef.305499, 19.07.2024.

Karahisar, Tüba. **Türkiye'de Medya Sektörü ve Gazetecilik**, Bursa, Ekin Basın Yayın Dağıtım, 2012.

Kaya, Reşit A. **İktidar Yumağı Medya-Sermaye-Devlet.** Ankara, İmge Kitapevi Yayınları, 2016.

Kazgan, Gülten. **İktisadi Düşünce veya Politik İktisadın Evrimi**, İstanbul, Remzi Kitapevi, 2000.

Kepenek, Yakup ve Yentürk, Nurhan. **Türkiye Ekonomisi**, 12. Baskı, İstanbul, Remzi Kitapevi, 2001.

Koç, Yıldırım. **Çokuluslu Tekeller ve Uluslararası Tekelci Sermaye**, Ankara, Tüm İktisatçılar Birliği, 1975.

Koloğlu, Orhan. **Osmanlıdan 21.Yüzyıla Basın Tarihi**, İstanbul, Pozitif Yayınevi, 2023.

Kuyucu, Mihalis. Türkiye'de Çapraz Medya Sahipliği, Medya Ekonomisine Olumsuz Etkileri Bu Etkilerin Önlenmesine Yönelik Öneriler, **Selçuk İletişim,** 8(1): 144-163, 2013, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/josc/issue/19026/200536, 12.06.2024.

Lange, Oskar. **Ekonomi Politik**, İstanbul, Aytaç Yayınları, 1965.

Lenin, Vladimir. **Kapitalizmin En Yüksek Aşaması Emperyalizm**, 7. Baskı, İstanbul, Eriş Yayınları, 2014.

Manovich, Lev. **The Language of New Media**, Cambridge, MIT Press, 2002.

Marşap, Gökçe ve Akbaba, S. Mete. Aydınlanmanın Diyalektiği'nde kültür eleştirisi, **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi**, 5(10), 102-118, 2020, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/akader/issue/57649/808174, 19.10.2024.

Marx, Karl **1844 El Yazmaları Ekonomi Politik ve Felsefe**, Ankara, Sol Yayınları, 2015.

Marx, Karl **Kapital,** İstanbul, Yordam Kitap, 2015.

Marx, Karl **Ekonomi Politiğin Eleştirisine Katkı**, Ankara, Eriş Yayınları, 2016.

McChesney Robert. **21.Yüzyılda İletişim Politikaları Medyanın Sorunu**, İstanbul, İstanbul, 2006.

Media Ownership Monitor. "Medya ve Siyaset" (Çevrimiçi) https,//turkey.mom-rsf.org/tr/ Erişim tarihi: 07.10.2024.

Miege 1 Bernard **İletişimin Ekonomi Politiği Hermes,** (2) 2004, (Çevrimiçi) https://www.academia.edu/16856119/%C4%B0leti%C5%9Fimin_Ekonomi_Politi%C4%9Fi_Bernard_Mi%C3%A8ge, 19.10.2024.

Morozov, Evgeny. **Silikon Vadisi "Dijital Sosyalizm" Vaad Ediyor Ama Aslında Masal Satıyor,** (Çev. Aydoğan, F.). İçinde Filiz Aydoğan (Ed.). Yeni Medya Kuramları, (ss. 29-39). İstanbul, Der Kitabevi, 2017.

Mosco, Vincent. ve Fuchs, Christian. Kitap İncelemesi, Marx Geri Döndü, Medya, Meta Ve Sermaye Birikimi, (Çeviri, Funda Başaran), **Medya ve Kültürel Çalışmalar Dergisi**, 11(11), 58-63, 2019.

Neuman, W. Lawrance. **Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nicel ve Nitel Yaklaşımlar,** Sekizinci Edisyon, Cilt 1, 2020.

Nikitin, Petr Ivanovich **Ekonomi Politik,** Ankara, Dorlion Yayınları, 2016.

Nedir Ne demek (NND) "Özel mülkiyet ne demek?" (Çevrimiçi) https://www.nedirnedemek.com/%C3%B6zel-m%C3%BClkiyet-ne-demek , 10 Nisan 2024.

Odabaş, Uğur K. Frankfurt Okulu ya da Eleştirel Teori Üzerine, **Dört Öge** (14), 211-233, 2018,(Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/dortoge/issue/42658/514622, 17.11.2024.

Orhangazi, Özgür. 2000'li Yıllarda Yapısal Dönüşüm ve Emeğin Durumu, **Çalışma Ve Toplum**, 1(60), 325-348, 2019, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/ct/issue/71826/1155513, 13.09.2024.

Özçetin, Burak. **Kitle İletişim Kuramları**, İstanbul, İletişim Yayınları, 2021.

Özdemir, Mine. Bilgi Çağında Ana Akım Medyaya Karşı Ortaya Çıkan Alternatif Medyanın Rolü ve Yükselen Yurttaş Gazeteciliği, **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi),** 1(2), 247-259, 2016, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/inifedergi/issue/45222/566369, 10.09.2024.

Özsever, Atilla. **Tekelci Medyada Örgütsüz Gazeteci**, Ankara, İmge Kitapevi, 2004.

Öztürk, Salih. Özyakışır, Deniz. Türkiye Ekonomisinde 1980 Sonrası Yaşanan Yapısal Dönüşümlerin GSMH, Dış Ticaret ve Dış Borçlar Bağlamında Teorik Bir Değerlendirmesi, **Mevzuat Dergisi,** 8(94): 1-20, 2005, (Çevrimiçi) https://www.mevzuatdergisi.com/2005/10a/01.htm, 16.07.2024.

Pakkan, Şükran. Geleneksel Gazeteciliğin Sonu Mu? Ana Akım Medyadan Ayrılan Gazetecilerin Dijital Yayıncılık Modelleri Üzerine Bir İnceleme, **Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 8(2), 229-260, 2022, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/iled/issue/68447/1053346, 16.03.2024.

Parenti, Michael. **Tekelci Medya Manipülasyonu**, Yaylagül, L. Ve Korkmaz, N (der.) Medya, Popüler Kültür ve İdeoloji (çev. N. Korkmaz) içinde, Ankara, Dipnot Yayınları, 91-103, 2008.

Ritzer, George. **Toplumun McDonaldlaştırılması**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 1998.

Ritzer, George. **Küresel Dünya**, İstanbul, Ayrıntı Yayınları, 2011.

Saran, Ceren. **Medyada Mülkiyet İlişkileri, AKP Döneminde Medya Sahipliğinde Yaşanan Değişimler**, I. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi, 12-15 Mayıs 2014, (Çevrimiçi) https://www.researchgate.net/publication/320402106_Medyada_Mulkiyet_Iliskileri_AKP_Doneminde_Medya_Sahipliginde_Yasanan_Degisimler_Media_Ownership_in_Turkey_The_Changes_in_Media_Ownership_during_AKP_Period, 19.07.2024.

Savut, Emre. Kültür Endüstrisi, Kamusal Alanın Tüketimi, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi(23), 15-28,** 2016, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/pausbed/issue/34747/384261, 17.08.2024.

Schiller, Herbert I. **Ulus-aşırı Medya ve Ulusal Gelişme**, (Editör), Levent Yaylagül. Kitle İletişimin Ekonomi Politiği, Ankara, Dalbaz Yayıncılık, s.241-264, 2006.

Soysal, Soner. Herbert Marcuse ve Tek boyutlu Söylem Evreni, **Dil ve Yaratıcılık**, (4), 46-57, 2008, (Çevrimiçi) https://avesis.sdu.edu.tr/yayin/166c1924-1967-46ad-a961-eed20489625b/herbert-marcuse-ve-tek-boyutlu-soylem-evreni, 20.09.2024

Sönmez, Mustafa. **Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı,** İstanbul, Yordam Kitap, 2013.

Söylemez, Alev. **Medya Ekonomisi ve Türkiye Örneği,** Ankara, Haberal Eğitim Vakfı, 1998.

Şahin, Dürdane. 27 Mayıs 1960 Askeri Darbesi ve Basın (1960-1965), **History Studies** 15(4), 723-741, 2023, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.9737/historystudies.1326911, 25.05.2024.

Şeberoğlu, Ali. Yeni Medya ve Etkileşimli Yeni Sinema, **Yeni Medya**, (8), 77-85, 2020, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/yenimedya/issue/56548/766407, 19.04.2024.

Şirvanlı, Turancan. Alternatif Medya Yayıncılığını Yeni Medya Üzerinden Düşünmek, "Medyascope Kanalı" ve "Ünsal Ünlü'nün Patronsuz Programı" Üzerine Bir Değerlendirme, **Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi**, Eskişehir, 2020.

Şirvanlı, Turancan ve Dağtaş, Erdal. Yeni Medya Ekseninde Gelişen Alternatif Medya Yayıncılığı, "Medyascope Kanalı" Üzerine Bir Çözümleme. **Elektronik Cumhuriyet İletişim Dergisi,** 4(1), 13-32, 2022, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.54089/ecider.1063503, 10.03.2024.

Talas, Mustafa ve Kaya, Yaşar. Küreselleşmenin Kültürel Sonuçları, **Türklük Bilimi Araştırmaları**, (22), 149-62, 2007, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/tubar/issue/16963/177152, 19.03.2024.

Tılıç, L. Doğan. **Utanıyorum Ama Gazeteciyim Türkiye ve Yunanistan'da Gazetecilik**, İstanbul, İletişim, 2009.

Tokgöz, Oya. **Temel Gazetecilik**, İstanbul, İmge Kitapevi, 2010.

Toplumsal Araştırmalar Kültür ve Sanat İçin Vakıf "Halkın Gazetesi Demokrat" (Çevrimiçi) https://taksavarsiv.org/demokrat/ 10. 11. 20024

Topuz, Hıfzı., Alemdar, Korkmaz, Kaya, Raşit Kurtböke, Oktay ve Örki Nalan Basında Tekelleşmeler, İstanbul, **İletişim Araştırma Derneği**, 1989.

Topuz, Hıfzı. **2.Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi**. İstanbul, Remzi Kitapevi, 2003.

Uluç, Güliz. **Küreselleşen Medya İktidar ve Mücadele Alanı**, İstanbul, Anahtar Kitaplar Yayınevi, 2008.

Uluç, Mehmet A. Karl Marx ve Yabancılaşma, Sosyolojik Bir Analiz, **Sosyal Bilimler Dergisi,** 2(1): 26-38, 2020, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/hafizadergisi/issue/55303/735797, 17.04.2024.

Uzunoğlu, Sarphan. Yeni Medyada Dijital Emek Sömürüsü, Tüketiciden Ürketiciye Yeni Medya, **Yeni Sömürü Pratikleri E-Journal of Intermedia** 2(1), 181-194, 2015, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/intermedia/issue/8644/107913, 07.04.2024.

Wasko, Janet. **Hollywood'taki 'Yeni' Teknolojiler Hakkında Bu Kadar 'Yeni' Olan Nedir? İletişimin Ekonomi Politiği İncelemesinin Bir Örneği**, (Derleyen), Levent Yaylagül. Kitle İletişiminin Ekonomi Politiği, Ankara, Dalbaz Yayıncılık, s.187-212, 2006.

Yaylagül, Levent ve Korkmaz Nilüfer. **Bağımlılık Kuramları Çerçevesinde Küreselleşme ve İletişim, Kitle İletişiminin Ekonomi Politiği**, 265-288, Ankara, Dalbaz, 2006.

Yaylagül, Levent. **Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar,** Ankara, Dipnot Yayınları, 2014.

Yeşilbağ, Melih. Hegemonyanın Harcı, AKP Döneminde İnşaata Dayalı Birikim Rejimi, **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**, 71(2), 599-626, 2016.

Yıldırım Ali. ve Şimşek Hasan. **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**, Ankara, Seçkin Yayıncılık, 2021, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002404. 11.05.2025.

Yıldız, Aysel. Gazeteciliğin Geleceği Açısından Türkiye'de Patronsuz Gazetecilik, **İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi**, (47), 65-86, 2018, (Çevrimiçi) https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikad/issue/75893/990898, 19.05.2024.

Yüksel, Hakan. Türk Basınında Patronsuz Gazetecilik Olgusu, **Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,** (40): 503-528, 2022, (Çevrimiçi) https://doi.org/10.14520/adyusbd.931901, 14.06.2024.

Zarakolu, Ragıp. "1975-80 iç savaşının kroniği olarak Demokrat gazetesi"(Çevrimiçi) https://artigercek.com/makale/1975-80-ic-savasinin-kronigi-olarak-demokrat-gazetesi-66819 18.10.2018.

Zeytinlioğlu, Erol **Ekonomik Sistemler,** İstanbul, Fatih Yayınevi Matbaası, 1985.

Zubritski, Mitropolski ve Kerov **İlkel Topluluk, Köleci Toplum, Feodal Toplum, Kapitalist-Öncesi Biçimler**/Mitropolski, Y. Zubritski, V. Kerov ; (Çev. Sevim Belli), Ankara, Sol Yayınları, 1979.