

# AKP, MEDYA, İKTİDAR ve İDEOLOJİ

Levent Yaylagül\*

*“Güç yetiremediğinden göz yumacaksın ister istemez. Oldun suç ortağı,  
cebine yarım gümüş girmeden hırsız savunucusu kesildin!  
Bir devletin gideri gelirini aştı mı, rezilliği Hızır Peygamber gelse  
önleyemezmiş.  
Rüşvetin, soygunun, töresizliğin, utanmazlığın kaynağı budur”  
(Tahir, 1971: 299).*

## GİRİŞ

Türkiye tarihinde 1990’lı yıllar, koalisyon hükümetleri, ekonomik kriz, siyasi istikrarsızlık, yoksulluk, yolsuzluk, mafya, insanlar arasında ayrımcılık, [Sivas örneğinde olduğu gibi] toplu katliamlar, güneydoğu Anadolu’da iç savaş, işkence, faili belli [olmayan] siyasi cinayetler, iç göç ve işsizlik gibi birbirine bağlı pek çok toplumsal sorunlarla hatırlanmaktadır. Bu koşullarla 2000’li yılların başına gelindiğinde Türkiye’de merkez sağ ve sol partilerin yolsuzluk, yoksulluk ve siyasi istikrarsızlık gibi sebeplerle tasfiye olması, siyasal alanda bir boşluk yaratmıştır. Bu boşluğu, “demokratikleşme ve istikrar” söylemini kullanan, 2001 yılında kurulan ve 2002’de iktidara gelen AKP (Adalet ve Kalkınma Partisi) doldurmuştur.

Türkiye’nin ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel sorunlarının çözümü için istikrar ve güçlü liderliğe vurgu yapan AKP ve onun lideri Recep Tayyip Erdoğan, Türkiye’nin sermaye sınıfı için adeta Napolyon Bonapart gibi bir kurtarıcı olarak ortaya çıkmıştır. Bu süreçte eski solcular ve liberaller de AKP’ye ideolojik destek vermişlerdir. AKP, o dönemde iç dinamiklerden ziyade gücünü ABD (Amerika Birleşik Devletleri) ve AB (Avrupa Birliği)’den almıştır. Ancak AKP herhangi bir merkez sağ parti değildir. AKP, içerisinde seçimle iktidara geldiği rejimi, BOP’un “ılımlı İslam” projesinin bir parçası olarak ekonomik, siyasal, kültürel ve ideolojik olarak dönüştürmekte ve kendi hegemonyasını tesis ettiği yeni bir rejim kurmaktadır.

---

\* Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü.

2002-2007 yılları arasında Avrupa Birliği'ne girme hedefleri yönünde reformlar yapan ve uzlaşmacı bir dil kullanan AKP, dışarıdan ABD, AB ve içeriden muhafazakar, liberal ve eski solcuların desteğiyle iktidarını korumuştur. Bu dönemde sermaye sınıfını bütüncül bir şekilde kucaklayan AKP, 2007 seçimlerini ezici bir şekilde kazandıktan sonra, kendisini "Anadolu sermayesi" ya da "yeşil sermaye" olarak adlandırılan kesimin temsilcisi gibi görmeye ve bu sınıfın gücünü artıracak siyasal ve hukuksal düzenlemeler yapmaya gayret göstermiştir. Bu süreçte kendisine ve ABD'ye muhalif olanlar aleyhine açtığı siyasal davalarla bu kesimleri paralyze etmiş ve cumhuriyetin kurumlarını (mahkemeler, eğitim, üniversiteler, ordu vb.) kendi ideolojisine göre dönüştürerek iktidarını daha da sağlamlaştırmıştır. 2007-2012 döneminde AKP, tamamen egemen güç olmuştur. Bu arada 2011 seçimlerinden de oyunu artırarak çıkan AKP iktidarı, çoğunluğun gücünü temsil etme ve muktedir olma duygusu ile topluma, istediği her şeyi kabul ettirebileceği inancını güçlendirmiştir.

AKP iktidarının oluşmasını sağlayan rıza-güç dengesi artık 'güç'ten yana kaymıştır. Toplumsal ve bireysel muhalefete karşı daha çok polis/adliye önlemlerine başvurulmaya başlanmıştır. Muhaliflere yönelik siyasi davalar bunun en önemli kanıtıdır. Her türlü muhalif hareket hükümeti devirmeye yönelik terör eylemi kapsamına sokularak dava açılmaktadır. Özellikle 2010 referandumundan sonra mahkemeler neredeyse tamamen hükümetin denetimine girmiştir. 2010'dan sonra AKP, tutarsız ve çelişik söylemlerle yoluna devam etmektedir. Hükümet daha otoriter, baskıcı, tehdit edici bir söylemle siyasal gündemi belirliyor ve meşgul ediyor. Başarısızlıkları unutturmaya, başarıları sürekli akıllarda tutmayı seçiyor. Başarıları kendi hanesine yazarken, her türlü olumsuzlukları muhalefete fatura ediyor.

Bu süreçte AKP'nin en etkin kullandığı ideolojik aygıt medyadır. Medya sansür, istihdam, teşvik, kredi ve ceza gibi yerine göre havuç yerine göre sopa politikasıyla hizaya sokulmaktadır. Hükümet (Başbakan), medya tarafından, her zaman sadece yaptıkları icraatların takdir edilmesini, övülmesini istemekte ve fakat hiçbir surette eleştirisinin yapılmasını istememektedir. Oysa piyasa ekonomisine dayalı parlamenter demokrasilerde medya dördüncü güç olarak kavramlaştırılmakta ve iktidar karşısında eleştiri ve denetim görevini yapması beklenmektedir. Fakat kapitalist sistemlerde pazar mekanizması ve siyasal iktidar, medyanın bu işlevini yerine getirmesinin önündeki en büyük engeldir. Liberal kurama göre medya, kamusal sorunların tartışıldığı, kamunun toplumsal sorunlar hakkında bilgilendirilmesini sağlayarak kamuoyunun oluşturulduğu ve böylece demokrasinin gelişimine katkıda bulunan bir kurumdur. Ancak teori yerine uygulamaya bakıl-

dığında AKP'nin pazar mekanizmasını ve siyaset kurumunu kullanarak medyayı kendi hegemonyası için ideolojik bir ağıta dönüştürdüğü görülmektedir. Medyanın ve medya üzerinden toplumun gündemi de AKP tarafından belirlenmektedir. Eskiden bu süreçler piyasa ve siyaset dolayımı ile daha gizli bir şekilde gerçekleşirken AKP iktidarında siyasal ve ekonomik süreçler açıktan tehdit (ceza), şantaj ve rüşvet (örneğin ihale ya da medyanın el değiştirmesi) yoluyla yapılmaktadır.

1980 darbesiyle iyice örgütsüzleştirilen ve güçsüzleştirilen muhalif toplumsal güçlerin çok zayıf olması, AKP'nin dizginlenmesinin önündeki en büyük engeldir. Medya, iktidarın keyfilğini eleştirerek kamuoyu oluşturarak dizginlenmesini sağlayabildiği sürece demokrasiye katkı yapar. Bu bağlamda bu incelemede AKP iktidarı ve Türkiye deneyimi üzerinden kapitalist ekonomi, siyaset ve medya ilişkileri bağlamında AKP'nin medyayı nasıl ideolojik bir ağıta dönüştürdüğü, kapitalizmin ve medyanın ekonomi politikası bağlamında tarihsel olarak incelenmektedir.

## **KAPİTALİZM, MEDYA ve HEGEMONYA**

Medya, günümüz kapitalist toplumlarındaki temel kurumlardan birisidir. Düşünsel ya da sembolik üretim araçlarının kontrolü sayesinde insanların ne hakkında ve nasıl düşünecekleri ve davranacakları belirlenir. Böylece kitle iletişim araçları hegemonya sorununun bir parçası haline gelir.

Belirli bir tarihsel yapı içerisindeki maddi ve düşünsel güçler, karşılıklı olarak birbirlerini etkilerler. Doğal, teknolojik ve kurumsal kaynaklar, kurumlar ve fikirler (pratikler ve anlamlar) mülkiyet ilişkileri ve iktidar yapıları çerçevesinde siyasi ve ekonomik koşulların üretilmesine ve yeniden üretilmesine hizmet eder. Günümüzün kapitalist toplumlarında teknoloji, siyaset, ekonomi ve kültürel yaşam, sermayenin küreselleşmesi sonucu ulus-aşırı şirketlerin amaçları ve çıkarları doğrultusunda şekillendirilir. Küresel ekonominin satış ve tüketim ihtiyacı yaratması kitle iletişimi aracılığıyla gerçekleşir. Küresel kapitalizm çağında ulusal ya da kamu çıkarı da egemen küresel şirketlerin çıkarlarına göre biçimlenir. Türkiye gibi, dünya ekonomisi içerisinde, bağımlı konumda olan ülkelerin hükümetlerinin hareket alanı küresel şirketlerin çıkarları tarafından belirlenir. Gerek iletişim teknolojileri, gerekse de politikaları ulus-aşırı şirketler tarafından geliştirilir. 1990'lı yıllarda Türkiye gibi çevre ülkelerde elektronik medya alanında ticari yayıncılığa geçilmesiyle beraber neo-liberal ekonomi politikaları çerçevesinde ulus devletlerin kurumsal yapısı ve işleyişiyle birlikte iletişim teknolojileri, iletişimsel kurumların mülkiyet yapıları, içerikleri, örgütsel pratikleri ve profesyonel ideolojileri de dönüştürülmüştür. Kapitalist pazar mantığının hayatın her alanına egemen olmasıyla birlikte, iletişim alanına ve süreçlerine de sermaye egemen olmuştur. Küreselleşme süre-

ciyle ulus devletlerin yerini belirleyici güç olarak küresel şirketler almıştır. Küreselleşmeyle, söylenenin aksine, iletişim süreçleri demokratikleşmemiş, küreselleşmenin ekonomi politikasına eklenmiştir. Medyanın "demokratikleşmesi", mülkiyet alanındaki çeşitliliğe bağlıdır. Oysa kapitalist mülkiyet yapısı ve siyaset kurumu medyanın demokratikleşmesinin önündeki en büyük engeldir (Comor, 1996).

Medya şirketleri, parası olan herkesin yatırım yaparak girebileceği geleneksel bir pazar yapısı içerisinde işlemez. Öncelikle değerli yayın frekanslarının tekeli hakları siyasi otoritelerce dağıtılır. Bu tip hizmetler için yetki belgesi veren hükümetler rekabeti öngörmez, kimin kazanacağını belirler. Dolayısıyla medya endüstrisi doğrudan politikacılara ve bu alanda düzenleme yapan güçlere ve kurumlara bağlıdır. Siyasi otorite medya kuruluşlarının hangi koşullar altında, nasıl çalışacaklarını belirler. Medya şirketleri bir taraftan pazar mekanizması içerisinde para kazanacaklar, bir taraftan siyasi otoritenin belirleyici olduğu bir yapı içerisinde hareket edecekler, öbür taraftan da bu kurumların kamu çıkarlarına hizmet etmeleri beklenmektedir. Liberaller, medyanın kuralsızlaştırılarak (dereğulasyon) pazar güçlerine tâbi olması gerektiğini savunurlar. Böylece amaç mümkün olduğunca çok para kazanmak olur. Bu sayede medya, para kazanacağı kamunun çıkarına daha duyarlı olur ve rekabetin gereğini yerine getirir.

Pazar mekanizmasına dayalı medya sistemi, bu alanda rekabete dayalı olarak kamu çıkarına hizmet edenlerin kazandığı bir sektör olmaktan ziyade, yayın istasyonlarının sermayenin belli kesimlerinin elinde toplandığı birkaç büyük şirketten oluşan oligopolistik bir yapıya dönüşmüştür. Bu işten de giderek tekelleşen büyük firmalar kârlı çıkmıştır. Bu sistemde izleyiciler, reklama dayalı standartlaşmış içeriklere maruz kalmaktadırlar. Yani kuralsızlaştırma/serbestleştirme (dereğulasyon) serbest rekabete ve kamu çıkarına yönelik yayınlara değil, tekeli rekabete ve daha çok ticarileşmeye yol açmıştır. Bu gelişmelerin üzerinde ise siyasetin gölgesi vardır. Bu yapı, serbest rekabete ve mülkiyet ve içerik açısından gerçek medya çeşitliliğine izin vermez. Sektörü kontrol edenler, izleyici, dinleyici ve okuyucularını kaybetmemek için sektöre yeni aktörlerin (sermaye gruplarının) girmesini istemez ve buna izin vermez. Satın alma ve birleşmeler, sektörde en güçlü birkaç sermaye grubunun egemen olmasını ve pazarı kontrol etmesini sağlamaktadır. Medya gücünün birkaç sermaye grubunun elinde toplanması, liberal demokrasilerde fikirlerin serbest pazarı olan medyayı bir efsaneye dönüştürmektedir. Çünkü medya fikir dünyasını geliştirmek için değil, para kazanmak ve iktidar sahibi olmak için işletilen bir işletme ve ideolojik bir aygıttır (McChesney, 2001).

Medya, sosyal, siyasi, ekonomik ve kültürel konularda izleyicilere bilgi sağlar. Böylece medya ortalama izleyicinin siyasal algısını belirlemese bile biçimlen-

dirir. Çünkü medya, izleyicilere olaylara ilişkin ham bilgi sunmaz. Aksine haberin kendisi politik bir inşadır. Onun için haber ve bilgi, siyasal süreçlerin ayrılmaz bir parçasıdır. Medyayı kullanan iktidar, halkı mesaj bombardımanına tutar. Siyasi liderlerin konuşmaları, tartışma programları, millete sesleniş programları, meclis çalışmaları önemli siyasi konulardır (Grondin ve Grondin, 1991).

Medyanın yaptığı haberler ve sunduğu içeriklerle sosyal adaleti, açık yönetimi ve etkin katılımcı demokrasiyi destekleyip teşvik mi ettiği yoksa bunların önünde engel mi teşkil ettiğini anlamak için medyanın ekonomi politikasına bakmak gerekir. Medya ve iletişim sektörünün pazar yapısı, medya politikaları, ekonomik ve siyasi teşvik ve cezalar, içeriklerin doğasını belirler. Medya sistemlerinin ve içeriklerinin o şekilde oluşması, doğal ya da kaçınılmaz bir durum değil, çoğunlukla alınan ekonomik ve siyasî kararların bir sonucudur. Siyasi ve ekonomik kararlar ise rastgele ya da toplumsal bir boşlukta alınmaz. Bu tip kararlar, belirli bir toplumda, belli bir zamandaki tarihsel ve toplumsal koşulların ekonomi politikası tarafından güçlü bir şekilde biçimlendirilir. Türkiye'deki medya sistemi Türkiye'nin ekonomi politikasının doğasını yansıtır. Medya sistemleri, politikaların sonucudur ve kapitalist ekonomi politikasının sonucudur. Böyle bir bağlamda medya sisteminin doğası, toplumun ekonomik yapısı ve ona dayanan siyasal yapının sonucu olarak siyasal kararların sonucunu yansıtır. Yani ticari medya ekonomik ve siyasi iktidar sahiplerinin çıkarlarına hizmet eder ancak bu durum doğal ve tek seçenek değildir. Mevcut sistem halka değil, iktidar sahiplerine hizmet eder. Çünkü siyasiler ve politika yapımcılar medya alanını ticari çıkarlara uygun olarak düzenlemektedirler. Politikacılar ve yöneticiler, endüstriyi kontrol eden sermaye sahipleri tarafından yönlendirilmektedir. Radyolar, televizyonlar, gazeteler, büyük internet siteleri, bankaları da kontrol eden büyük sermaye gruplarının denetimindedir. Halkın bu yapıya, politika ve süreçlere katılımı izleyici/tüketici olmak şeklindedir. Özellikle 1980'lerden itibaren neo liberal politikalar çerçevesinde iletişim alanının kuralılaşarak sermayeye açılması sonucunda kamu çıkarı anlayışının yerini şirketlerin çıkarları almıştır.

Neo liberal resmî kültürün egemen olduğu ana akım medyanın içerikleri zenginlerin ve iktidar sahiplerinin öncelikleri ve çıkarlarına göre oluşturulmaktadır. Bunun neticesinde kapitalist toplumlardaki medya, demokrasiye ve sosyal adalet düşüncesine düşman hale gelmektedir. Çünkü ana-akım medya ticari mantığa göre kurulmakta, sahiplik yapısı ve mülkiyeti teknelci sermayenin elinde yoğunlaşmakta ve bu yapı profesyonel gazeteciliğin hangi çerçevede yapılacağını belirlemektedir. Bu süreçte belirleyici olan, ticarî ve siyasi kaygılardır. Küreselleşme süreciyle birlikte editöryal personelin sayısı azaltılmış, bazı bürolar kapatılmış, ha-

ber standartları yumuşatılmış, magazin, eğlence ve reklam ön plana geçmiştir. Ticari medyanın yarattığı kitle kültürü rahatsız edici düzeydedir.

Yukarıda da belirtildiği üzere, kâr amaçlı ticarî medya sistemi serbest bir pazar yapısı içerisinde işlemez. Siyasi kararlarla biçimlendirilen oligopolistik bir mekanizma içerisinde gerçekleşir. Bu yapı ifade özgürlüğünün önündeki engellerden birisidir. Hükümet, medya şirketlerine yayın lisans tekeli verir. Mülkiyet yapısını ve içerikleri belirler. Böyle bir yapıda medya kaçınılmaz olarak siyasi iktidarı destekler. RTÜK (Radyo, Televizyon Üst Kurulu) gibi kurumlar siyasi iktidar tarafından biçimlendirilir ve hükümetin beklentileri doğrultusunda çalışır. Böylece medya egemen sınıfın bir propaganda aygıtına ve bilinç yönetim mekanizmasına dönüşür (McChesney, 2008).

Bu yapı sonucunda topluma egemen olan sınıfın dünya görüşü, o toplumun egemen ideolojisini oluşturur. Mevcut düzeni ve iktidarı meşrulaştırmaya yarayan bu ideoloji egemen sınıfın hegemonyasını sağlar. Bu hegemonya insanların genel anlamda referans çerçevesini oluşturur ve toplumun çoğunluğu tarafından sosyalleşme sürecinde sorgulanmadan içselleştirildiği için "sağduyu" haline gelir. Bu hegemonyanın tesis edilmesini ve sürdürülmesini sağlayan aygıtların başında medya gelir. İktidarlar medya alanını biçimlendirerek hem kendi egemen fikir ve düşüncelerinin topluma egemen olmasını sağlarlar hem de alternatif fikir ve düşüncelerin topluma yayılmasını engellerler. Medyada, fikir, kültür ve düşünce alanını kendi denetiminde tutmayanlar kendi hegemonyalarını tesis edemezler (Crehan, 2002).

Buna göre kapitalist toplumlarda kültür, tarafsız ya da yansız bir alan değildir. Popüler kültür alanı kapitalist sınıfın değerlerinin medya tarafından seçilerek yayılmasıdır. Buna göre, kapitalist kültür, kapitalist sınıfın hegemonyasıdır. Yani, kültür geniş ölçüde sosyal düzendeki bir sınıfın çıkarının, değerler üzerinde egemen olduğu hegemonik düzenlemeleri yansıtır. Kültür, sosyal yapı aracılığıyla dolaylıdır. Kültür, diğer insanlarla olan toplumsal ilişki ağlarından (aile, akran, vb. birincil gruplar) ve okul, medya, kilise, hükümet, şirketler ve ordu gibi kurumlar aracılığıyla edinilir. Egemen sınıfın çıkarlarını yansıtan kültür, satın alma ve ikna yollarıyla bağlantılıdır. Egemen konumları işgal edenler diğerleri üzerinde avantajlı konuma geçer ancak devlet ve diğer toplumsal kurumlar, bu durumu gizlemek için, yansızmış gibi sunulur. Kapitalist toplumların kültürü, ırkçı, milliyetçi ve cinsiyetçidir, yani ayrımcılığa dayanır (Parenti, 1999).

Kapitalist ekonominin gücü ve etkisi büyüdükçe kültür alanı da emtialaşarak kapitalizmin denetimine girer. Kültürün kullanım değeri, değişim değerinin gerisinde kalır. Günümüzde insanlar kendi kültürlerinin çok azını kendileri üretir, ço-

ğunu satın alırlar. Aldıkları kendi kültürleri değil, şirket kapitalizminin kültürüdür. Bütün kültür, halkın toplumsal pratiklerinden doğar ancak halkın yarattığı kültür alanı çok daralmıştır. Günümüzde kültür, “kitle kültürü”, “popüler kültür” ve hatıta “medya kültürü” formunda üretilir. Bu kültür büyük şirketler tarafından üretilir ve işletilir. Bu kültürü üreten şirketlerin temel amacı daha fazla zenginlik üretmek ve bu zenginlikleri meşrulaştırarak garanti altına almaktır. Yukarıda da belirtildiği gibi, kitle kültürünün değişim değeri kullanım değerinin önüne geçmiştir ve kitle kültürü insanların toplumsal yaratıcılık ve özgürlükten ziyade, toplumsal denetim ve yönlendirme işlevine hizmet eder. Kitle kültürü, insanların toplumsal sorunlar hakkında düşüncelerini engelleyerek onları oylar. Kitle kültürü, kitleleri eğlendirmeyi amaçlar ve kitlelerin en düşük ortak beğeni düzeyine hitap eder. Böylece kitlelerin beğeni düzeyi de giderek daha da düşer.

Kitle kültürü tamamen ideolojik bir içeriğe sahiptir. Eğlence endüstrisinin bir ürünü olarak kendisini apolitik olarak sunsa da gerçekte tamamen politiktir. Çünkü kitle kültürünün içeriğine bakıldığında belirli imajların ve değerlerin propagandasını yaptığı ve bu değerleri meşrulaştırdığı görülür. Kitle kültürünün egemen hale gelmesiyle halk kültürü kaybolmuştur. Bu süreç, kâr peşinde koşan şirketlerin ekonomi ve kültür alanına egemen olmasıyla gerçekleşmiştir. Medya içerikleri otonom değil, içinde bulunduğu toplumsal formasyonun ekonomi politikğine bağlıdır. Medya içerikleri gibi kültürel pratikler doğrudan şirket çıkarları tarafından toplumsal bağlam içerisinde düzenlenir (Parenti, 1999).

1990’lı yıllardan itibaren elektronik medyanın da ticarileşmesi sonucunda medya sektörü holdingleşmiş ve sektör sınırlı sayıdaki holdingin denetimine girmiştir. Bu şirketlerden bazıları siyasi bağlantılar sonucu ön plana geçmiştir. Burjuva anlamında bile sağlıklı bir demokrasinin ön koşulu eğitimli ve bilgili bir kamuoyunun varlığıdır. Medya içeriklerinin sınırlı sayıdaki kişi tarafından belirlendiği bir ortamda demokrasi mümkün değildir. Bu yapıda önemli siyasi konular ekonomik ve siyasi seçkinlerin çıkarları tarafından sınırlandırılır. Böylece demokrasi ve kamuoyu, zenginlerin çıkarlarına hizmet eden bir araca dönüştürülür ve bilgili vatandaşların katılımcı demokrasisi bir fantezi haline gelir.

Ayrıca medya sistemi, sadece kapitalist sınıfın ideolojik ihtiyaçlarına hizmet etmez, kendisi kapitalist ekonomideki en önemli sektörlerden birisidir. Tekelci şirket medyası, sermayenin kontrolünde, toplumun ne hakkında ve nasıl düşüneceğini belirleyecek şekilde toplumun, sosyal, siyasal, kültürel ve ekonomik konularda ne okuyacağına, dinleyeceğine ve göreceğine karar vermektedir. Tekelci medya mevcut sistemi sorunlaştırmaz, sorgulamaz ve sistemin değişimine ilişkin görüşleri gündeme getirmez, statükoyu savunur. Böylece medya, sermayenin ekono-

mik, siyasal ve ideolojik gücünü pekiştirir. Medya egemen sınıfın ekonomik ve sosyal politikalarını destekler (McChesney, 1999).

Kapitalist toplumlarda medya kapitalist pazar mekanizması ve siyasal iktidarın sınırladığı yasal koşullar altında işler. Türkiye gibi ülkelerde medyayı etkileyen güç piyasadan ziyade siyasal olandır. Türkiye'nin lümpen burjuvazisi hem ekonomik hem de ideolojik olarak zayıftır (Gramsci'nin tabiriyle pelte) ve devlete bağımlıdır. AKP iktidarında medya iktidar bloğunu desteklemiştir. Çünkü medya patronları AKP iktidarından çekinmektedir. Medya patronları kendi çıkarları için hükümete ideolojik destek sunmakta, hükümet eleştirilmemekte, sosyal ve siyasal muhalefete medyada yer verilmemekte,<sup>1</sup> muhalefete yer verilecekse de olumsuz olarak yer verilmekte, hükümet, vatandaşın neyi duymasını istiyorsa onu duyurmak için medyayı ideolojik bir aygıt olarak kullanmaktadır. AKP'nin yıllardır sürdürdüğü neo liberal ekonomi hiçbir şekilde eleştirilmezken, buna yeltenenler, ya işten atılmakta ya da daha ileri gidenler hapse atılmaktadır.

### **AKP, POLİTİKALARI ve SÖYLEMİ**

AKP, ekonomik açıdan neo-liberal, kültürel ve ideolojik açıdan gerici bir partidir. Kendisini 'muhafazakâr' olarak adlandırması tamamen kendisine meşruiyet kazandırma amacına yönelik ideolojik bir söylemdir. Çünkü muhafazakar bir partinin öncelikle kurulu düzeni muhafaza etmesi beklenir. Oysa AKP, kurulu düzenden daha geri ve baskıcı ve sömürücü bir rejim tesis etme peşindedir. Bundan dolayı AKP için 'muhafazakâr' değil, gerici otoriter ve totaliter parti tanımlaması daha uygundur.

AKP'nin uygulamaları ve düzenlemeleri sonucunda yasama, yürütme ve yar-

---

1 Oda TV (2012b)'nin haberine göre, haber kanallarının bir andıç listesi bulunmakta ve bu listede adı geçenler televizyonların haber analiz ve tartışma programlarına çağırılmamaktadır. Andıçlanan bu isimler şunlardır: Abdüllatif Şener (AKP'li eski Bakan), CHP eski milletvekilleri Kemal Anadol, Onur Öymen, Şahin Mengü, CHP milletvekilleri, İsa Gök, Nur Sertel, Oktay Ekşi, Sinan Aygün; BDP milletvekilleri Altan Tan, Sırrı Sakık, Sırrı Süreyya Önder; SP Eski milletvekili Mukadder Başeğmez; Siyasetçiler Hüsamettin Cindoruk, Yılmaz Karakoyunlu; Yargıtay Onursal Savcıları Sabih Kanadoğlu ve Vural Savaş, Savcı Ömer Faruk Eminağaoğlu, İlahiyatçı Profesör Zekeriya Beyaz; Gazeteci Yazarlar Emin Çölaşan, Hulki Cevizoğlu, Ruhut Mengi, Melih Aşık, Hüsnü Mahalli, Cüneyt Ülsever, Tufan Türenç, Uğur Dündar, Mehmet Faruç, Altumur Kılıç, Cüneyt Arcayürek, Erbil Tuşalp; Yazarlar Nihat Genç, Rifat Bali, Orhan Koloğlu, Ercan Çitlioğlu, Taylan Sargun; Akademisyen Yazarlar Sina Akşin, Nuray Mert, Cüneyt Akalın, Alparslan Işıklı, Çetin Yetkin, Hikmet Özdemir; Ressam Bedri Baykam; Emekli Subaylar, Osman Pamukoğlu, Erdal Sarızeybek; Eski Büyükelçi Bilal Şimşir.



gı tek elde toplanmış, baskıcı bir rejim oluşmuştur. Kolluk güçlerini, mahkemeleri ve medyayı etkin bir şekilde kullanan bu rejim, her türlü siyasal ve toplumsal muhalefeti sindirmektedir. Etnik ve dinsel kimliklere vurgu yapan AKP, böylece barışçı bir şekilde bir arada yaşama isteğine dayalı eşitlikçi ve çoğulcu değil, ayrışma ve çatışmaya dayalı bir toplumsal yapı yaratmaktadır. Bu çatışma kültürünü besleyecek şekilde eğitim dinselendirilmekte, hukuk dönüştürülmekte, laiklik anlayışı uygulamada ortadan kaldırılmakta, kadın ikinci sınıf bir insan hatta bir üreme aracına dönüştürülmektedir.

AKP, 2007'deki Cumhurbaşkanlığı seçiminde elde ettiği başarı üzerine, gerçekleştirdiği siyasal davalarla gücünü daha da pekiştirmiştir. Bu gücü, yapmayı plânladığı yeni Anayasa ile garanti altına almaya çalışmaktadır. Muhalefet partileri AKP'ye karşı reaksiyoner davranmaktadır. Ancak alternatif bir politikaları ve toplumsal projeleri yoktur. AKP, ele geçirdiği iktidar mekanizmasını garanti altına almak ve sürekli kılmak için her türlü baskı, şiddet ve ikna aracını kullanmaktadır. Bunun için de tutarsızlığa düşmekten çekinmemektedir. Yeri gelince demokrasi ve barış söylemini yeri gelince milliyetçi ve çatışmacı bir dili öne çıkarmaktadır. AKP'nin başkanlık sistemini önermesinin temel sebebi, Türkiye sağını sürekli iktidarda tutma isteğidir.

AKP, uyguladığı neo liberal politikaları, politik söylemiyle perdelemektedir. Dinsel ve etnik kimlik siyasetine dayanan ayrıştırıcı ve çatışmacı bir uygulama ile kendi milliyetçi söylemini ve iktidarını yeniden üretmektedir. AKP'nin muhafazakâr ve baskıcı söylemi ve uygulamaları, öncelikle demokratik taleplerde bulunan kesimleri baskılamaktadır. AKP kendi tabanını 'millî irade' olarak sunan yaklaşımı ile her türlü siyasal ve toplumsal muhalefeti 'marjinal' olarak yaftalamakta, ahlakçı ve muhafazakar söylemiyle de kendi tabanını konsolide etmektedir. Althusser (1984)'in "devletin ideolojik aygıtları" dediği, medya, okul, sendika, siyasi parti ve kilise/cami gibi kurumlarda somutlaşan maddi bir olgudur ideoloji.

### **AKP, MEDYA ve İDEOLOJİ**

AKP, 2002 yılında iktidara geldiğinde Avrupa Birliği'ne uyum ve neo liberal politikalar çerçevesinde liberallerin ağırlıkta olduğu merkez medya ve İslamcı medya AKP'ye dışarıdan ideolojik destek vermiştir. 2007 seçimlerine kadar belirli bir düzeyde ve dengede süren AKP ve merkez medya ilişkisi 2007 seçimlerinden sonra AKP'nin belirleyici olduğu bir ilişki biçimini almaya başlamıştır. Kendi siyasal ve kültürel hegemonyasını kurabilmek için bütün kurumsal yapıları (ordu, yüksek yargı, üniversiteler) değiştiren AKP hükümeti, medyayı da kendi denetimi-

ne almıştır.<sup>2</sup> Medyada çalışan muhalif gazeteciler, köşe yazarları, haber editörleri gibi karar alıcı ve yaratıcı konumda çalışanlar büyük oranda tasfiye edilirken AKP'nin organik aydınları, kanaat önderi konumunda medyada kültürel ve ideolojik milliyetçi, muhafazakar, dinci ve ekonomik açıdan neo-liberal bir söylemi ve bilinci yeniden üreterek topluma aktarmaktadır.<sup>3</sup>

2 2002 yılında AKP iktidara geldiğinde Aydın Doğan başta olmak üzere, Ciner, Uzan, Karamehmet, Doğuş ve Fethullah Gülen grupları medya sektöründe egemendi. 2003 yılında ilk mali operasyon Uzanlara düzenlendi ve Uzan medyası el değiştirerek Uzanlar medya sektöründen tasfiye oldu. 2007 yılında TMSF Turgay Ciner'e ait Sabah-ATV Grubu'na el koyarak bu grubun da Çalık Grubuna geçmesini sağladı. 2008 yılında mali baskılar sonucu Tuncay Özkan Kanal Türk'ü Koza İpek Grubu'na satmak zorunda kaldı. 2009 yılında Doğan Grubu'na yönelik mali baskılar ve vergi cezaları arttı. Doğan Star'ı 2011'de Doğuş Grubuna sattı. Buna göre, AKP'nin karar ve uygulamaları sonucu Uzanlar medyadan tasfiye oldu. Tuncay Özkan'ın muhalif televizyonu satıldı. Baskılar sonucu Doğan Grubu medya sektöründe küçüldü. Çalık Grubu medyaya girmiş oldu. Star Gazetesi bünyesinde Kanal 24 TV ile AKP'nin en büyük destekçilerinden birisi haline geldi. Doğuş Grubu tamamen iktidara endeksili yayıncılık yapmaya başladı. Kanal Türk'ü alan İpek Koza Grubu Bugün TV ve Bugün Gazetesi ile iktidara tamamen bağlı. Doğan Grubuna yapılan baskılarla Doğan Grubu Vatan ve Milliyet Gazetelerini daha önce medya sektöründe olmayan Demirören Grubu'na sattı. Fethullah Gülen medyası da AKP'ye ideolojik destek veren önemli medya kuruluşları arasındadır.

3 Sabahattin Önkibar (2012c), Türkiye'deki aktif gazetecileri şu şekilde kategorize etmektedir. 1) AKP'ye İman Eden Biatçılar: Fehmi Kuru, Mustafa Karaalioğlu, Akif Beki, Salih Tuna, İhsan Dağı, Mehmet Ocaktan, Abdülkadir Selvi, Hasan Karakaya, Ahmet Kekeç ve Ahmet Taşgetiren; 2) Gazetecilikte AKP Sayesinde Var Olanlar: Nagehan Alçı, Emre Aköz, Rasim Ozan Kütahyalı, Ergun Babahan; 3) F Tipi Cemaatçi Kalemler: Ekrem Dumanlı, Hüseyin Gülerce, Bülent Korucu, Abdülhamit Bilici, Mümtazer Türköne, Eyüp Can, Nuh Gönültaş, Ahmet Turan Alkan, Sedat Laçiner, Erhan Başyurt, Adem Yavuz Arslan, Mahmut Övür ve Gültekin Avcı; 4) Abdullah Gül ile Cemaate Aynı Anda Göz Kırpanlar: Mehmet Barlas, Taha Akyol, Nazlı Ilıcak, Cengiz Çandar, Cüneyt Özdemir, Oral Çalışlar, Kürşat Bumin, Şahin Alpay, Etyen Mahçupyan, Gülay Gökürk, Amberin Zaman, Hasan Bülent Kahraman ve Ruşen Çakır; 5) Abdullah Gül'den Medet Umanlar: Sedat Ergin, İsmet Berkan, Derya Sazak; 6) Her Dönem İktidarın Kayığına Binenler: İsmail Küçükkaya, Hasan Cemal, Bilâl Çetin, Murat Yetkin, Zülfü Livanlı, Murat Çelik, Yavuz Semerci; 7) Esrarengiz Gazeteciler: Ahmet Altan, Mehmet Altan, Yasemin Çongar, Doğu Ergil, Alper Görmüş; 8) Tarafsız Görünme İhtiyacı Duyanlar: Mehmet Ali Birand, Fikret Bila, Fatih Altaylı, Reha Muhtar; 9) Tarafsız Görünüp Gizli AKP Yandaşı Olanlar: Ahmet Hakan Çoşkun; 10) Millî ve Bağımsız Kalemler: Hasan Pulur, Güngör Mengi, Melih Aşık, Emin Çölaşan, Can Ataklı, Emre Kongar, Yılmaz Özdil, Cüneyt Ülsever, Mehmet Yılmaz, Doğu Perinçek, Mehmet Tezkan, Serhan Bolluk, Mustafa Mutlu, Ruhut Mengi, Güneri Civaoglu, Kurtul Altuğ, Ahmet Hamdi Kepekçi, Mehmet Faraç, Merdan Yanardağ, Ümit Zileli, Umur Talu, Saygı Öztürk, Nilgün Cerrahoğlu, Orhan Bursalı, Necati Doğru, Ümit Özdağ, Muharrem Bayraktar, Yazgülu Aldoğan, Mehmet Emin Koç, Yalçın Bayer, Orhan Dede, Rıza Zelyut, Müslim Karabacak, Abbas Güçlü, Abdullah Terzi, Selim Kotil, Aslan Bulut, Can Dündar.

AKP, bütün bunları gerçekleştirebilmek için çeşitli ekonomik ve siyasi aygıtlara ve süreçlere başvurmuştur. Medya patronlarının enerji, inşaat, turizm, telekomünikasyon, maden, bankacılık gibi alanlarda yatırımları vardır. Pek çok medya patronu kamu ve belediye ihalelerine girmektedir. AKP, kamu ihalelerini ödül ya da yerine göre ceza mekanizması olarak kullanmaktadır. Bunun için sahip oldukları medyayı siyasal iktidarın emrine sunuyorlar. Devletle iş yapmayanların mali yapıları şeffaf olmadığı için devletin denetim (vergi vs.) mekanizmalarından çekinmektedirler. Ayrıca hükümet TMSF'yi etkin bir şekilde kullanarak medya kuruluşlarına el koymakta,<sup>4</sup> başına yönetici atamakta, bazı çalışanları işten çıkarmakta ve kamu ihalesi yoluyla medya kuruluşlarının el değiştirmesini sağlamaktadır. Onun için medya sahipleri ve çalışanları oto sansür uygulamaktadırlar. Bunun sonucunda bütün medya içerikleri birbirine benzemeye başlamıştır. Halkın gerçekleri öğrenme hakkı, basın meslek ilkeleri ve objektif habercilik, kapitalizmin yapısal belirleyiciliği altında bir fanteziye dönüşmüştür. Liberal demokrasilerde teoride basın, iktidarı eleştirir ve kamuoyunu oluşturur ancak AKP'nin medyayı kullanarak kendi kamuoyunu oluşturduğu görülmektedir.

AKP, sadece medya içeriklerini biçimlendirmiyor, aynı zamanda medyanın mülkiyet yapısını ve ilişkilerini düzenleyerek, medyada kimlerin hangi koşullarda istihdam edileceğini de belirlemektedir. Örneğin, Star televizyonunun Doğuş Grubuna satılmasından sonra grubun anchormani Uğur Dündar işsiz kalmış ve muhalif Sözcü gazetesinde köşe yazarlığına başlamıştır. Uğur Dündar habercilik alanında son derece başarılı, reyting alan, patronuna para kazandıran bir gazetecidir. Ancak AKP'nin formatına uymadığı için işsiz kalmıştır. Piyasa koşulları egemen olsaydı Uğur Dündar'ın işini yitirmemesi gerekirdi. Oysa bu örnek, piyasanın değil, siyasetin belirleyici olduğunu göstermektedir.

Ferit Şahenk'in Doğuş İnşaat Şirketi İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nden metro inşaatı ihalesini almıştır. Bunun karşılığında Emre Kongar, Can Dündar, Banu Güven vd.ne NTV ekranı kapatılmıştır. Yukarıda belirtildiği gibi Star TV, Doğuş Grubu'na geçerken Uğur Dündar'a yol verilmiştir. Hükümete yakınlığıyla bilinen Mehmet Barlas'a NTV ekranları açılmış, NTV adeta AKP'nin ekranı yapılmıştır (Oda TV, 2012).

---

4 Örneğin ATV-Sabah Grubu, 2007 yılında TMSF'nin el koyması sonucu Halkbankası ve Vakıfbank'ın sağladığı 750 milyon dolarlık kredi ile Başbakan'ın damadının Genel Müdür (CEO) olarak çalıştığı Çalık Grubu tarafından satın alınmıştır. Bu durumun yargı konusundan çekinen grup, ATV-Sabah'Grubunu satarak ileride yaşanacak olumsuzluktan kurtulmaya çalışmaktadır. Bunun için 2012 Mart ayında ATV-Sabah grubunun dünyaca ünlü medya patronu Rupert Murdoch'a satışı gündeme gelmiştir (Önkibar, 2012c).

2009 yılından itibaren Doğan Grubuna çok yüksek oranlarda vergi cezası kesilerek yaptırım uygulanmıştır. Siyasi baskı uygulanarak Milliyet ve Vatan Gazeteleri Doğan Grubu tarafından Erdoğan Demirören'e satılmıştır. Merkezin solunda ve iktidara muhalif bir çizgide yer alan bu gazetelerin muhalif özelliği, mülkiyet yapısı değiştirilerek törpülenmiştir (Önkibar, 2012a). Bu el değiştirmeden sonra Milliyet Gazetesi'nin genel yayın yönetmeni değişmiş ve bu gelişmeler üzerine 35 yıldır kesintisiz bir şekilde Milliyet'te çalışan Nail Güreli gazetesinden istifa etmiştir. Basın Şeref Kartı sahibi de olan Nail Güreli, 18 Mart 1994'ten 3 Nisan 2001'e kadar Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin başkanlığını da yapmıştır (Birgün, 2012). Aydın Doğan'a yapılan ekonomik ve siyasi baskılar sonucunda sadece Milliyet Gazetesi elden çıkarılmamış, Hürriyet gazetesinin yazar kadrosunda da değişiklikler yapılmış, Kanal D ve CNN Türk de yayın politikaları açısından AKP'nin eleştirmeyeceği bir biçime sokulmuştur. Aydın Doğan medyasının iktidara verdiği bu tavizler karşısında, gruba kesilen büyük vergi cezalarının önemli bir kısmı çeşitli şekillerde ya affedilmiş ya da göstermelik bir düzeye çekilmiştir. Bir ara medya sektöründen çekilmeyi planlayan Doğan Grubu, AKP ile uzlaşma sonucunda medya sektöründe kalmaya karar vermiş ve medya dışı sektörlerden enerji alanında daha fazla büyüyeceğini açıklamıştır (Önkibar, 2012b).

AKP, sadece kendisine karşı eleştirel olan medyaya yönelik, baskı ve düzenleme politikası uygulamamakta, kendisini destekleyen ana-akım medyaya da düzenleme yapmaktadır. Örneğin, Sol Gazetesi (2012)'nin haberine göre, Habertürk'ün Ankara temsilcisi Muharrem Sarıkaya, "Fasilda Eğlenen Bakanlar" haberi, Başbakan'ı rahatsız edince görevden alınmıştır. Sarıkaya'nın yerine Ankara temsilciliğine Başbakan'ın komşusu Erdal Şen getirilmiştir. Erdal Şen'in ise gazetedeki ilk gündem toplantısını besmele ile açtığı iddia edilmiştir. Haberin devamında Muharrem Sarıkaya'nın Turgay Ciner'in talimatıyla görevden alındığı bildirilmektedir. Muharrem Sarıkaya'nın görevden alınmasını gerektiren haberin Afyonkarahisar'daki askeri birlikteki mühimmat deposundaki patlamanın ardından bazı bakanların fasilda eğlendiğini gösteren bir kasetle ilgili olduğu belirtilmektedir. Bu haberin Başbakan'ı rahatsız ettiği ve bu haberden dolayı önce Habertürk TV Haber Yayın Yönetmeni Suat Toktaş'ın ardından da Muharrem Sarıkaya'nın görevden alındığı belirtilmektedir.

AKP medyayı kullanarak sürekli ülkede siyasal istikrar olduğu ve ekonominin iyi gittiği, AKP iktidardan giderse ekonominin tepetaklak olacağı tezini işlemektedir. Oysa söylenenin aksine ülkede gelir dağılımı giderek daha fazla bozulmuş, işsiz sayısı artmış, çalışanların gelirleri azalmış, buna karşılık dolar milyarderlerinin sayısı ve kapitalist sınıfın kârları/zenginlikleri daha da artmıştır. AKP, med-

yayı bir propaganda aygıtı olarak kullanmış ve borçlanarak büyümeyi kitlelerin zenginlik ve refah olarak algılamasını sağlamıştır. Borçlanarak (kredi kullanarak) ev ve araba sahibi olmak AKP zamanında Türk rüyası haline gelmiştir. Kullanılan kredi kartı sayısı ve bankalara olan borç artmıştır. AKP iktidarında nüfusun yarıya yakını asgari ücrete mahkumdur, insanlar dünyanın en pahalı benzinini kullanmaktadır. Kadına yönelik şiddet ve töre cinayetleri kat be kat artmış, boşanma oranları tavan yapmıştır.

Bütün bu toplumsal gerçeklere karşın, medya AKP'nin kendi rejimini inşa etmesinin söylemsel/ideolojik ayağını oluşturmuştur. Liberal muhafazakar [organik] aydınlar, medyada her alanı ve zamanı işgal etmişlerdir. AKP iktidarında televizyonlar, gazeteler, radyolar, büyük internet siteleri birkaç yüz kişiden oluşan gazeteci, köşe yazarı ve akademisyenden oluşan tek sesli bir koro haline gelmiştir. Eleştirel olan gazeteciler ve diğer medya çalışanları, tasfiye edilmiştir. Muhafiflerin cılız da olsa görüşlerini dile getirebilecekleri mecra sayısı yok denecek noktaya gelmiştir.<sup>5</sup> Böylece, medya AKP'nin ideolojisini toplumsal bilince adım adım kazımıştır. Medyadaki liberal, eski solcu gazeteciler, köşe yazarları ve akademisyenler, AKP'nin egemen söylemi olan "askeri vesayet kalksın, sivil demokrasi gelişsin, darbecilerden hesap sorulsun" söylemini sürekli dillendirerek "ılımlı İslam Cumhuriyeti"nin inşasına harç taşımışlardır. Ancak 2007 yılındaki seçimden sonra yani AKP, kendisinin muktedir olduğunu sezdikten sonra, kendilerine ideolojik destek sağlayan bazı liberallerle (örneğin, Altan kardeşlerden Mehmet Altan Star Gazetesinden atılmıştır) yollarını ayırmıştır.

AKP, liberal muhafazakar söylemi topluma egemen kılmada medyayı çok etkin bir şekilde kullanmıştır. Milliyetçilikte ve İslamcılıkta Türk sağının klasik ortak söylemini paylaşan AKP, dine daha çok vurgu yapmaktadır. Bu açıdan AKP'nin de paylaştığı Türk sağının diğer genel özelliği ise anti komünist, emek ve demokrasi düşmanı olmasıdır. AKP, her alanda saldırgan bir politika izlemektedir. Bu sayede ideolojik egemenliğini güçlendirmekte ya da toplumun belirli bir kesiminde kendisinin çok güçlü bir iktidar olduğu ve alternatifinin bulunmadığı algısını yaratmaktadır. Bu sayede AKP adım adım kendi rejimini inşa ederken toplumun belirli bir kesiminin rızasını üretebilmektedir. Ergenekon ve Balyoz gibi davalar, AKP'nin önünde engel teşkil edilebilecek eski rejimin dinamik güçlerinin tasfiyesi-

---

5 Türkiye'de eleştirel sol medya, Sol, Aydınlık, Evrensel, Sözcü ve Yurt Gazeteleri ile Halk TV, Ulusal Kanal ve Hayat TV'den oluşmaktadır. Sosyal demokrasi, sol Kemalizm ve sosyalizm gibi farklı siyasal ve ideolojik yönelimlerine rağmen adı geçen mecraların temel ve ortak özelliği AKP hükümetine karşı muhalif bir yayıncılık çizgisi benimsemiş olmalarıdır.

dir. Kemalistler, Kürtler, Aleviler ve sosyalistler AKP'nin kurmakta olduğu yeni rejimin düşmanları ilan edilmiştir. Bu davalarla muhalifleri sindirirken bile, toplumun rızasını üretmek için AKP yine medyadan faydalanmıştır.

Örneğin, Taraf gazetesi, AKP'nin siyasî/hukukî operasyonlarının bir aracı olarak tamamen kamuoyunu yönlendirme amaçlı olarak kurulmuştur. Sol liberallerin AKP'ye desteğini sunan gazete, soldan gelen eleştirilerin de önünü keserek AKP'nin meşruiyetine katkı yapmıştır. Ahmet Altan, Yasemin Çongar, Emre Uslu, Önder Aytaç, Mehmet Baransu, Alper Görmüş (ve bu gazeten ayrılmadan önce Rasim Ozan Kütahyalı) gibi yazarlar ulusalcılara, sosyalistlere, Kürtlere ve diğer eleştirel yaklaşımlara sahip kişilere karşı açılan Ergenekon, KCK, Devrimci Karargah, Balyoz, Oda TV gibi davalarının arkasında durmuş ve bu davalara karşı ideolojik bir söylem üretmiştir. Taraf, "AKP'nin askeri vesayete karşı demokrasi ve özgürlük mücadelesi verdiği" söylemini üreterek dolaşıma sokmuştur.

AKP, yönetimi, sadece gazeteleri ve köşe yazarlarını değil, popüler televizyon dizilerini bile dizayn etmeye çalışmaktadır. Örneğin Başbakan, "Muhteşem Yüzyıl" isimli televizyon dizisini eleştirmiştir. Dizinin toplumun ahlaki değerlerine ve tarihî gerçeklere aykırı olduğunu belirtmiştir. Sanatsal yaratılar ya da iletişimsel içerikleri, "toplumun değerlerine hakaret ediyor" gerekçesi ile AKP kendi egemen ideolojisini topluma dayatmaktadır. Farklı ve "özgür" düşünce üzerinde sansür uygulayan AKP, "milletin değerleri" kavramsallaştırmasıyla bir tür mahalle baskısı yaratmaktadır. Çünkü farklı düşünceyi kendi iktidarı için bir tehdit olarak algılamaktadır. Toplumunu düşünsel olarak tek tipleştirmeyi amaçlarken farklı sesleri bastırmaktadır. Oysa bu tip diziler kurulu düzen açısından bir tehdit değil, kitleler üzerindeki deşarj edici özelliklerinden dolayı emniyet supabı görevi görmektedir.

## 2012 YILINDA TÜRKİYE'DE BASIN ÖZGÜRLÜĞÜ

Cumhuriyet (2012) gazetesinin haberine göre, "Uluslararası Gazetecileri Koruma Komitesi" (CPJ-The Committee to Protect Journalists), 2012 yılı Ekim ayında yayınladığı raporun Türkiye'ye ilişkin bölümünde Türkiye'deki basın özgürlüğünün 'kriz' seviyesine ulaştığını belirtmiştir. Rapor, öncelikle Türkiye'deki basın özgürlüğüne ilişkin durumu tespit ederek başlamaktadır. Buna göre, Türkiye'de kitlesel gazeteci tutuklamaları ve gazetecilere karşı açılan çok sayıda cezai kovuşturma mevcuttur. Hükümetin basın üzerindeki baskısı sonucunda basın oto-sansür uygulamaktadır. Rapora göre, Türkiye'de 76 gazeteci hapsedir ve bunların en az 61'i doğrudan gazetecilik faaliyetlerinin sonucunda hapis cezasına çarptırılmıştır. 15 gazeteci ile ilgili deliller yeterince açık olmadığı için suçlamaların dayanağı belli değildir. Pek çok muhalif gazeteci hakkında "Türklüğü aşığlamak"

ve “yargıyı etkilemek” suçundan kovuşturma devam etmektedir.

Başbakan, kendisine yönelik eleştirileri kişisel saldırı olarak algılamakta ve basını eleştirmektedir. Gazeteciler terör suçları veya devlete karşı işlenen suçlarla itham edilmekte, hapsedilmekte ve oto-sansür için kendilerine yönelik baskı taktikleri geliştirilmektedir. Bizzat başbakan isim vererek gazetecileri itibarsızlaştırmakta, patronlarına çağrı yaparak gazetecileri uyarmasını ya da işten atmasını<sup>6</sup> talep etmekte<sup>7</sup> ve hakaret davaları açarak gazetecilerden yüksek tazminat isteyerek onları yıldırılmaktadır. Yine rapora göre, medyada Doğan Grubu’na karşı açılan “vergi kaçakçılığı” davaları hukukî olmaktan ziyade siyasîdir. Türkiye’deki tutuklu gazeteci sayısı İran, Eritre ve Çin gibi ülkelerden daha fazladır. Yürürlükteki ceza yasaları, AKP’nin entelektüel rakiplerini “terörist” olarak suçlamasına olanak sağlamaktadır. PKK ve KCK ile ilgili haber yapan gazeteciler, “terör” örgütüne yardımla suçlanmakta, yani habercilik terör eylemi olarak tanımlanmaktadır.

## SONUÇ

AKP’nin inşa ettiği devlet ve rejim, küresel sermaye birikimini düzenleyen ve aynı zamanda baskı aygıtını ve ideolojik aygıtları kullanılarak garanti altına alınmaya çalışılan siyasal bir aygıttır. Bu aygıtın bir boyutu küresel sermaye birikim rejimini düzenleyen süreçler, bir yandan da düzenlediği üretim ve bölüşüm ilişkilerini garanti altına almaya çalışan baskı ve rıza mekanizmalarından oluşur. Türkiye’deki medyayı bu bağlamda düşünmek gerekir. AKP medyayı da kendi eko-

---

6 AKP’nin baskıları sonucu NTV’den atılan sunucu Banu Güven, Almanya’da düzenlenen bir kitap fuarında “Türkiye’de ifade özgürlüğü ve bağımsız medya yok, demokrasiden çok sık söz eden ama otoriter olan bir iktidar var. Başbakan’ın yaptığı otoriterliktir” diyerek Türkiye’deki medyanın durumunu ve medya üzerindeki siyasi baskıları özetlemiştir (Aydınlık, 2012).

7 Bu konuda Özdemir İnce Hürriyet Gazetesi’nden atılış sürecini Aydınlık Gazetesi (18 Ekim 2012)’ndeki köşesinde dile getirmiştir. Hürriyet’te köşe yazarlığı yaparken “Tevhid-i Tedrisat Kanunu” ve “İmam Hatip Okulları” konusunda yazı yazmaması için AKP tarafından gazete yönetimine sürekli baskı yapıldığını, Genel Yayın Yönetmeni Enis Berberoğlu ve Yönetim Kurulu Başkanı Vuslat Doğan Sabancı tarafından sürekli uyarıldığını ve o iki konuda yazı yazmamasının rica edildiğini, ancak kendisi zorunlu hissettikçe o konularda yazılar kaleme almaya devam ettiğini ve bunun üzerine önce Nisan 2011’den itibaren, haftada 5 olan yazı sayısının 1’e indirildiğini ve maaşının azaltıldığını; Nisan 2012’de de gazeteden atıldığını belirtmektedir.

2012 yılında hükümetin baskısı sonucu işten atılan gazeteciler arasında Ali Akel (Yeni Şafak), Ece Temelkuran (Habertürk), Serdar Akinan (Akşam), Rahmi Turan (Hürriyet), Ayşenur Arslan (CNNTürk), Mehmet Altan (Star), Nuray Mert (Milliyet), Ergun Babahan (Star), Yıldırım Türker (Radikal), Ahmet Altan (Taraf), Metin Münir (Milliyet), Fatih Özyar (DHA) bulunmaktadır.

nomik, ideolojik, kültürel biçimlenişine/konumlanışına uygun bir şekilde gerek mülkiyet ve çalışma koşulları ve ilişkileri gerekse de içerik olarak yeniden dizayn etmektedir. Bunun için ödül (kaynak aktarma, teşvik) ve cezalandırma (baskı, kontrol, denetim (örneğin, RTÜK), el koyma (örneğin, TMSF), vergi cezası kesme) mekanizmalarını kullanmaktadır.

AKP medyayı öncelikle yoğun bir manipülasyon aracı olarak kullanarak, alternatif/muhallif görüş ve fikirlerin topluma ulaşmasını engellediği gibi, toplumda AKP'nin ideolojisine uygun bir kültürel/ideolojik siyasal iklim yaratarak muhalif güçlerin direnme potansiyellerini de ortadan kaldırmaktadır. AKP, medyayı toplumu duyarsızlaştırarak tek tipleştirmek için ideolojik bir aygıt olarak kullanmaktadır. Çünkü medya ideolojik bir aygıt olarak, toplumsal katmanları bir arada tutan sosyal bir çimentodur. Eleştirel düşünce geliştikçe kendi egemenliğini topluma dikte ettirmekte zorlanacağını bildiği için mümkün olduğu kadar medyaya ekonomik ve siyasî teşvik vererek ve baskı yaparak medyayı hükümetin sesi haline getirmektedir. Haberler adeta hükümet propagandasına dönüştürülmüştür. Böylece liberal paradigmanın bilgi edinme ve iletişim özgürlüğü gibi soyut varsayımları tekelci kapitalizmin ekonomi politikasının gerçeklerine çarparak buharlaşmıştır. Oysa eleştirel medya ve onun sunduğu bilgi ve haberler insanların özgür düşünebilmesi açısından çok önemlidir. Ancak kapitalist sistemde özel mülkiyet, çıkar ve ticarî kâr amacı ile siyasetin [burjuva] sınıfsal karakteri insanların gerçek bilgiye ve iletişim özgürlüğüne erişmelerinin önündeki en büyük engeldir. Çünkü medya kapitalist sınıfın denetiminde bir ticarî ve siyasî manipülasyon aygıtına dönüşmüştür. Böylece insanların içinde yaşadıkları toplumsal gerçeği kavrama ve onu dönüştürme potansiyelleri de engellenmiş olmaktadır. AKP'nin uyguladığı ekonomik ve siyasal baskılar sonucunda medya mülkiyet ve içerik açısından tek boyutlu hale gelmiş ve bunun sonucunda alternatif görüş ve düşüncelere yer veren eleştirel yaklaşımlar giderek yok olmuştur. Bunun en temel sebebi ise, medya patronlarının medya dışındaki yatırımları nedeniyle hükümetle ve yerel yönetimlerle girdikleri ihale ve ticarî iş ilişkileridir.

## KAYNAKÇA

- Althusser, Louis (1984). *Essays on Ideology*. London: Verso.
- Aydınlık (2012). "Medyanın Halleri". 18 Ekim. s.:13.
- Birgün (2012). "Nail Güreli 35 Yıl Sonra Milliyet'ten Ayrıldı". 22 Ekim.
- Comor, Edward A. (1996). "The Global Political Economy of Communication". *Canadian Journal of Communication*. Vol.: 21. No: 2.
- Crehan, Kate (2002). *Gramsci, Culture and Anthropology*. London, Sterling, Virginia: Plu-



to Press.

- Cumhuriyet Gazetesi (2012). "CPJ: Türkiye'de Basın Özgürlüğü Krizde".  
<http://www.cumhuriyet.com.tr?hn=373326> Erişim: 22 Ekim.
- Grondin, Conde ve Grondin, Dierdre (1991). "The News Media: Its Role as a Source of Information and News to Active Political Party Members". Canadian Journal of Communication. Vol: 16. No: 3.
- İnce, Özdemir (2012). "Tersi Yüzü: Recep Tayyip Erdoğan'dan Seçmeler (3)". Aydınlık Gazetesi. 18 Ekim. s.: 6.
- McChesney, Robert W. (2008). "The U.S. Media Reform Movement: Going Forward". Monthly Review. Volume: 60. Issue: 4.
- McChesney, Robert W. (2001). "Media Giants Have a Pal at the FCC". Newsday. 25 January.
- McChesney, Robert W. (2000). "Journalism, Democracy and Class Struggle". Monthly Review. Volume: 52. Issue: 6 November.
- McChesney, Robert W. (1999). "The U.S. Left and Media Politics". Monthly Review. Volume: 50. Issue: 09.
- Oda TV (2012). "Ferit Şahenk Gazetecileri Kovmasının Getirisini Topluyor".  
[www.odatv.com/n.php?n=ferit-sahenk-gazetecileri-kovmasin-in-getirisini-topluyor-0906121200](http://www.odatv.com/n.php?n=ferit-sahenk-gazetecileri-kovmasin-in-getirisini-topluyor-0906121200) Erişim: 21 Haziran.
- Oda TV (2012b). "Haber Kanallarının Andıç Listesi". <http://www.odatv.com/n.php?n=haber-kanallarinin-andic-listesi--1907121200> Erişim: 19 Temmuz.
- Önkibar, Sabahattin (2012a). "Diyantetten Fethullah Gülen'e Şamar". Yeni Mesaj Gazetesi. 4 Haziran.
- Önkibar, Sabahattin (2012b). "Yıldızları Fethedeyim Derken Suriye Çukuruna Düşmek". Yeni Mesaj Gazetesi. 24 Nisan.
- Önkibar, Sabahattin (2012c). "Türk Basınında Kim Nerede Duruyor?". Yeni Mesaj Gazetesi. 19 Nisan.
- Önkibar, Sabahattin (2012c). "Başbakan Murdoch ile ATV'nin Satış Pazarlığı mı Yaptı?". Yeni Mesaj Gazetesi. 8 Mart.
- Parenti, Christian (1999). "Reflections on the Politics of Culture". Monthly Review. Volume: 50. Issue: 09. February.
- Sol (2012). "Habertürk'te AKP Operasyonu: Başbakan'ın Komşusu Yeni AKP Temsilcisi".  
[www.Haber.sol.org.tr/medya/haberturkte-akp-operasyonu-basbakanin-komsusu-yeni-ankara-temsilcisi-haberi-61113](http://www.Haber.sol.org.tr/medya/haberturkte-akp-operasyonu-basbakanin-komsusu-yeni-ankara-temsilcisi-haberi-61113) Erişim: 18 Ekim.
- Tahir, Kemal (1971). Devlet Ana. Cilt 1. 3. Baskı. Ankara: Bilgi Yayınevi.

