

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİDAR MUHALEFET ÇATIŞMASINDA
MEDYANIN ROLÜ: RIZA ZARRAB ÖRNEK OLAYI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN **HAZIRLAYAN**
Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ **Mehmet Fatih ULUKAYA**
MALATYA-2018

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİDAR-MUHALEFET ÇATIŞMASINDA MEDYANIN ROLÜ:
RIZA ZARRAB ÖRNEK OLAYI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
Mehmet Fatih ULUKAYA

DANIŞMAN
Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ

MALATYA- 2018

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TEZ BAŞLIĞI
İKTİDAR MUHALEFET ÇATIŞMASINDA
MEDYANIN ROLÜ: RIZA ZARRAB ÖRNEK OLAYI
YÜKSEK LİSANS

DANIŞMAN

Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ

HAZIRLAYAN

Mehmet Fatih ULUKAYA

Jürimiz 04.06.2018 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda yüksek lisans/ doktora tezini (oybirliği /oyçokluğu) ile başarılı bulunarak...Anabilim, ... Bilim dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyelerinin Unvan Ad Soyadı

1 Doç.Dr.Hasan TOBBAŞ.....

2. Dr.Öğr. Üyesi Mehmet Barış YILMAZ.....

3. Dr.Öğr. Üyesi Tamer KAVURAN.....

imzası

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun tarih ve.....sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof.Dr. Mehmet KUBAT

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ONUR SÖZÜ

Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ, danışmanlığında Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “İktidar-Muhalefet Çatışmasında Medyanın Rolü: Rıza Zarrab örnek olayı” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

Mehmet Fatih ULUKAYA

BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- ☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim/Raporum sadece İnönü Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin/Raporumun 3 yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

Mehmet Fatih ULUKAYA

ÖNSÖZ

Siyaset yapısı gereği topluma yapılan bir sanattır olarak adlandırılabilir. Toplumun yönetilmeye, yönlendirilmeye gereksinim duyar. Siyasal partiler kendi propaganda ve iletişim çalışmalarını sürdürmek ve toplumu yönlendirmek için medya ya ihtiyaç duymaktadır. Medya, siyasal partilerin bir aracı olarak toplumda meydana gelmesi istenen değişiklikleri yerine getirmektedir.

Bu çalışmada örnek olay ‘Rıza Zarrab’ üzerinden Türkiye’deki medyanın iktidar ve muhalefet açısından tutum ve davranışları belli bir zaman içerisinde internet siteleri üzerinden yaptıkları haberlerin incelenmesini ele almaktadır. Medyanın ideolojik, ekonomik ve siyasi kaygıları neticesinde oluşan yayıncılık politikası incelenmektedir.

Bu çalışmanın meydana gelmesi sürecinde desteklerini esirgemeyen başta tez danışmanım Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ olmak üzere, Tez İzleme Komitesi jürileri Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Barış YILMAZ ve Dr. Öğr. Üyesi Taner KAVURANA şükranlarımı sunarım. Çalışmanın oluşturulması sürecinde katkılarından dolayı değerli hocalarım Doç. Dr. Mehmet Emin BABACAN, Öğretim Görevlisi Abuzer YEŞİL, Araştırma Görevlisi Alper YILMAZ ve İngilizce çevirilerimdeki desteğinden dolayı Fuat ERGENOĞLUNA teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca bu zorlu dönemde desteğini esirgemeyen kadim dostum Mehmet ULAŞA, kardeşim Ahmet Tarık ULUKAYA, Ömer Faruk ULUKAYA ve biricik annem başta olmak üzere aileme çok teşekkür ederim.

ÖZET

ULUKAYA, Mehmet Fatih, ‘İktidar-Muhalefet Çatışmasında Medyanın Rolü Rıza Zarrab Örnek Olayı’ Yüksek Lisans Tezi, Malatya 2018

Siyaset kavramı için sayısız tanım yapılabilmektedir. Ama en sade olan tanımlardan bir tanesi yönetme sanatı olarak adlandırılmaktadır. İnsan tabiatı gereği tek yaşayabilen bir varlık değildir. İnsan bir toplumda doğar, bu toplumun gelenek ve adetleri ile büyür bunun sonucunda içinde yaşadığı toplumdan asla bağımsız hareket edemez. Yani birey içinde yaşadığı toplumdan kendini soyutlayamaz ve bu durum bireye bir ideoloji kazandırmaktadır. Bireyselleşmeden toplumsallaşmaya giden yolda bir yönetim anlayışının olması gerekiyor. Tabiatı itibarıyla toplumsal olan insan, yöneten ve yönetilen diye ikiye ayrılarak yönetme sanatına tam anlamıyla ihtiyaç duymuştur. Böylece siyasetin doğmasına neden olan sebeplerin temeli atılmıştır.

Siyaset kavramının olduğu yerde iktidar ve muhalefet kavramları da kendisine yer bulmaktadır. Klasik demokrasi anlayışı ile yönetilen ülkelerde iktidarda olan bir siyasal parti bulunmaktadır. Bu parti toplumun seçime gitmesi sonucu iktidara gelmektedir. Aynı zamanda siyasal iktidara muhalefet olan bir siyasal parti ve ya partiler sistemin içerisinde doğal bir çıktı olarak meydana gelmektedir. Siyasal sistemin unsurları olan iktidar ve muhalefet kavramları için grift bir ilişki biçimi oluşmuş olur.

Siyaseti var eden ve siyasal sistemin en büyük unsurlarından biri hiç kuşku yokki medyadır. İktidar ve muhalefet bir siyasal sistemin unsurları olarak, topluma ulaşmak, değiştirmek, dönüştürmek ve propaganda yapmak için medya ya ihtiyaç duyar. Her medya organın; kendi ideolojisi, siyasi düşüncesi ve maddi kaygıları doğrultusunda uyguladığı bir yayın politikası vardır.

Bu yüksek lisans tezinde ise örnek olay Rıza Zarrab ilgili içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Muhalefet partisine yakın olan Cumhuriyet ve Hürriyet gazeteleri, siyasal iktidara yakın olan ve aynı zamanda Rıza Zarrab haberlerini en çok içinde bulunduran Star ve Türkiye gazetelerinin internet haber sayfalarında bulunan haberler incelenmiştir.

İktidara yakın ve muhalif partiyle ilintili olan, haberlerinde Rıza Zarrab olayını işlemiş bu gazeteler eleştirel söylem analiziyle irdelenerek neticeye varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyaset, İktidar, Muhalefet, Medya, Rıza Zarrab

ABSTRACT

ULUKAYA, Mehmet Fatih, “The Role of the Media in the Power-Opposition Conflict: The Case Study of Reza Zarrab”, Master Thesis, Malatya 2018.

Numerous definitions can be made for the concept of politics. But one of the simplest definitions is called art of directing. It is not the only living thing that human nature requires. It arises in a human society, it grows with the traditions and traditions of this society and as a result it can never act independently from the society in which it lives. In other words, he can not isolate himself from the society he lives in, and this gives the individual an ideology. There must be a sense of management on the road from individualization to socialization. The people who are social in nature are in need of the art of directing and dividing into two, the ruler and the ruler. Thus, the reasons leading to the birth of politics were laid.

In the place where the concept of politics exists, the concepts of power and opposition also find their place. There is a political party in power in countries governed by classical democracy. This party is coming to power after the election of the society. At the same time, political power comes into being as a natural output within a political party or party system which is the opposition. For the concepts of power and opposition, which are elements of the political system, a greedy relationship forms.

There is no doubt that one of the greatest elements of the political system that creates politics is the media. As elements of a political system, power and opposition need the media to reach, change, transform and propagate. Each media organ; there is a publishing policy that it implements in the direction of its own ideology, political thought and material concerns.

In this master thesis case study Reza Zarrab related content analysis technique is used. Republican and Hurriyet newspaper close to the opposition parties, which is close to political power and at the same time with the greatest number of news Zarraba Riza Turkey Star and the newspaper contained in internet news page news was investigated.

These reports, which are related to the ruling party and the opposing party, and whose news reports on Riza Zarrab, are analyzed by analyzing the critical discourse.

Key Words: Politics, Power, Opposition, Media, Reza Zarrab

RESİMLER LİSTESİ

Resim 1: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	56
Resim 2: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	57
Resim 3: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	58
Resim 4: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	59
Resim 5: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	60
Resim 6: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	61
Resim 7: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	62
Resim 8: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	63
Resim 9: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	64
Resim 10: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	65
Resim 11: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	66
Resim 12: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	67
Resim 13: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	68
Resim 14: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	69
Resim 15: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	70
Resim 16: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	71
Resim 17: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	72
Resim 18: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	73
Resim 19: Rıza Zarrab Olayı Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	74
Resim 20: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	76
Resim 21: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	77

Resim 22: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	78
Resim 23: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	79
Resim 24: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	80
Resim 25: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	81
Resim 26: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	82
Resim 27: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	83
Resim 28: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	84
Resim 29: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	85
Resim 30: Rıza Zarrab Olayı Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	86
Resim 31: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	88
Resim 32: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	89
Resim 33: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	90
Resim 34: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	91
Resim 35: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	92
Resim 36: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	93
Resim 37: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	94
Resim 38: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	95
Resim 39: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	96
Resim 40: Rıza Zarrab Olayı Türkiye Gazetesi İncelenmesi	97
Resim 41: Rıza Zarrab Olayı Star Gazetesi İncelenmesi.....	99
Resim 42: Rıza Zarrab Olayı Star Gazetesi İncelenmesi.....	100
Resim 43: Rıza Zarrab Olayı Star Gazetesi İncelenmesi.....	101
Resim 44: Rıza Zarrab Olayı Star Gazetesi İncelenmesi.....	102
Resim 45: Rıza Zarrab Olayı Star Gazetesi İncelenmesi.....	103
Resim 46: Rıza Zarrab Olayı Star Gazetesi İncelenmesi.....	104
Resim 47: Rıza Zarrab Olayı Star Gazetesi İncelenmesi.....	105

Resim 48: Rıza Zarrab Olayı Star Gazetesi İncelenmesi.....	106
Resim 49: Rıza Zarrab Olayı Star Gazetesi İncelenmesi.....	107

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: McQual'in Medya Organizasyon Şeması.....	50
---	----

İÇİNDEKİLER

KABUL ONAY	ii
ONUR SÖZÜ	iii
BİLDİRİM	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
RESİMLER LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	x
1. GİRİŞ	1
1.1.Araştırmanın Yöntemi	6
1.2.Araştırmanın Amacı	6
1.3.Araştırmanın Önemi	7
1.4.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	7
1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları	8
1.6.Araştırmanın Soruları / Hipotezleri	8
2. KAVRAMSAL OLARAK SİYASET	9
2.1.Siyaset Kavramı	9
2.2. Siyasal İletişim Kavramı	15
2.2.1. Siyasal İletişimin Tarihsel Süreci	22
2.2.2. Siyasal İletişimin Aktörleri	24
2.2.3. Siyasal İletişim Yönetiminde Siyasal Pazarlama	25
2.2.4. Siyasal İletişim ve Halkla İlişkiler	29

3.PROPAGANDA VE SİYASAL İLETİŞİM İLİŞKİSELLİĞİ	32
3.1. Propaganda İlkeleri ve Propaganda Teknikleri.....	32
3.2. Propaganda ve Siyasal İletişim	35
4. SİYASET BİLİMİNDE İKTİDAR VE MUHALEFET KAVRAMLARI.....	42
4.1. İktidar Kavramı	42
4.2. Muhalefet Kavramı.....	44
4.2.1. Demokratik Yönetimlerde Muhalefet.....	46
5. KAVRAMSAL VE KURAMSAL AÇIDAN MEDYA	48
5.1. Medya Kavramı.....	48
5.2. Medya Kuramları.....	52
5.2.1. Otoriter Medya Kuramı.....	52
5.2.2. Özgürlükçü – Liberal Medya Kuramı.....	52
5.2.3. Sosyal Sorumluluk Kuramı	53
5.2.4. Sovyet Totaliter Medya Kuramı	53
5.2.5. Gelişme Aracı Kuramı	54
5.2.6. Katılımcı Demokratik Medya Kuramı	55
6. İKTİDAR-MUHALEFET ÇATIŞMASINDA MEDYANIN ROLÜ: RIZA ZARRAB ÖRNEK OLAYI.....	56
6.1. Hürriyet Gazetesi İncelenmesi.....	56
6.2. Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi	76
6.3. Türkiye Gazetesi İncelenmesi	88
6.4. Star Gazetesi İncelenmesi.....	99
SONUÇ	109
KAYNAKÇA.....	116

1. GİRİŞ

Siyaset kavramı, toplum için olmazsa olmazlardandır. Çünkü insan yaratılıştan gelen özellikleri ile toplumsal bir varlıktır. Toplumsal bir varlık olan insanın yönetilmeye ve yönlendirilemeye ihtiyacı vardır. Yönetim ihtiyacı olan toplumun onları yönetmek için bir siyasal sisteme gereksinim duyar. Çünkü insanlar tartışma alanına ve fikir ayrılıklarına sahiptir. Bu tartışma alanı ve fikir ayrılıklarından ötürü ve toplumsal bir mutabakat sağlanması için bir sistemin ya da olgunun olması gerekmektedir. İşte tam bu noktada siyaset kavramı toplumsal hayatı düzenlemek için hayati bir unsur haline gelmektedir.

Siyaset kavramının yüzlerce tanımı yapılabilir. Bunlardan en yaygın olanı ve akılda kalanı ise bir yönetme sanatı olarak tanımlanmasıdır. Toplumsal bir varlık olan insan, kendi yaşadığı toplumdan bağımsız hareket edemez. Doğduğu, büyüdüğü ve hayatını idame ettirdiği ortam içerisinde sürekli bağımlı bir hale gelir. Yani gelenekleri, görenekleri, adetleri ve coğrafi özellikleri bile bu topluma göre şekillenir. Bu noktadan sonra, yönetilmeye gereksinim duyar.

Toplum yönetilirken bazı sorular sormaktadır. Bu sorular toplumun daha iyi ulaşması, çatışma temelinden çıkıp anlaşma esasına dayanarak, daha iyi şekilde yönetilmesine olanak sağlar. Siyaset dediğimizde aklımıza ilk gelen kavram ise demokrasi kavramı mıdır. Demokrasi kavramı toplumun yöneticilerden beklediği bir yönetim biçimidir. Birçok yönetim biçimi olmasına rağmen tüm Dünyada kabul gören ve siyasetin temelini oluşturan demokrasi kavramı toplumun yararına temel olarak oluşturulmuştur. Her ne kadar toplumun yararını temel olarak şekillenen Demokrasi, günümüzde farklı boyut ve şekiller olarak tartışmalı bir kavram haline gelmiştir.

Siyaset hiçbir zaman tek başına yapılan faaliyet olmamıştır. İletişiminde temelinde yer alan ve yani sağlıklı bir iletişim için gerekli olan çift yönlü iletişim süreci siyaset kavramında da karşımıza çıkmaktadır. Siyaset yapılabilmesi için, tek başına politikacılar yeterli değildir. En başta bir toplumun, halkın ve daha sonrası için, bir iletişim kanalına ihtiyaç vardır. Bundan sonraki adımda ise siyasetçiler tarafından yürütülen politikaların, topluma anlatılma, ifade etme süreci başlayacaktır. Bu nokta da siyasetin, toplum üzerinde etkisi başlayarak, farklı düşünce ve yorumlamaların yani siyaset kavramının esas dayanağı şekillenmektedir.

Siyasetin başlangıç noktasını sosyal ihtiyaçlar ve gerçeklikler olarak tanımlayan M. Duverger ise, toplumun ihtiyaç ve gereksinimlerini giderebilmek için, farklı katmanlarda, farklı büyüklüklerde grupların bir araya gelmesi sonucu meydana gelen ve aynı zamanda örgütlü, donanımlı, yetki ve denetim yapılarına sahip olan düzenli yapı olarak tanımlamıştır (Çam, 2005, s. 22-23).

İktidar kavramı ise yine tanımlanması zor olan ve siyasetin alt kavramlarından biridir. Bundan dolayı açık bir tanımlaması yapılamamaktadır. Esas manada ‘güç’ olarak tanımlanmaktadır. İktidar dediğimizde aklımıza gelen çatı kavram ise siyasettir. Toplum doğası gereği, yönetilmeye ihtiyaç duyar. Özellikle demokrasi ile yönetilen ülkelerde, siyasal iktidar bulunmaktadır. Kısaca iktidar bir toplumu yöneten yani hükümet kurarak yönetme yetkisini elinde bulunduran, topluma karşı sorumluluğu olan, bazen de rızaları olup olmaksızın, diğer insanların davranışlarını ve yaşam tarzlarını etkileyebilme gücüne sahip olan, devletin başına geçip, kolluk kuvvetlerinin kontrolünü elinde bulunduran bir güçtür. İktidarı sadece bir güç ya da erk olarak tanımlamak eksik olacağından, ona resmiyet kazandıracak bazı olgulara sahip olmalıdır. Bir iktidarın siyasal olabilmesi için medya ile yakın ilişki içerisinde bulunması gerekir. Zaten tez siyaset, iktidar, muhalefet ve medya kavramalarının birbirleriyle olan ilişkisi üzerine kurulmuş durumdadır.

Muhalefet kavramının, genel bir tanımını yapmak gerekirse bir düşünceye karşı olma, benimsememe, kendi yol ve yöntemlerini daha doğru bulma yani karşı tarafın dediklerinden ziyade kendi düşünce ve fikirlerini empoze etmek kısaca zıtlığı temel alan bir kavramdır.

Muhalefet kavramı, sadece fikri açıdan olumsuz bir eleştiri yapmakla kalmaz, bunu uygulamaya dökerek bir planlama yapar ve bu planlama muhalefet kavramının temelini oluşturur.

Muhalefetin, form değiştirmiş ise siyasal muhalefet denilmektedir. Siyasal muhalefet kavramı, iki farklı türde ele alınmaktadır. İlk tanımlamaya göre farklı ideoloji ve fikirleri olan partilerin hükümetin politikalarına karşı durmaları ya da engelleyecek faaliyetlerde bulunmalarıdır. İkinci tanımlama ise, partilerin iktidarı zor durumda bırakacak her türlü düzenlemeler yaparak muhalif olma durumudur.

Medyanın politikayla olan ilişkisi çift yönlü karmaşık ve tarif etmesi zor bir ilişki türüdür. Toplumdaki hiçbir ilişki türü örneğin; sanat, STK’lar gibi siyaset ile arasındaki kadar karışık değildir. Medya dediğimizde aklımıza ilk gelen kitle iletişim araçlarıdır.

Kitle iletişim araçları dediğimizde ise gazete, radyo, televizyon ve son olarak ta yeni medya yani sosyal medya karşımıza çıkmaktadır. Medyanın tarihsel sürecine baktığımızda; en eski kitle iletişim aracı olarak gazeteyi görmekteyiz. Gazetenin ilk çıkış noktası Eski Mısır'daki papirüslere ve Antik Yunan'daki tabletlere kadar dayanmaktadır. Matbaanın ortaya çıkıp gelişmesiyle birlikte, gazete kullanımı batıdan başlayarak tüm dünyada artmıştır. Medya gazeteyle birlikte krallara, hükümdarlara, padişahlara ve din adamlarına karşı bir güç haline gelmiştir. Gazetenin kullanımı ve yaygınlaşması medyayı oluşturmuş, devlet adamlarına ve din adamlarına karşı bir eleştiri yapma aracı görevini üstlenmiştir.

Geleneksel medyanın, ilk kullanım aracı olan gazete birinci dünya savaşı sırasında radyonun icat edilmesiyle yerini radyoya bırakmıştır. Özellikle 2. Dünya savaşı esnasında radyonun aktif kullanımı ve bir propaganda aracı haline dönüşmesi medyayı güçlendiren bir diğer unsur olmuştur. Bilhassa, Adolf Hitler'in aktif radyo kullanımı, tüm Dünyada radyonun yaygınlaşmasına ve toplumsal bir düzen oluşturmada, kitleleri yönlendirmede vazgeçilemez bir vasıta haline getirdi.

Geleneksel medyanın, son kitle aracı ise televizyondur. Televizyonun kapitalizmin en büyük üreticisi olan ABD' de icat edilip kullanılması ve radyodan daha hızlı şekilde tüm Dünyaya yayılması medya kavramının kitleler üzerinde çoğaltmasına neden oldu. Geleneksel medyanın, son icadı olan televizyon hızlı yaygınlaştığından dolayı, kitlelere çabuk ulaşabilen bir araç olma özelliğine sahip oldu. Geleneksel medya, siyaset ile olan ilişkileri bu sayede her geçen gün büyüdü ve kontrol edilemez bir hale geldi. Bu büyüme medyayı siyaset üzerinde çok güçlü bir konuma getirdi. Siyasetçiler gerek iktidar olsun gerek muhalefet medyaya tesir etmeye çalıştılar. Medya ve siyaset arasındaki girift ilişki, beraberinde karmaşık ilişkiler oluşmasına neden olarak bir ilişkiler yumağı haline dönüşmesini sağladı.

Değişen ve dönüşen medya siyasete müdahil olma gereksinimi ve kitleleri yönlendirme ihtiyacı duydu. Bu ihtiyaç doğrultusunda, topluma haber verme, eleştiri yapma, muhalif olma ve bilgilendirme maksatlı haberler yaparak varlığını anlamlı hale getirecek temel dayanaklara dayanarak vazife üstlendi.

Her medya grubunun bir ideolojisi, siyasal ve politik ilişkisi ve ekonomik bir bağlantısının bulunduğu siyasal parti ya da beslendiği maddi bir kaynak bulunmaktadır. Medya denince, etik sözcüğü akla gelen ilk kavramlardan bir tanesidir. Değişen ve

dönüşen medyanın, en temel sorunu etik olup olmadığıdır. Özellikle günümüzde, medya ilişki düzeyi siyaset mecrası ile yakın temas halindedir.

Kitle iletişim araçlarının form değiştirmesi ve kitleler üzerinde etkisinin artması siyasetle olan ilişkinin çoğalmasına sebep oldu. Son yıllarda yeni medyanın ortaya çıkışı yani herkesin kendi medyasını oluşturma şekli geleneksel medyanın eski gücünü kaybetmesine neden olsa da medya grupları, bunun önüne geçmek için yenilikçi bir anlayışla sosyal medyayı aktif halde kullanmaya çalışıyorlar. İlk gazeteden başlayıp günümüze uzanan medya serüveni birçok değişikliğe uğramış olsa da ortada bir gerçek vardır ki; medya hala önemini korumaktadır.

Medya, siyaset ile olan ilişki biçimi topluma yön vermek, siyasal iletişimi sağlamak, kitleleri yönlendirmek ve yeri geldiği zaman siyasetin bir aracı görevini üstlenmektir. En geniş anlamda medya öteden beri toplumu yönlendirmek dizayn ve şekil vermek yeri geldiği zaman siyasetin bir aracı olmak yeri geldiği zaman siyasete yön vermek amaçlanmaktadır. Hiç kuşkusuz medya, teknikle birlikte geliştiğinde, tasarlanmış bir mecra haline geldi erk olan medya toplumun farklı katmanlarına, birbirinden ayrı düşünen farklı ideolojilere kökenleri, ırkları, dinleri farklı olan toplumu güç aldığı siyasal sistemin fikirlerinin aşılaraq bir fikir hegemonyası oluşturma peşindedir.

Araştırmanın yönteminde, içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Muhalefet partisine yakın olan Cumhuriyet ve Hürriyet gazeteleri, siyasal iktidara yakın olan ve aynı zamanda Rıza Zarrab haberlerini en çok içinde bulunduran Star ve Türkiye gazetelerinin internet haber sayfalarında bulunan haberler incelenmiştir. Muhalif gazetelerde 2010 yılından itibaren yer alan magazinsel haberlerden başlayarak 2018 Nisan ayına kadar konuyla ilgili var olan haberler giriş, gelişme ve sonuç olarak ele alınmıştır. İktidara yakın olan gazetelerde ise 17/25 Aralık tarihinden itibaren Rıza Zarrab ile ilgili haberler içerik analizi yöntemiyle incelenerek bir sonuca varılmıştır.

İktidara yakın ve muhalif partiye ilintili olan, haberlerinde Rıza Zarrab meselesini işlemiş bu gazeteler eleştirel söylem analiziyle irdelenerek neticeye varılmıştır. Eleştirel araştırmada hedef; eleştirmek, değiştirmek ve dönüştürmektir. Eleştirel araştırma tekniklerinin temelinde, sadece problemi araştırması değil toplumu, siyasetçileri veya medyayı eleştirerek değiştirmeyi amaçlamasıdır. Eleştirel araştırma tekniği, şahıslara bağlamdan daha az anlam yükler. Eleştirel araştırma tekniğinin nihai

amacı, gücün bir grubun elinde olarak baskı oluşturulmasına değil, tam tersine gerçekleri irdeleyerek toplumu dönüştürmeyi hedef edinerek, bilginin inşa edilmesine yönelir.

Bu araştırmada amaç Rıza Zarrab olayıyla ilgili; iktidara ve muhalefete yakın gazetelerin internet sitelerindeki haberleri inceleyerek konuyla alakalı tutum, davranış ve yayın politikalarına dair bilgiler edinmektir. Amaç doğrultusunda, Rıza Zarrab olayı giriş, gelişme ve sonuç olarak ele alınmıştır. Bu sayede, gazetelerin Rıza Zarrab olayıyla ilgili zaman içerisinde yayın politikalarındaki değişimler ve objektif yayıncılık ilkelerine uyup uymadığı, ideolojik ve taraflı yayın yapıp yapmadıkları, siyasilerle olan bağlantılarının yayınlarına ve haberlerine yansıyor yansımadığı ve olayla ilgili adli süreci etkileyip etkilemediklerini öğrenmek doğrultusunda araştırmanın şekli oluşturulmuştur.

Araştırmanın varsayımları ise Rıza Zarrab olayıyla ilgili; iktidara yakın olan gazetelerin internet sitelerinde yaptıkları haberlere bakılarak 17/25 Aralık öncesine dair, haberlerin mevcut olmadığı, 17/25 Aralık'tan sonra bu konuyla alakalı daha çok tarafsız olma ve net yorumdan kaçındıklarını, haberleri aktarırken herhangi bir müdahalede bulunmadıkları ve eleştirel bir dil kullanmadan doğrudan haberleri aktarım yaparak bir yayın politikası izlemişlerdir. Rıza Zarrab olayının günümüze daha yakın olan bölümlerinde ise iktidara yakın olan gazeteler daha çok davayla alakalı yorum yaparak Rıza Zarrab hakkında 'ajan' gibi ifadeler kullanarak tarafsızlıklarını bozmuşlardır.

Muhalef gazetelerin internet sitelerindeki haberler incelendiğinde ise, daha fazla içeriğe sahip oldukları anlaşılmaktadır. Rıza Zarrab'la ilgili haberlerin içeriklerine bakıldığında ilk başta iş adamı, tüccar ve medyatik bir kişilik olarak tanımlandığı, sonraki süreçte ise 17/25 Aralık'ın göze çarpan en büyük isimlerinden biri olduğu ve gazetelerin haberlerinde sıkça yer verildiği görülmektedir. Muhalef gazetelerin Rıza Zarrab olayıyla ilgili yaptığı tüm haberlerde eleştirel bir söylem dili kullanılarak, iktidarı zor durumda bırakacak ve okuyucuların tutum ve davranışlarında değişiklikler meydana getirecek bir habercilik anlayışı benimsenmiştir. İktidar-muhalefet çatışmasında medyanın rolü, örnek olay üzerinden irdelenerek eleştirel bir söylem analizi yapılmıştır.

1.1.Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın yöntemsel olarak nicel araştırma yönteminden içerik analizi tekniği ve eleştirel söylem analizi tekniği tasarımı belirlenmiştir. Bu yöntemle, iktidar muhalefet çatışmasında medyanın aldığı role dair bilgiler edinilecektir. Medya Türkiye gündemini uzun süre meşgul eden Rıza Zarrab meselesiyle ilgili yaptığı haberler içerik analizi ile toplanılıp nicel bir veriye ulaşılacaktır. Bu nicel veriler sonucunda çıkan sonuçlara bakılarak eleştirel söylem tekniği kullanılacaktır.

Araştırmada uygulanan içerik analizi yöntemi nicel bir veri ortaya koyduğundan dolayı konu hakkında yorum yapabilme olanağı sağlayacaktır. Bu sonuçtan hareketle, iktidar muhalefet çatışmasında medyanın üstlendiği rol sayısal veriler ışığıyla değerlendirilecektir.

1.2.Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı iktidar-muhalefet çatışmasında medyanın rolünün irdelenerek kamu yararının gözetilip gözetilmediğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaca ulaşılırken medyanın iktidar ve muhalefet partileri ile olan ilişkileri örnek olay ilişkileri üzerinden ele alınacaktır. Örnek olay Rıza Zarrab meselesinde iktidara yakın Star ve Türkiye gazetelerinin incelenmesi yapılacaktır. Bununla birlikte ana muhalefet partisine yakınlığıyla bilinen Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerinin Rıza Zarrab meselesiyle ilgili haberleri incelenecektir. Bu inceleme yapılırken hem iktidara hem muhalefete yakın olan gazeteleri internet sitesindeki Rıza Zarrab ile ilgili olan haberler, ideolojik ve siyasal düşünce, politik tutum ve davranışlar göz önünde bulundurulacaktır.

Bu sonuca ulaşırken iktidara yakın gazetelerin internet sitelerindeki Zarrab ile ilgili olan haberler değerlendirilerek, 17/25 Aralık öncesi 17/25 Aralık dönemi ve 17/25 Aralık sonrası diye 3'e ayrılacaktır. Yani, Zarrab meselesinde Star ve Türkiye gazetelerin internet sitelerindeki haberleri değerlendirilerek giriş, gelişme ve sonuç olarak ele alınacaktır.

Muhalefete yakın olan gazeteler Hürriyet ve Cumhuriyetin Rıza Zarrab ile ilgili yaptığı haberlerin tamamı sayılıp incelenerek 17/25 Aralık öncesi 17/25 Aralık dönemi ve 17/25 Aralık sonrası yani giriş, gelişme, sonuç olarak incelenecektir.

1.3.Araştırmanın Önemi

Siyasal zeminde medyanın iktidar ve muhalefet partisinin ilişkisini ortaya çıkarıyor olması araştırmayı önemli kılan bir etkidir. Araştırmanın zamansal olarak altı yıllık bir dönemi incelemesi bir diğer önemini oluşturmaktadır.

1.4.Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini iktidar-muhalefet çatışmasında geleneksel medya basılı yayın aracı olan gazeteler ve yeni medya dijital yayın aracı olan internet üzerinden gazetelerin web sayfaları oluşturmaktadır. Örneklemi ise Rıza Zarrab olayı ideolojik olarak İktidara yakın Türkiye ve Star gazeteleri ve ideolojik olarak muhalefete yakın Hürriyet ve Cumhuriyet gazeteleri ve gazetelerin web sayfalarında adı geçen şahıs ile ilgili yapılan haberler oluşturmaktadır.

İçerik analizi yöntemi sayısal verilerin yorum olmadan açık ve net bir şekilde araştırmanın amacına hizmet etmesini sağlamaktadır. İçerik analizi yönteminde yorumlama olmayacağından çıkan sonuçların olduğu gibi verilmesi gerekmektedir. Bu yöntemle araştırmacı incelediği konuyu doğrudan aktarım yaparak yalın ve net bir dil kullanılır. Rıza Zarrab meselesinde iktidar ve muhalefete yakın olan gazetelerin internet sitelerinin içerik analizi yapılacaktır.

Çalışmada sadece içerik analizi yöntemiyle değil aynı zamanda eleştirel söylem analizi tekniğiyle yorumlamalarda bulunulacaktır. Eleştirel söylem tekniğinin, nihai amacı toplumun yararına katkı sağlayacak, toplumu değiştirip dönüştürebilecek ve tutum ve davranışlar üzerinde etki yaratabilecek yorumlamalarda bulunmaktır. Eleştirel söylem tekniğinin amaçları iktidar-muhalefet çatışmasında medyanın rolüne dair toplumun fikir sahibi olmasını ve siyasal iletişimin unsurları olan hem iktidar hem de muhalefet kavramları üzerinde bir baskı oluşturmak, medyanın siyasal sistemler ve düşünceler yerine toplumun menfaatine ve çıkarına göre hareket etmesini sağlayarak objektif bir gazetecilik anlayışı ile haber yapmasını arzulamaktadır.

1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırma İktidar-Muhalefet çatışmasının bir örneği olan Rıza Zarrab'la ilgili habelerin yer aldığı geleneksel medya bağlamında ideolojik olarak iktidara yakın Türkiye ve Star gazeteleri ve ideolojik olarak muhalefete yakın Hürriyet ve Cumhuriyet gazeteleri ve yeni medya bağlamında Türkiye, Star, Hürriyet ve Cumhuriyet gazetelerinin internet sitelerindeki web sayfaları ile sınırlıdır.

Rıza Zarrab'la ilgili 27.07.2012 tarihinde ilk haberin ve 05.04.2018 tarihinde son haberin Hürriyet gazetesinde yayınlaması, Hürriyet gazetesinde 1837 tane haberin olması, Cumhuriyet gazetesinde 622 tane haber olması, Türkiye gazetesinde 86 tane haberin olması, Star gazetesinde 43 tane haberin olması nedeniyle bu dört gazeteyle sınırlandırılmıştır. Sınırlandırmada tiraj sayısı, Rıza Zarrab ile ilgili haberleri örneklem dışı bırakması nedeniyle bir sınırlılık kriteri olarak değerlendirilmemiştir.

Bu araştırma zamansal olarak Rıza Zarrab'ın ilk haberinin Hürriyet gazetesinde 27.07.2012 tarihinde ve son haberinin 05.04.2018 tarihinde yayınlanması nedeniyle 27.07.2012 ve 05.04.2018 tarihleri arasıyla sınırlıdır.

Cumhuriyet gazetesinin zamansal sınırlaması ise ilk haber 11.02.2010 tarihinden 10.04.2018' e kadardır. Star gazetesi 16.07.2014 tarihinden 15.12.2017'ye ve Türkiye gazetesi 20.12.2013'ten 27.12.2017'ye kadar olan zamanlar araştırmanın sınırlılığını oluşturur. Bu çalışmada yöntemsel olarak nicel araştırma yöntemi ve içerik analizi tekniğiyle sınırlıdır.

1.6.Araştırmanın Soruları / Hipotezleri

1. İdeolojik açıdan medya siyasette nasıl bir taraf almaktadır?
2. İdeolojik olarak iktidara yakın medya iktidarı savunmakta mıdır?
3. İdeolojik olarak muhalefete yakın medya iktidarı savunmakta mıdır?
4. İktidar- muhalefet ilişkisi, medya ve kaynakları kullanımı açısından toplumu nasıl etkilemektedir?
5. Gazetelerin haberlerinde zaman sınırlaması ne kadar önemlidir?

2. KAVRAMSAL OLARAK SİYASET

2.1.Siyaset Kavramı

Siyaset toplum üzerinde ilgi çekicidir, çünkü insan doğası itibariyle farklı fikirlere ve ideolojilere sahiptirler. Bu fikir ayrılıkları siyaseti toplumsal bir tartışma alanı aynı zamanda uzlaşım mekanizması haline dönüşmesine yol açmaktadır. Tartışma alanına ve uzlaşım mekanizmasına sahip olması soruları da beraberinde getirmektedir. Kim neyi almalıdır? Toplum mutâkabat temeline mi dayanmalıdır? Çatışma toplum üzerinde etkilimi? Demokrasi gerçek anlamda sağlanıyor mu, yoksa siyasete yön veren ideolojiler mi? Söylemler ve siyasetçiler gerçekleri yansıtıyor mu yoksa bir yansımadan mı ibaret? Toplumunu ilgilendiren kararlar nasıl alınmalı? Toplumun temsil gücü ve yetisi hangi düzeyde olmalı? Toplumun her bireyinin etkisi ne kadar? Bunun gibi soruların cevabını Aristoteles vermektedir. Aristoteles, insanların ve toplumun kendi haklarını savunmak ve topluma yön vermek için yaptıkları etkin faaliyetlerin siyaseti en değerli bilim dallarından birisi yaptığını savunmaktadır (Heywood, 2016, s. 23).

Siyaset için onlarca tanım yapılabilmektedir. Ama en sade olan tanımlardan bir tanesi yönetme sanatı olarak adlandırılmaktadır. İnsan doğası gereği tek yaşayabilen bir varlık değildir. İnsan bir toplumda doğar, bu toplumun gelenek ve adetleri ile büyür bunun sonucunda içinde yaşadığı toplumdan asla bağımsız hareket edemez. Yani birey içinde yaşadığı toplumdan kendini soyutlayamaz ve bu durum bireye bir ideoloji kazandırmaktadır. Bireyselleşmeden toplumsallaşmaya giden yolda bir yönetim anlayışının olması gerekiyor. Tabiatı itibariyle toplumsal olan insan, yöneten ve yönetilen diye ikiye ayrılarak yönetme sanatına tam anlamıyla ihtiyaç duymuştur. Böylece siyasetin doğmasına neden olan sebeplerin temeli atılmıştır.

Siyaset her şeyden önce toplumla yapılan bir etkinliktir; siyaset her zaman diyalog ile yapılır, monolog bir yöntemle yapılamaz. Yani siyaset inter-aktif bir süreçtir. İletişim olgu sürecinde kaynaktan çıkan mesaj alıcıya nasıl iletiliyorsa ve sonucunda alıcıdan feed-back yani dönüt geliyorsa aynı durum siyaset içinde geçerlidir. Her birey basit bir ekonomi geliştirebilir ya da farklı sanat alanlarıyla uğraşıp sanat yapabilirler ama siyaset yapmak daha farklı bir deneyim gerektirir. Siyaset doğası itibariyle bir uyumsuzluk ve anlaşamama durumu üzerine doğmuştur. İnsanların sosyal, kültürel ve

ekonomik gibi alanlarda vuku bulan çatışma durumu siyaseti bir çözüm yolu, barışa bilmek için yöntem ve toplumun kontrol mekanizması haline getirdi (Bauman, 2015, s. 29-34).

Siyaset yani politikaya yönelik birçok tanımın var olması, siyasetin farklı anlamlandırılması onun kamusal bir olgu olmasından kaynaklanmaktadır. Farklı fikirlerin ve ideolojilerin etkisi altında bulunması siyasete ilişkin tek tanım yapılmasını veya tanımların sayısının en aza indirilmesine engel olmaktadır. Max Weber'in siyaset tanımına göre, siyaset bir toplumun belli bir toprak parçası üzerinde, bazı zor şartlara rağmen, yönetenler tarafından verdiği buyrukları uygulatabilen bir sınıfın varlığına işaret eder; G. Almond'a göre politikanın en somut özelliği, meşru müdahale yollarının tekelleşmesinden ibarettir. Siyasetin başlangıç noktasını sosyal ihtiyaçlar ve gerçeklikler olarak tanımlayan M. Duverger ise, toplumun ihtiyaç ve gereksinimlerini giderebilmek için, farklı katmanlarda, farklı büyüklüklerde grupların bir araya gelmesi sonucu meydana gelen ve aynı zamanda örgütlü, donanımlı, yetki ve denetim yapılarına sahip olan düzenli yapı olarak tanımlamıştır (Çam, 2005, s. 22-23).

Siyasetin tanımlamasını yapmak gerekirse; bir toprak parçası üzerinde yaşayan insanların hayatlarını düzenleyen ve uyulması gereken kuralları olan faaliyetler bütünüdür. Heywood'a göre siyaset akademik bir içeriğe sahip olmasına karşın, gerçekte daha çok büyük S harfine benzetilmektedir. Yani siyaset kavramının doğasında çatışma ve işbirliği kavramlarıyla bağlantı içerisindedir. Siyaset bir taraftan, rakip fikirlerin, farklı temennilerin, rekabet halinde olan ihtiyaçların ve birbiriyle çatışan çıkarların, toplumca kabul edilen kuralların ve fikir ayrılıklarının olması beraberinde çatışmayı getirir. Ama toplum bu çatışma ortamının sağlıklı bir yaşam standartlarına getiremeyeceğini bilirler, nasıl çatışma ortamı toplumun isteklerinden ve beklentilerinden doğduysa bunun çözümü yine siyasetin kendisindedir. Hannah Arendt'in siyasal iktidar sistemini tanımlarken 'elbirliği etmek' durumunda kalmak sorunların giderilmesi yönünde demokratik bir çözüm bulmak demektir. İnsanın yaratılış itibarıyla çıkarlarının ve sorunlarının olması, siyasetin en temel kullanım alanı olarak topluma bir çözüm yolu bulmasına neden olmuştur. İşte bu sebepten ötürü, siyaset genellikle karşı tarafın fikirleri ve rekabet halindeki görüşlerin uzlaştırılarak sistematik olarak bir çözüme kavuşturulmasından ibaret olarak tasvir edilir (Heywood, 2016, s.24.).

Siyasetin manasını daha net hale getirmeye yönelik her çaba, iki olağanüstü problemle karşı karşıyadır. İlk problem , siyaset sözcüğünün gündelik sosyal yaşam dilinde kullanımından kaynaklanan çağrışımla alakalıdır; başka bir ifadeyle siyaset kelimesi ‘ anlamlı’ bir terimdir. Toplum genelde işletme, iktisat, coğrafya, tarih ve fizik gibi alanları akademik bir konu olarak tasvir ederler, çok az birey siyasete kendi fikirlerinden farklı ve bağımsız olarak bakar. Bir örnek verecek olursak , siyaset konularında bağımsız ve duygulara kapılmadan yaklaşabilmenin mümkün olduğuna inanmayı daha inanması zor buluruz ve otomatik olarak siyaseti inceleyenlerin ve bu işin uzmanlarını tarafgir ilan ederler. Siyaset toplumda genellikle ‘kirli’ bir sözcük olarak varsayılır; siyaset sözcüğü bir taraftan sıkıntı ve kederi, kargaşayı ve isyanı, diğer taraftan manipüle etme, aldatma, yalan söyleme gibi bir çok imgesel çağrışımlarda bulunmamızı sağlar(Heywood, 2016, s.24.).

Demokratik yönetim anlayışı, yönetenlerin siyasal kararlara etkisini sağlayacak tekniklerin bulunması gerekli kılmaktadır. Demokrasi anlayışına göre siyasal katılım, her türlü kitlesel hedefi ve bunları gerçekleştirmek için uygulanacak yöntemleri belirleyen bir süreci oluşturmaktadır. Siyasal katılım yollarının kişisel düzleminde meydana gelen haklardan biri oy kullanmadır. Millet egemenliği kavramına dayanan oy verme hakkı, halkın kendi iradesini arada bir aracı olmadan doğrudan açıklama yetisi sağlamaktadır. Kişiler, yöneticilerini seçme ve doğrudan veya dolaylı olarak yönetim kararlarında etkileme hakkını oy hakkı ile elde etmektedir. Yöneticilerin, seçmenlerce belirlenmesini sağlayan hukuki bir işlem olarak seçim, oy hakkının kullanılmasının en tabi hakkını oluşturmaktadır. Seçimler sadece yönetim gücünün liderlere ya da partilere devredilme yöntemi olmayıp aynı zamanda yönetim sisteminde duyulan güveni artırıcı ve pekiştirici bir mekanizmayı da üstlenmektedir.

Politikanın tarih sahnesi içerisindeki büyüme sürecini irdeleyen Kongar ise, Aydınlanma ile Sanayi Devrimi’ni politika tarihi için dönüm noktası olarak olduğunu söylemektedir. Şöyle ki; daha önceden siyasetin en köklü aşiretin, bireyin, dinin, mezhebin, ırkın, vatandaşın, sınıfın, kitlenin yönetimin başına geçmesi ve iktidarda olması olarak algılandığını ifade eden düşünür, Aydınlanma ve Sanayi Devrimi’nden sonra oluşan bu durumun insan hakları ve demokrasi çerçevesinde politikanın; toplumdaki birbirinden farklı çıkarları birleştirme, üretimi çoğaltma, gelir ve serveti adil

bölüştürme, can ve mal güvenliği içinde toplumu huzurlu yaşatma sanatı olarak tanımlanmaya başladığını dile getirmektedir (Kongar, 2018, s. 1).

Siyaset Arapça bir sözcüktür. Sözcük irdelendiğinde ‘ At talimi, at eğitimi’ manasına gelmektedir. Araplara Eski Mısırdan geçtiği rivayet edilir. Türk-İslam devletlerinde ise siyaset çok uzun süre ceza manasında kullanılmıştır. Bugün siyaset ise işbirliği, zekilik ya da manevra kabiliyeti manasında kullanılmaktadır. İnsanoğlunun var olduğu her mekanda siyaset uygulanmaktadır. Toplumun en küçük yapıtaşı olan aileden başlayarak, devlete kadar giden bir zaman içerisinde elimizde var olan kaynakları kullanabilmek, hatta bu kaynaklardan çok daha iyi faydalanabilmek için bir münakaşa söz konusudur. Aile içi kaynaklar, sosyal çevredeki ve devletin kaynakları kişilerin yani tüm toplumun sahip olduğu ve yararlandığı kaynaklardır. Toplumun her kişinin bu kaynaklardan faydalanabilmek için bir mücadele içinde olduğu ve gerekirse meydan okuyarak harekete geçtiği fiiller bütününe siyaset denilir. Böylesine bir manzara toplumun her bireyinin siyasette hep aktif olduğu hem de bunu yaparken bazen bilerek bazen bilmeyerek yapmaktadır. Bireyler siyaseti yaparken nerede, nasıl, neyi, istedikleri bir yönetime ulaşmamızı sağlar. Bu yöntem çatışma ve uzlaşma olarak bize geri dönüt verir.

Siyasetin kurumsallaşmasından meydana gelen siyasal sistemin makineleşmesi işlerlik kazanabilmesi için, bireyler tarafından istenmesi ve sosyal toplumundan destek görmesi gerekir. Söz konusu istek ve desteğin mümkün olabilmesi için ise, siyasetin iletişim kaynaklarından beslenmesi gerekir. Bu beslenme demokrasinin çok daha ileride olduğu ülkelerde halkla ilişkiler, reklam, pazarlama stratejilerinin grift olduğu ikna yöntemleri ile gerçekleşmektedir. Politikanın toplumu etkisi altına alma, hakimiyet kurma gibi özellikleri olduğu varsayıldığında, yöneten ve yönetilen arasındaki iletişim mekanizmasını oluşturacak olan kanalın iletişim süreci olduğu görülmektedir. Bu sebeple iletilen mesajların istenilen karşılığı oluşturabilmesi için politikacıların iletişim yöntemlerine de hakim olmaları şarttır.

Siyaset kavramını incelerken altında yatan sebepleri daha iyi anlamak ve anlamlandırmak gerekir bunun en iyi yöntemi ise muhakkak teorisini bilmekten geçer. Devlet ve sistemli önderliğin olduğu her gelişmiş uygarlık, lider ve liderlik edilenler, yöneticiler ve yönetilenler, emirler ve buyurma ilişkileri hakkında fikirler oluşturmak zorundadır.

Yunanlılar bir şekilde kendilerine özgü bir siyaset *teorisi* sistemi buldular; siyasi normları sistematik ve analitik sorgulama yoluyla tartıştılar; ustalıklı düşünülmüş tanımlar ve muhalif görüşlerinde yer verildiği, siyasi hakkın, geleneksel ahlaki normlar ve ilkelerin temellerini ve meşruiyetini irdeleyen eleştirel düşünceler ürettiler. Birçok yönden –tarım yöntemlerinde ticarete, gemiciliğe, düşünülebilen birçok zanaata ve yüksek sanata kadar– Yunanlılardan daha önde olan diğer eski uygarlıklarda insan etkinliklerine ilgili büyük çaplı yazılı eserler ortaya koydular; hayatın başlangıcı ve evrenin varoluşuna ilişkin kuramsal örnekler de yazıldı. Ama genellikle siyasi işleyiş sistematik, eleştirel teorilerin objesi olmadı.

Örneğin, siyasi işleyişin ilkelerini inceleyen Eski Yunan kuramsal siyasi düşünme sistemiyle, çok daha karmaşık ve ileri seviyedeki, zengin ve farklı siyasi düşünce yapıları olan Çin uygarlığının ahlak kurallarını, özdeyişlerini, nasihatlerini ve başka örneklerini karşılaştırabiliriz. Örneğin, Konfüçyüs felsefesinde, doğru tutum hakkında deyimleri ve örnek fıkralardan var olan vecizeler vardır; bunların aktardığı siyasi dersler tartışma yöntemiyle değil, kurnazca yapılmış ima ve kinayelerle, mananın karmaşık katmanlarına iletiler biçimindedir. Klasik Yunanistan'dan daha gelişmiş olan Hindistan uygarlığında etik felsefesi, mantık ve bilgi kuramında var olan analitik ve teorik açılımlar, siyasi düşünce geleneğinde yoktur; bu gelenekte mevcut olan siyasi düzenlemeler sistemli bir tartışma yönteminde değil, öğretici olarak ele alınır. Klasik siyaset felsefesini daha erkenden Homeros şiirindeki ideal şekiller yani toplumun gözünde kahramanlaşmış olanlar, modeller ve örneklerle; hatta klasik şehir arifesindeki Solon'un siyasi şiirleriyle de kıyaslayabiliriz.

Bazı siyaset kuramcıları ideal bir adaletli devlet için tasvirler yapmıştır. Başkaları mümkün olan hükümetler için belirli reformlar ve kamu politikalarını yönetebilecek tasarılar önermiştir. Hepsinin çıkış soruları, kim ve nasıl yönetmeli veya en iyi hükümet biçimi nasıldır ile ilgilidir; genellikle bütün olarak en iyi hükümet sistemine ilişkin soruların ve cevapların tatminkar olmadığı konusunda ortak bir anlayış vardır. Dolayısıyla kararların temellendirildiği temellerin de eleştirel yöntemle araştırılması gereklidir. Bu tür soruların aslında, her zaman insan tabiatına ilişkin bazı görüşler yatar; doğru dürüst bir toplum sistematigi için insanların kimi işaret ettiği geliştirilmeli ya da denetlenmelidir. Siyaset fikir adamları kendi insanlık ideallerinin taslağını oluşturup, insanlığın bu rüyasını gerçekleştirmek için ne tür toplumsal ve siyasal

onaylamaların gerekli olduğunu sorarlar. Bu tür sorular sorulduğunda, diğerleri de neden ve nasıl koşullarda bizi yönetenlere itaat etmeliyiz, daima itaat etmemeye ve karşı gelemeye hakkımız var mıdır sorularını meydana getirir (<http://www.yordamkitap.com> 2008 s.14-17).

Bunlar net ve açık sorular gibi gelebilir ama bunları sorma düşüncesi, hakimiyet ilkeleri ya da otoriteye itaat etme zorunluluğu düşüncesinin eleştirel aklın düzenli süzgecinden geçirilmesinin, hiç de net ve açık sorular olarak sayılamaz. Maddenin doğası, gökyüzü, yeryüzü ve gökcisimlerine ilişkin sistematik felsefi ve bilimsel fikirler gibi siyaset teorisi de kültürel bir çıkış noktasını simgeler. Realist bir bakış açısıyla siyaset teorisinin meydana gelişinin açıklanması, doğa felsefesinin ve bilimin ortaya çıkışı ile açıklanmasından daha zordur.

Siyaseti bilen teorisyenler yüzyılların içinden bizlere seslenebilir. Toplumsal durumunun yorumcuları olarak tüm zamanlar için geçerli olabilen farklı şeyler söyleyebilirler. Ama her insan gibi onlar da tarihsel insanlardır; eğer fikirlerinde niye dile getirdikleri, kimlere neden karşı bunları ifade ettikleri, açık ya da gizli olarak kimlerle münakaşaya girdikleri, içinde hayatını sürdürdükleri dünyayı nasıl gördükleri, nelerin korunması gerektiği, nelerin değişmesi hakkında biraz düşüncemiz varsa, onların söyledikleri bizim içinde hayatımızı sürdürdüğümüz tarihsel zamana da ışık tutabilir ve söylediklerini daha iyi anlayabiliriz. Bunlar, sadece hayatın öyküsel ayrıntılar ya da tarihsel geri plan değildir. Siyaset düşünürlerinin ne dediğini kavramak için, hangi soruları cevaplamaya çalıştıklarını bilmemiz gerekiyor; yüz yüze kaldıkları fikirler ve sorular yalnızca felsefi düşüncelerle ilgili değildir; ama odaklanılmış tarihsel koşullarda, belirli davranışlar, toplumsal ilişkiler, hasar verici ve iz bırakıcı konular, yakınmalar ve çelişkiler bağlamında meydana gelen belirli sorunlardır(<http://www.yordamkitap.com>).

İnsanların birlikte yaşamaya başlamaları üzerine üretim etkinliklerine geçmeleri, bireyleri iletişim kurma zorunluluğuna itmiştir. İletişim ise; sözlü, sözsüz, sözcükler veya semboller yoluyla hisler, duygu ve düşüncelerin bir yansıması olarak tanımlanabilir. İletişim aracılığıyla iki alıcı arasında ileti alışverişi gerçekleşebilmekte veya bir kaynaktan diğerine bilgi, jest ve tutum iletebilmektedir. Bunun sonucunda, bireyler hem kendilerini hem de toplumsal yakınlıklarını, ilişkilerini yeniden üretebilme ve bir mana var etme imkanı bulmuşlardır.

2.2. Siyasal İletişim Kavramı

İletişim şemsiye görevi gören bir kavram olup, siyasal iletişim onun altında yer alan alt bilimlerden sadece birisidir. Siyasal iletişim bilimine dair kavramsal sınırlar siyaset bilimi ve iletişim bölümlerine ilişkin akademik niceliklerden hareketle oluşturulmaya başlanmış ve uygulanan akademik çalışmalar iki alan arasında köprü kurulması nihayetinde olgunlaşmıştır. Söz konusu çalışmalar vesilesiyle iletişim alanı içerisinde ufak atıflar uygulanan siyasal iletişim alanı, siyaset bilimi ve iletişim alanlarından büyüyen bir alt disiplin olmuştur. Nitekim, siyasal iletişimin politika ile ilgisi amacından kaynaklanırken, iletişim ile olan ilişkisi seçilen yönteminden kaynaklanmaktadır.

Siyasal iletişim, aynı zamanda bir olgu olan iletişim sürecinin siyasal amaçlı kullanımının irdelendiği bir alandır. Aziz bu alanı; *“siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları”* olarak tasvir etmektedir (Aziz, 2014, s. 3).

Siyasal iletişim, konusu politika olan her tür iletişim biçimine işaret etmektedir! Bu tanım çok geniş olmakla birlikte, zamanımız modern politikanın iki önemli özelliğini birden dikkate çekme avantajına sahiptir: Bunlar, politika yani siyaset alanına giren sorunların ve aktörlerin sayısının çoğalmasıyla beraber siyaset hinterlandının büyümesi ve medyalar ile nabız yoklamaları sayesinde- kamuoyunun ağırlığının çoğalması iletişime tahsis edilen alanın artmasıdır (Wolton,, 1991, s. 51).

Siyasal iletişimin hedefi; hakimiyet kurmak, iktidarı ele geçirmek, ülke yönetiminde söz sahibi olmak olarak söyleyebiliriz. Dolayısıyla, siyasal iletişimin gönderdiği iletiler siyasal mesaj içeriklidir. Bu varsayımdan yola çıkarsak, siyasal iletişim sürecini iletişim sürecinden farklı kılan en önemli nokta, iletiyi gönderen kaynağın siyasi bir kimliğe sahiplik etmesidir.

İktidar amacı olan siyasal aktörlerin vatandaşlarını etki altına alabilmek için onlarla iletişim kurması zorunlu hale gelmektedir. Bir iletişim mekanizması olan siyasal iletişim sürecinde öncelikli hedef, hitap edilen kitleye aktörün siyasal söylemli iletilerinin gönderilmesidir. Siyasal söylemli bu iletiler toplumun sahip olduğu normlara göre belirlenmektedir. Siyasal iletişim aktörlerince gönderilen iletinin kodlanması ve bu

kodlama ile oluşturulmak istenen etki, hedef kitlenin sahip olduğu toplumsal kabuller doğrultusunda oluşturulmalıdır.

Buna karşılık, siyasal aktörlerin siyasal hedeflerine ulaşabilmek adına hedef kitleyi ikna yoluna gitmesi ve kamuoyu oluşturabilmesi için etkili iletişim teknik ve yöntemlerinin kullanması zorunlu hale gelmiştir. Söz konusu iletişim teknik ve yöntemleri ile hedeflenen, siyasal aktörün gönderdiği siyasal ileti ve ya mesajların hedef kitle tarafından kaynağın istediği şekilde algılanmasının istenmesidir. Bu kapsamdan yola çıkacak olursak hedef kitleye yönelik yürütülen iletişim teknikleri ve stratejileri kimi zaman kapalı bir şekilde iletilirken, kimi zaman da toplumda söz sahibi ve ya önem verilen, sözü geçen kanaat önderleri ya da akıl bireyler tarafından direkt olarak mesaj alıcıya ulaştırılmaktadır.

Siyasal aktörler yani iletinin kaynağı ile hedef kitle arasında sürekli bir enformasyon mevcuttur. Bu durum, gerek siyasal mesaj vericinin hedef kitlenin isteklerini ve beklentilerini bilmesi ya da tespit etmesi gerekse kişilerin siyasal aktörleri gözlemleyebilecek mekanizmaya sahip olması, her aşamasında elzem bir rol üstlenmektedir. Bahsi geçen bu sürecin ilerlemesini sağlayan iletişim akışı kitle iletişim araçları aracılığıyla gerçekleştirilmektedir.

Bu aşamada kitle iletişim araçları sade haber aktarımı suretiyle bireyleri ve toplumu bilgilendirme özelliğine ek olarak, siyasal aktörlerin kamusal denetimlerinin gerçekleştirilmesi aşamasında etkin rol oynamaktadır. Oktay kitle iletişim araçlarının hedeflerinin; siyasal sosyalleşme özelliği çerçevesinde toplumun siyasal konular özelinde hakkında bilgi edinmesi, demokratik kültürel değerlerin topluma gösterilmesi, kamusal sorunlar üzerine toplumun dikkati çekilerek dikkat ve ilgi uyandırılması, demokratik tartışma ortamının özendirilmesi, seçimlere katılımın desteklenmesi, toplumun olumlu yönde politize edilmesi, her türlü demokratik katılım sistemlerinin özendirilmesi olarak söylenmektedir. Yine, Oktay kitle iletişim araçlarının fonksiyonlarının; her türden politik haber, söylem, köşe yazısı, siyasi konuşma ve demeç, resim, idari makamların savunma ve beyanatları, meclis tutanakları, meclisten yapılan canlı yayınlar, açık oturumlar, politik propaganda konuşmaları ve belgesel, filmleri, politik reklamlar, politika parti programları, broşürleri ve el ilanları, siyasi danışmanların yaptığı her türlü tanıtım çalışması, siyasal partilerin ve adayların halkla ilişkiler faaliyetleri ile oluşturulduğunu ifade etmektedir (Oktay, 2002, s. 32).

Siyasal iletişim enformasyonun politikacılar ve seçmen arasında medya aracılığıyla iletilmesine ilişkin interaktif bir süreçtir. Bu karşılıklı etkileşim içerisinde bilgi, siyasetçilerden aşağı seçmenlere giden ve seçmenlerden en tepedeki politikacılara doğru aktarılır. Siyasal iletişim dizayn ve sürecine bakıldığında genellikle “üretim, uygulama ve etkiler” ana hatlarıyla değerlendirilen üç alt ana kısım karşılaşılır. Buna göre siyasal iletişim tekniklerinin tasarlanması sürecin ilk bölümüdür. Oluşturulan stratejilerin seçim sürecinde faaliyete geçirilmesi ise ikinci bölümü oluşturmaktadır. Son bölümde ise kampanya ile eşzamanlı bir şekilde ve kampanyanın sonunda siyasal iletişimin etkisinin ölçülmesi gerekmektedir.

Hedef kitleyi ikna yoluna giderek arzu edilen şekilde oy verme etkinliğine yönlendirebilmek siyasal iletişimin temel amacıdır. Siyasal iletişimin süreçlerinin hayata geçebilmesi için siyasi düzenin siyasal iletişim süreçlerinde var olan aktörlere alan açacak biçimde tasarlanmış olması şarttır. Hükümet, siyasi partiler, STK’lar, baskı grupları, çevreci gruplar ve kamusal alana müdahale etmek isteyen diğer oluşumların aktörleri siyasal iletişim süreçlerinde bulunabilmektedir(Aziz, 2014, s.19-33).

Ferhat Kentel’e göre “siyasal iletişim”i “politikanın arenasında bir birini anlama ve anlatma şekli” olarak tanımlamaktadır (Kentel, 1991, s. 40). Sosyal medya, Kentel’in belirttiği politika arenası olma yolunda hızla bir şekilde ilerlemektedir. Yaşananlar, yakın bir zamanda sosyal medya vasıtasıyla oy vermenin, yerel kararlara katılmanın bile olanaklı olacağını anlaşılmaktadır. Süleyman Karaçor’a ise: “Vatandaşların politikaya ve siyasal kararların alınması sürecinde bulunmaları ise genellikle medya ya da diğer iletişim vasıtalarıyla ile gerçekleşmektedir. Bu ilerleyen süreçte medya, toplumun fikirlerine ve düşüncelerine yer veren bir araç olarak önemli bir sorumluluk üstlenmektedir. Yeni iletişim ve enformasyon teknolojileri aracılığıyla geleneksel demokratik dizayn yerine modern demokratik dizayna bırakmaya başlamıştır. İletişim teknolojilerinin yeni bir sonucu olan modern demokrasi ise eskiye oranla daha karışık bir süreç zarfında olmaktadır. Çünkü internet gibi yeni teknolojiler başta olmak üzere yeni iletişim teknikleri toplumun siyasete olan katılım etkinliğini artırarak, demokrasinin daha karışık ve idrak etmesi zor olan bir yapıya bürünmesine neden olmuştur. Fakat her ne olursa olsun yeni iletişim teknikleri ve siyasal iletişim yöntemleri sayesinde kişilerin seçim zamanlarında hangi siyasal partiye ve ya adaya oy vereceklerini istemelerini daha kolay ve etkili bir yöntem olarak belirlenmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinden bilhassa

internet, sadece seçim zamanları değil, siyasete ilişkin tartışmalarda toplumun da katılımını sağlayabilen en önemli vasıta haline gelmektedir (Karaçor, 1999, s.130).

Yeni iletişim teknolojilerinin siyasal iletişimi çağımıza getirdiği en nokta sosyal medyadır. Sosyal medya vasıtasıyla iletişim kanalı kurmak, aynı dili konuşmak ve şahsınızı ifade edebilmek eski medyadan farklı bir biçimde yeni birtakım iletişim yetenekleri gerektirmektedir. Prensky (2001), sosyal medya kullanıcıların teknoloji ile olan bağlantısını açıklamak gerekirse onları dijital yerliler ve dijital göçmenler olarak ikiye ayırmamız daha doğru olacaktır. Teknolojinin hüküm sürdüğü bir Dünya'ya gelmiş olan ve sanki ana dili gibi teknolojiyi ve sosyal medya içeriği gibi teknolojinin sunduğu fırsatları rahatlıkla kullanma potansiyeline sahip yeni nesil dijital yerliler, teknolojiye çok daha uzak ve kullanmakta zorlanan nesiller ise dijital göçmenler ismi ile adlandırılmaktadır.

Siyasal iletişim sisteminde içerik dinamiktir. Yeni iletişim ilerlemesiyle beraber, iletişimin doğasında meydana gelen değişiklikler siyasal iletişim uygulama alanlarına nüfuz eder. Benzer biçimde siyasal iletişim süreçlerinin pasif ve hareketsiz olmasını engelleyen etkenler arasında yer alan birçok faktöre vurgu yapılabilir. Sosyokültürel durumunun çoğalması, medya gruplarındaki büyüme, meydana gelen çok sayıda yeni politika ve medya aktörü ve de küreselleşmenin yanı sıra siyasal iletişimin dönüşen coğrafyası, siyasi, stratejik ve kültürel artış gibi faktörler bunların arasındadır(Dahlgren, 2005, s.147-162).

Bilhassa yeni medya teknolojilerinin dağılışının başlamasıyla zaman ve mekan zorluklarının aşılması, kitle iletişimini dikey yapıların hakimiyetinden çıkartarak sosyal medya ile beraber bireylerin ulaşımına ve kullanımına mümkün kılmış olması siyasal iletişimin erişim boyutunu da genişletmiştir. Kurum kimliği olarak partilerin ve bireysel olarak adayların çoğalan sosyal medya kullanımı ile Türkiye'deki siyasal iletişim kampanyalarında yeni medyanın etkisi hızla artmaktadır.

Şüphe yok ki iktidar ki partilerin kampanya dizaynı ve sistemi ile muhalefetteki partilerin kampanya dizaynı genellikle birbirlerinden farklı özellikler taşır. Bu durum yapısal olarak partilerin demokratik ortamda bulundukları konumla ilişkilidir. Fakat partilerin mesele odaklı ya da lider odaklı bir strateji ile seçmenin karşısına çıkmasında siyasal iletişim stratejileri ve çalışılan reklam ajansının yaklaşımı etkileyici olur. Türkiye

özeli dikkate alındığında siyasi partilerin iki yöntemi de uyguladığı ve bazı zamanlarda iki stratejiyi birden aynı anda kullandığı görülmektedir.

Siyasal iletişim kampanyasında bulunan pek çok etkenden bahsedilebilir. Bunların arasında bulunan afiş, şarkı, slogan, televizyon konuşması, sosyal medyada ortamında yapılan bir paylaşım, liderin tutum ve davranışları, meydanların ambiyansı, televizyon reklamı, gazete haberleri ve ilanları, karşılıklı iletişim, sokak süslemeleri ve partilerin seçim kampanyasındaki vaatler sosyal yaşamın içine denk geldiği ve onunla bir olarak yürüyebildiği ölçüde daha etkili olur, hem söyleyeni hem de söylenen zamanı aşarak tarihe adını yazdırır. Siyasal iletişim süreçlerini belirlenmiş bir siyasal kültür içinde doğup büyümesiyle tek bir söylem ya da sloganın dahi o kültürel kodları taşıyarak nesilden nesile aktarması siyasal iletişim etkenleri aslında yaşayabilen dinamik üretimler olduğunu; yani konunun “siyasal” kısmının “iletişim” kısmını içinde barındıracak şekilde daha kapsamlı bir kültürel derinliğe meydana getirdiğini göstermektedir.

Siyasal iletişim; birey toplumdaki varlığı ve iletişimin biçiminin kendisi kadar uzun bir geçmişe sahiptir. Çok uzun yıllardır toplumsal ilişkilerde, yönetenler kendi fikirlerini ve başarılarını vurgulamak, pekiştirmek için farklı yöntemler uygulamışlardır. Bu yöntemlerin tamamı yönetilenleri yönetirken, yöneten içinde bulunduğu durumu sürdürmek hedefli yönetilenlerin ikna edilmesi için sürdürülen uygulamalardır. Hiç şüphe yok ki kitle iletişim araçlarının dönüşümü ve bu araçların çok sayıdaki bireye mesaj iletmesi, iletişim, rıza, yönetim yaklaşımlarını ve kullanılan teknikleri de fazlasıyla etkilemiştir. Özellikle, siyasal iletişimin etkisi ve yoğunluğu çoğalmıştır. Endüstri Devrimi olduktan itibaren siyasal partilerin oluşumu nasıl zaman içinde farklılık geçirdilerse, iktidara gelme çalışmalarında önemli rol oynayan tekniklerde de değişiklik görülmüştür. Siyasal partilerin, yönetimi istemesi toplum tarafından oy kullanarak seçilerek, iktidar olabilme ve yönetme faaliyetlerinde, siyasal iletişimle hayat bulan ikna önce propaganda yaklaşımıyla denenmiş daha sonra, propagandaya, reklamcılık, halkla ilişkiler, lobi benzeri farklı yaklaşım ve yöntemler dahil edilmiştir. Siyasal mesajları topluma yani yönetilenlere iletme isteyen siyasal partiler, iletişim mekanizması olarak, partizan gazeteler, gazete ve el kitapçıkları, afişlerle kamuoyu şekillendirmek ve bayraklar, flamalar, rozetler, düğmeler, atkılar, tişörtler, fularlar dağıtarak seçmenlere ulaşmak yoluna tercih ederler (Sandıkçıoğlu, 2012, s.3).

Siyasal partilerin seçmenleri partisine oy vermeye ikna etme açısından bakarak, yemek vermeleri, sohbet toplantıları organize etmeleri, mitingler, törenler düzenlemeleri, seçmenlerin kendilerini desteklemeleri için eğlendirici ortamlar sunmaları; politika anlayışından siyasal iletişime geçen, temelinde bireyin toplumda, toplumdaki bireylerin organizasyonunda etkili unsurlardaki değişik yaklaşımlardan kaynaklanmaktadır (Sandıkçıoğlu, 2012, s.4).

Seçmen tercihlerinin öğrenilmesinde önemli bir etken olan bir diğer nokta ise hiç kuşkusuz, siyasal iletişim ve politik psikoloji etkenlerinin birleşme noktalarından bir diğeri ise **kamuoyudur**. Siyaset bilimcilerin kamuoyunu, delillerin toplanması ve açığa vurulması ya seçim neticeleri ya da kamu siyasasının isteği çizgisinde belirlenmesi biçimde açıkladıkları görülmektedir. Bu sebepten dolayı sosyal bilimciler, psikologlar, sosyologların kamuoyunu nitelemek bakımından ortak noktaları, ortak görüşün şekillendirilmesi, yoğunluğu ve etkisidir. Bu kavram yani kamuoyu ise, iletişim bilimcileri de ilgilendiren ve çalışma alanına giren bir kavramdır. Siyaset bilimciler için kamuoyu yönetsel açıdan yani demokrasi bakımından ön planda yer alırken; sosyologlar kamuoyuna bir topluluk olarak, sosyal psikologlar ise şahsi bir mesele olarak bakmaktadır (Tokgöz, 2008, s.182).

Siyasal iletişim şekli çok çeşitlendiği halde halen esas olarak seçim iletişimi hakimiyetinde algılanmaktadır. Siyasal iletişim yalnızca seçim odaklı belli yıllarda yapılan bir inter-aktif süreç değildir. “Siyasal iletişimin sınırlarını siyasal kampanya, seçim zamanı- ve seçim dışı zaman olarak ele almak daha doğru olacaktır”(Öztuğ, 2004, s.18). Çünkü siyasal iletişim sosyal hayata ilişkin, kültürel, ekonomik ve bütün boyutları içeren oldukça geniş bir yelpazede etkinlik gösterir. Buna karşılık siyasal iletişim genellikle seçimler, seçim propagandası, adayların ve siyasal partilerin iletilerinin etkililiği, siyasal davranışlar ve oy verme, aday seçme bakışının ve tutumların incelendiği tartışıldığı bir saha olarak görülmeye devam eder. Bu biçimde siyasal iletişim, bilerek seçim süreci içine indirgenir. Erdoğan ise, “böylece, sistemi meşrulaştırma hedefli siyasal üst yapı faaliyetleri hakim gündemde tutulur. Siyasal ideoloji, sistem devam ettirme, siyasal karşılık ve hakimiyet gibi seçim dışındaki etkinlikler gündem dışı alınır, umursanmaz, bir kenara itilir”(Erdoğan, 1997,s.190).

Siyasal iletişim tek başına seçim iletişimine indirgememek en doğrusu çünkü siyasal iletişimin hem teorisi hem pratiği çok fazla geniş bir yelpazeye yayılır. Bu

sebepten sınırlarının çizilmesi zor bir alandır. Tanımlanması çok zor olsa bile, bireylerdeki iletişimin siyasal sınırı genellikle siyasal iletişim olarak değerlendirilir. Bu düşüncelerle düşündüğümüzde siyasal iletişimin neden tek seçim sürecine indirgendiğini daha basit bir şekilde anlayabiliriz. Siyasal iletişimi tek seçim sürecine indirgeyen yani tek bir nedene bağlayan yaklaşım Pozitivist- Ampirik yaklaşımdır. Bu bakış açısı siyasal iletişimi kampanya süreçleri ve oy verme davranışları kalıbına sıkıştırır ve sadece o biçimde inceler. Pozitivist- Ampirik yaklaşım hem eğitimsel alanda hem de kitle iletişim araçları çerçevesinde, siyasal iletişimi; seçimler, oy verme ve seçilme özgürlükleri, seçim kampanyaları, parti platformları, seçmenlerin siyasal tercihleri vb. üzerinde durur. Ancak, siyasal iletişimle ilgili ortaya konulan tanımlarında çoğunlukla seçim iletişimi ve seçim kampanyaları sarmalında döndüğünü görürüz. Buna örnek, Swanson siyasal iletişim sınırını seçmen ikna paradigması olarak nitelemektedir(Swanson, 1990, s.8) Tabi bu niteleme çok dar ve teknik bir özelliğe sahiptir. Tek amacı seçim odaklı yapılan seçmen ikna çalışması olarak nitelemek ya da sadece seçim iletişimi süreci olarak ele almak onu fazlasıyla dar bir alana sıkıştırmak olacaktır. Siyasal iletişim tek başına seçim dönemlerinde uygulanan iletişim ya da sadece siyasal mesajların iletilmesi değildir. Bu sebeple siyasal iletişimin tanımının da fazlasıyla büyük ve geniş kapsamlı olması gerekmektedir.

Aziz, Pozitivist- Ampirik yaklaşımın ise siyasal iletişimi tek başına seçim sürecine, oy verme hareketinin sadece tek nedene indirgenmesine karşı çıkar. Aziz’e göre “siyasal iletişim oy kullanmak ve vermek ötesinde halkın her alanını içine alan, aile, ekonomik, kültürel ve tüm siyasal yapı ve kurumların günlük etkinliklerinin bütünleşik bir bölümüdür. Her toplumsal parçanın kültürel ve ekonomik boyuttaki kararları aynı zamanda siyasal kararlardır. Buna ek olarak her kültürel ve ekonomik faaliyet siyasal anlam taşır. Bu sebepten ötürü nesnellik algısı oluşturmaya çalışan medya “siyasallığı” inkar eder ve ideolojiden uzaklığı işaret eden eğlence ve show programları, haberler de, siyasal iletişim olarak kategorize edilip, ele alınıp irdelenebilir ve kesinlikle incelenmesi gerekir. Dolayısıyla iletişimi iletinin içeriğine göre sınıflandırma yapılırken (haber, eğlence, müzik, reklâm, spor, gibi) bu sınıflandırmaların hepsinde ideolojik, politik, ekonomik ve kültürel parçaları olduğunu unutmadan hareket etmek gerekir. En önemlisi olarak, mesajın içeriğine göre sınıflandırmayı, politik iletişim, ekonomik iletişim, sosyal ve kültürel iletişim olarak uyguladığımızda, bu ayrımı sadece analiz için uyguladığımızı

unutup, her birine birbirinden farklı ve özerklik verme hatasına düşmemeli. Herhangi bir ileti ne kadar masum olsa bile ekonomik, sosyal, kültürel, ideolojik siyasal boyutlar ve manalar taşır(Aziz, 2013, s.177).

2.2.1. Siyasal İletişimin Tarihsel Süreci

Siyasal iletişimin tarihsel gelişim evresinde önemli bir dönem ise antik Yunan kent devletlerinin hakimiyet sürdüğü evredir. Aristo'nun yazdığı “Retorik” adlı eseri ile Seneca'nın çok fazla metni siyasal iletişimin en önemli örnekleridir. Aristo'nun Retorik'i bu kısımdaki ilk başyapıt olarak kabul görmektedir. Aziz’e göre, “Antik Yunan’da kişilerin ya da halkın bir meselede inandırılması için uygulanan iletişim, akla ve mantığa en yatkın güzel konuşma, ikna edici diyalog olarak bilinen “retoriksel” konuşma biçiminde yapılırdı. Retoriksel konuşma, her zaman doğru konuşma olarak nitelendirilmiş içi boş yalan ifade olmayan, karşı tarafı kandırma amacı olmayan konuşma olarak alınmış; tersine ünlü siyasetçilerin halkları ikna etmedeki güçleri olarak görülmüştür. Retoriksel konuşmada konuşan kişi izleyici ya da seyirci topluluğunun nabzını tutarak, onu ikna etmek için kendini ifade eder. Yaklaşımlarda matematik ve istatistiksel veriler yerine, bildiği ve yabancıları olmadığı yaklaşımlardan, ve temsillerden yola çıkar” (Aziz, 2013, s.12).

Köle imparatorlukları dönemini ele aldığımızda devletin mühim ve baskın rolü ilginç olarak dikkatimizi çekmektedir. Bu dönemde uygulanan siyasal iletişimde devlet yapısının farklı olarak diğer dönemlerden daha baskın olduğu anlaşılmaktadır. Çünkü devlet kendisi sistem olarak halkın bütün kesimlerinin temsilcisi bir örgütlenmeden ibaret değildir. Bu sebeple siyasal iletişimde en önemli faktör köle ticareti olarak dikkat çekmektedir. Erdoğan’a göre “ kölelik devletleri ve ilişkiler düzeni belli siyasal güçlerin egemenliğinin bir temsilidir. Kölelik imparatorlukları mülkiyet ilişkilerinin tespit ettiği devlet denen, büyük ve geniş topraklar üzerinde egemenlik oluşturan ve köleliğe dayanan siyasal bir örgütlenmedir. Kölelik sistematığı ile diyalog özel bir ilişki şekli içine sıkıştırıldı. Birbirine benzer ve ya aynı sosyal statüye bulunduranlar arasında olmaya başladı. Sosyal sınıflaşmada sınıflar arasında monolog ve dikta edici iletişim şekli gelişti gelişti (Erdoğan, 1997, s.13).

Siyasal iletişimin mühim kazanması ve üzerinde daha sıkı çalışmaların başlaması ise II. Dünya Savaşı bittikten sonrasına denk gelir. Şendurur' a göre “bu kadar önemin meydana gelmesinde I. Dünya Savaşı zamanında radyonun kitlelerle mesaj göndermek iletişim kurmak için kullanılması ve II. Dünya Savaşı dönemin de sonrası da televizyonun iletişim kurmak için önem kazanıp yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte siyasal iletişim daha kritik bir hale gelmiş ve kullanım alanı büyümüştür (Şendur,1993,s.171). Bu dönem kısmen istikrarlı ve güçlü siyasi partilerle bağlantılı, parti yanlısı fikirlerin ve tutumların iletildiği siyasal iletişimin ilk bölümünü oluşturur. Bu dönemlerde yani 1940'ın son dönemleri ve 1950'li yıllarda kitle basınında yer almak oldukça kolaydı. Sonraki zamanlarda ise, siyaset izleyicilerinin sayısını çoğalan daha güçlü bir yapı haline getiren, televizyon kanallarının az olduğu bir döneme ulaşıldı. “Bu dönem zarfında batı dünyasında 19. yüzyıldaki “medeniyet götürme” fikrine benzer, medeniyeti her çeşit düşmana karşı savunma ve “azgelişmişlik” kavramlarıyla ifade edilen “modernleşme ideolojisi” anlayışı egemen olmuştur” (Tellan,1999,s.3). Erdoğan ise, “bu yeni modernleşme düşüncesinin bir sonucudur. Yeni modernleşme düşüncesinde egemen iletişim yöntemi yine sözlü olarak devam ettirilmektedir” (Alemdar, 1990, s.133) Kitle iletişim vasıtaları ile kültürel hakimiyeti ele geçirme söz konusudur. O dönemde bilhassa kitle iletişim vasıtalarındaki hızlı büyüme siyasal iletişimin kullanım bölümü olarak yeni bir boyut oluşturması ve çok yaygınlaşmasına neden olmuştur. Bunda rekabet düşüncesi de önemli bir etkidir.

Eskiden güçlü ülkelerin, egemenlik kurmak ve hakimiyet altına almak ya da sömürgeleştirmek için uyguladığı birincil tercih caydırıcı güce yani silahlara ve iyi bir orduya sahip olmaktı. Bu anlamda ülke toprağına girdiğı ülkeyi yakıp, yıkıp, zarar vererek kendi kontrolü altına alıyordu. Tarihsel sarkaç içerisinde bu durum sistem değişikliğine uğradı. Bu değişikliğin yeni ismi siyasal iletişim oldu.

Yaşadığımız çağda güçlü bir ülke, diğer bir ülkeyi işgal etmeden önce farklı faaliyetler kullanabilmektedir. Bu faaliyetlerin en önemlisi ise kitle iletişim araçlarını kullanmaktır. Kitle iletişim araçları vasıtasıyla siyasal iletişim bağlantısı oluşturarak kendini haklı ve savundukları görüşlerinde doğru göstermeye çalışmaktadır. Siyasal iletişim vasıtasıyla kendini meşru ilan ettikten sonra eğer makul bulunursa bir ikinci yol tercih olarak ordu ve silaha başvurur.

Uygulanan bu yeni sistem ve düzenlemeler, akademik alanda uygulanan çalışmaların çoğalmasıyla ve siyasal iletişimin farkındalığını güç çevreleri tarafından fark edilmesiyle artış göstermiştir. Bu güç sahipleri iktidar çatışmalarında siyasal iletişimi ilk planda uygulamaya başlamışlardır ve akademik çevreleri de bu sebeple desteklemişlerdir.

Özetle iletişimin özel bir kısmı olarak siyasal iletişim üzerine uygulanan çalışmaların gelişimi bir açıya göre kitle iletişim araçlarının büyümesi ve yaygın dağılımı ile paralellik gösterir. Bu yaygın dağılım ve kullanım on dokuzuncu yüzyıldan sonra çok gelişmiş modernleşme şemsiyesinin altına girerek kitle iletişim araçları ile kültürel hakimiyet kurmak kendi siyasal düşüncelerini ve ideolojilerini yaymak çok sıradan bir hale gelmiştir.

2.2.2. Siyasal İletişimin Aktörleri

Günlük toplumsal ilişkilerde bireyler siyasal iletişime çeşitli biçimlerde maruz kalmaktadır. Bunun sebebi siyasal iletişim aktörlerinin gündelik yaşamın her alanında karşımıza çıkmasındandır. Bu durumda siyasal iletişim aktörleri politika üzerine çeşitli söylemler yapan, siyasal liderler, medya uygulayıcıları, baskı grupları, sendikalar gibi gruplar ya da tüzel tapılar olabilmektedir. Bu aktörlerin birbirleriyle uyguladıkları söylemlerin değiş-tokuşu kapsamında siyasal iletişim süreci oluşur yani uygulanır.

Bu söylemleri uygulayan aktörlere siyasal iletişim aktörleri denir. Bu aktörlerin hepsi sosyal ilişkiler çerçevesinde kendilerine çizilen rolleri oynamaktadırlar. Siyaset bilimci Köker'e göre bu aktörler "Politika uygulayıcı, parlamento, politikacı, hakim, bürokrat, teknokrat devlet içi tüm aktörler, devlet dışındaki diğer kişilerden yani aktörlerden oluşur. Bu yapının içine, araştırma şirketlerinden, dernekler, sivil toplum örgütlerinden, sendikalar. sermaye sahiplerine kadar pek çok tüzel kişiliği de dâhil edebiliriz"(Köker, 1998, s.15)

Aziz'e göre siyasal iletişimin aktörleri erkin yani devletin uyguladığı siyasal biçime göre değişmektedir. Örnek verecek olursak, "devlet başkanı o ülkede siyasal iletişimde var olan en üst makamdaki şahıs ya da yönetim şekline göre imparator, kral, prens vb. olabilir. Siyasal iktidar yani meşru olarak seçilen örgüt siyasal partilerin devamıdır. Siyasal iktidarlar ülkelerin devletlerini yönetenlerdir. Daha eski yönetim biçimlerinde yani oligarşi ve monarşi türü yönetimlerde, şekillenen siyasal iktidarların

kendi içinde çevre ve halkla, dışarıda ise diğer ülkelerle bir ilişki içerisinde olması gerekir. Bu ilişki ve iletişim yapısı gereği siyasaldır. Siyasal partiler bulundukları sistem içerisinde siyasal iletişimin en büyük aktörleridir. Siyasal partiler politik amaçla, halkı yönetmek için meydana gelen örgütlü gruplardır. Siyasal partilerin uyguladıkları her türlü etkinlik siyasal iletişim çeşidi içeriklidir” (Aziz, 2013, s.17).

Yapılan siyasal sistem içeriği ne olursa olsun bütün ülkelerde en mühim siyasal iletişim aktörü gündemi oluşturan medyadır. Çünkü medya da vuku bulan her haber, etkinlik, program siyasal iletişim sürecinin meydana gelmesinde rol oynar ama bilhassa haber medyasının üstlendiği rol önemlidir. Medyanın siyasal iletişimde uyguladığı en önemli silahı rolüdür. Yani mevcut olan sistemin egemenliği doğrultusunda programlar oluşturur. Uztuğ ise, siyasal iletişimin en dikkate değer aktörü olarak haber medyasını olduğunu ileri sürmektedir. Uztuğ’a göre, haber medyası yöneten yönetilen kavramaları önemli bir kamuoyu ve gündem dizayn etmekte ve denetim yetkisine sahip olarak, bu konularda seçmen konumunda olan toplumu bilgilendirmektedir(Öztuğ, 2004, s.57).

Siyasal iletişim ortamının meydana gelmesinde siyasal aktörlerin asla vazgeçilemez rolleri bulunmaktadır. Bu aktörlerden hemen hemen her biri rollerini oynayarak sistemin baştan aşağı oluşmasını sağlarlar. Bu aktörlerin rolündeki noksanlık veya eksiklik siyasal iletişim ortamının meydana gelmesinde sorun oluşturacaktır. Ayrıca bu roller şekillenirken her bir siyasal iletişim tarafının yüklendiği görev ile diğer aktörleri tanıması temeline dayanır. Bu sistem kendi aralarında sivil, bağımsız ve özerk bir alan oluşturulmasına neden olur. Uygulanan siyasal iletişim aşamasında bahsi geçen aktörlerin her biri içinde oldukları mevcut duruma göre rollerini oynayarak demokrasi ve siyasal iletişim sürecinin devamlı olarak işlemlerini sağlarlar.

2.2.3. Siyasal İletişim Yönetiminde Siyasal Pazarlama

Pazarlama; sadece mal ve hizmetlerin değil, fikir ve düşüncelerin de geliştirilerek hedef kitleye empoze etmek ve benimsetilmesini kolaylaştıran etkinlikler sistemidir. Bu sistem sadece kar amacı olan kuruluşlar tarafından değil, hedefine ulaşmak isteyen her türlü birey ve örgüt tarafından da tercih edilmektedir (Aktaş, 2004, s.50)

Özkan'a göre siyasal pazarlama; *“Seçmenin istek ve ihtiyaçlarını gerçekleştirmeye aday birey ya da partilerin ve onların planlarının seçmene pr yapılması ve tutundurulması ile ilişkili her türlü faaliyetlerin toplamıdır”* (Özkan, 2004, s.27).

Pazarlama kavramına yönelik uygulanan faaliyetlerin benzerleri siyasal iletişimin uygulanması aşamasında da tercih edilmektedir. Hatta bu iki disiplin arasındaki ilişki o kadar sıktır ki, siyasal pazarlama olarak birleşik bir alt disiplin meydana gelmiştir. Pazarlama tekniklerinde tercih edilen bir ürünün ya da hizmetin verilmesi ile siyasal iletişim olgusunda siyasal aktöre ait iletilerin sunulması benzer teknik ve yöntemler içerir. Seçim döneminde siyasal aktör için oy istenmesi ile hedef kitlenin siyasal lider ya da partinin vaat ve iletilerinin rakiplerinkinden daha belirgin olduğuna ikna edilmesi siyasal pazarlama tekniklerinden biri uygulanarak gerçekleştirilmektedir.

Siyasal pazarlama etkinlikleri kapsamında; siyasal parti ve aktörün hedef kitle ile aynı dilden anlaşmasını sağlamak, aktörü en ideal şekilde hedef kitleye tanıtabilmek ve rakipleriyle arasında sıyrılması için fark tasarlayabilmek siyasal kampanyaların dizayn edilmesinde ve uygulanmasında kullanılan en mühim tekniklerdendir. Buna karşılık, seçmenlere talep ettikleri doğrultuda mesaj verebilen, seçmenlerin arzuladığı rolü oynayabilen ve daha etkili kampanyalar oluşturabilen siyasal aktörler daha başarıya yakın olmakta ve siyasal iktidara yakın hale gelmektedirler. Yani burada asıl önemli olan bir ürün ya da hizmet pazarlamak değil, mesajın içeriğini iyi anlaşılır, net ve açık oluşturmak, alıcıya giden mesajın sağlıklı kanallar üzerinden ulaşmasını sağlamak ve siyasal aktörün imajını mümkün olduğu kadar dürüst, ahlaklı, ve topluma faydalı bir lider izlenimi vermek en makul yol olacaktır.

Aslında siyasal pazarlama bir süreçten oluşmaktadır bu süreçte sistematik açıdan ele alındığında, siyasal pazarlama ve propagandanın ortak faaliyetlerin ürünleri olduğu açıktır. Ancak, her ne kadar ortak noktaları olsa bile birbirinden oldukça farklı özellikler barındırmaktadır. Bu bakış açısıyla, propagandada hedef kitlenin beklenti ve talepleri dikkate alınmaksızın, siyasal aktörce sunulan mesajların olduğu gibi uygulanması ve zihinlerde oluşması beklenir. Ama bu durum siyasal pazarlama için farklıdır, hedef kitlenin beklenti ve talep esas belirleyici unsur olup, toplum ile siyasal aktör arasında bu datalar üzerinden bir etkileşim süreci meydana getirilir.

Siyasal pazarlama oluşturulmasında piyasa sisteminde yaygın olarak uygulanan “marka” ya da markalaşma birinci unsurdur. Uztuğ’a göre marka “*rekabetçi bir anlayışla rakiplerden farklı olmanın, müşteri, seçmen ya da gönüllülerin güvenini sağlamanın, rekabetçi ataklara karşı direnmenin en etkin vasıtasıdır*”. Siyasal anlamda marka kavramı iki bakış açısıyla ele alınmakta olup; birincisi siyasal yapılar ya da siyasal partiler iken, ikincisi siyasal aktörlerdir (Uztuğ, 2004, s.31).

Siyasetin akışında doğal bir kavram olan siyasal aktörler siyasal rekabet ortamında rakiplerinden farklı olmasını sağlayan kavram marka imajıdır. Siyasal aktörlerin kişisel ve kurumsal imajları, lider vasıfları, yönetim kalitesi, zorluklar karşısında meydana getirdiği siyasal çözümler, hedef kitlenin kafasındaki imajı gibi unsurlar marka imajının oluşması sırasında kullanılan temel yapılardır. Siyasal partilerin ya da kişilerin kimliği ise, nasıl anlaşılacak ve algılanmak istedikleri noktasında biçimlenmektedir. Bu doğrultuda, siyasal parti ve ya kişinin amaçları, görev tanımlamaları, ülkesine ve kendisine ilişkin bakış açısı, bu bakış açısını gerçekleştirme yolunda benimsenen kurallar siyasal aktörün kimliğinin meydana geliş sürecinde büyük bir önem oluşturmaktadır.

Siyasal pazarlama sırasında siyasal kişi bir marka olarak anlaşılacak ve tüm çalışmalar bu yöntem çerçevesinde yürütülmektedir. Markanın meydana gelişinde mühim olan kimlik ve imaj sözcükleri, siyasal pazarlamanın da mühim unsurları arasında bulunmaktadır. Siyasal aktöre ilişkin uygulanacak pazarlama kampanyasında aktörün bir marka değeri olarak ileri sürülmesi, hedef kitle üzerinde pozitif intiba bırakacak bir imaj tekniğinin meydana gelmesi bu noktada önemlidir.

Siyasal pazarlama dediğimizde, siyasal aktörün vaat ve stratejilerinin hedef kitlenin istek ve beklentileri doğrultusunda şekillendirilerek topluma tanıtılması ve toplumun bu doğrultuda ikna edilmesi ile ilgili tüm etkinlikleri kapsamaktadır. Bu manada siyasal pazarlama parti üyelerini, partiye gönül verenleri ve hatta partiyi desteklemeyenlerin hedef kitle olarak belirlemektedir. Siyasal pazarlamada hedef, üye ve yandaşlara siyasal aktörle alakalı pozitif anlamda tutum ve fikir sağlamak; bununla birlikte, siyasal aktöre kayıtsız olan seçmenlerin tutumlarının pozitif, karşı olanların fikir ve davranışlarını ise en azından nötre çevirmektir. Bu manada, siyasal aktörün uyguladığı en küçük toplantıdan en büyük mitinge, partililerin dost sohbetlerinden aktörün ev ziyaretleri gitmesine kadar uygulanan her türlü faaliyet siyasal pazarlama sırasında bir

girdi olarak tercih edilmektedir. Siyasal pazarlama sırasında etkinliğin meydana gelebilmesi için, siyasal reklamdaki partilerin davranışına kadar uygulanan tüm etkinliklerin aynı dili konuşması gerekmektedir. Bütün bu hususlar beraber göze alındığında, siyasal pazarlamanın sahip olması gereken şartlar şu şekildedir:

1. Siyasal pazarlamanın etkileyeceği hedef kitlenin saptanması ve tanımlanması gerekmektedir. Bu belirlenen ve saptanan hedef kitle ise seçmendir.
2. Siyasal pazar oluşturulurken ortak özellik ve çıkarlara sahip bir hedef belirlenmelidir.
3. Siyasal pazardaki etkinliğin arttırabilmesi için pazar bölümlenmesinin doğru ve anlaşılır yapılması gerekmektedir.
4. Hedef kitleye ulaşılması esnasında tüm kitle iletişim vasıtaları etkin bir şekilde kullanılmalıdır.
5. Siyasal aktörlerin ve partilerin kendinde var olan siyasi fikir farklı bir ürün olarak öne sürülmeli ve her ürünün bir hayatının olduğu bilinmelidir.
6. Siyasal pazarlama çalışmaları esnasında gönüllü çalışma takdir görmeli ve bağış temel alan seçim kampanyaları uygulanmalıdır.
7. Siyasal aktörün hedef kitleye sürdüğü mesajların hedef kitlece kabul görmesi için, bahsi geçen kitlenin beklentilerine degecek siyasal pazarlama faaliyetleri yürütülmelidir.
8. Siyasal pazarlamada ulaşım ve dağıtım kanalları uygulanan kampanyaya uygun seçilmelidir.
9. Siyasal pazarlamada tanıtım etkinlikleri özenle yürütülmelidir.
10. Propaganda tekniğı kullanılarak, pazarlama sırasında daha stratejik ve ajitatif bir özellik kazandırılmalıdır.
11. Siyasal reklam siyasal pazarlamanın mühim bir bileşeni olduğundan, pazarlama tekniğine uygun reklamlar oluşturulmalıdır.

Siyasal pazarlama etkinliğı kapsamında, ilk olarak siyasal aktörün kime pazarlanacağına kanaat getirilir. Bu esnada hedef kitle belirlenerek, talep ve beklentilerine göre siyasal aktörü bir plan taslağı hazırlaması gerekir. Ardından, siyasal aktörün bu talep ve beklentilere cevap verebileceğı bir taslak hazırlanmakta ve en oturaklı iletişim kanalları uygulanarak hedef kitleye iletilmektedir. Siyasal pazarlama çerçevesinde yürütülen faaliyetlerin ilk olarak siyasal aktör tarafından benimsenmesi en

uygun süreç olacaktır. Aksi takdirde siyasal aktör tarafından idrak edilmemiş bir siyasal pazarlama süreci, etkilenecek hedef kitle üzerinde tahmin edilen etkiyi doğuramayacak ve aktörün hedeflediği yönlendirme etkinliğini gerçekleştiremeyerek başarısız olma ihtimali artacaktır.

Siyasal pazarlama kapsamında vazife alan tüm bileşenlerin birbirini niteler özellikte hareket etmesi, siyasal aktörün verdiği etkili bir biçimde ulaşması ve yinelenmesi gerekmektedir. Bütün bileşenlerin uyum ve ahenk içerisinde çalışması ile siyasal pazarlama etkinliğini başarıya ulaşma imkanı yükselmektedir.

2.2.4. Siyasal İletişim ve Halkla İlişkiler

İnsan psikolojisi, net bir biçimde uygulanan yönlendirme çabalarına karşı karşı koyma gösterme eğiliminde barındırdığından; siyasal iletişimde, hedef kitlenin aldatılma korkusu yaşamasına neden olmayacak mesaj iletim teknikleri seçilmelidir. Bu durumda devreye halkla ilişkiler bilimi girmekte ve siyasal aktörün uygulayacağı yönlendirme faaliyetlerinde mühim bir faktör olarak geçerliliğini korumaktadır. Nitekim iletişim alanıyla direkt ilgili olan halkla ilişkiler bilimi, kitlenin aldatılma korkusuna kapılmadan kaynağa güvenmesini sağlama görevini üstlenmektedir. Halkla ilişkilerin hedefleri üzerine bir sınıflandırma geliştiren Tortop, halkla ilişkiler tekniklerinin temelde şu amaçlar üzerine dizayn edildiği dile getirilmektedir (Tortop, 2009, s.9):

1. Halkı aydınlatmak ve yürütülen çalışmaların halk nazarında kabullenmesi sağlamak,
2. Siyasal aktörün nihai amacı hedef kitle üzerinde olumlu bir izlenim bırakmaktır
3. Toplum ile siyasal oluşumlar arasındaki ilişkileri elden geçirmek,
4. Sürecin oluşturulabilmesine yönelik bir feed-back dönüşü adına hedef kitleden bilgi devşirmek,
5. Var olan yasal düzenlemelere uyum açısından halkın bilgilendirilmesini amaçlamak,
6. Toplumla işbirliği gerçekleştirecek teknikler oluşturmak,
7. Toplumun istek, beklenti ve şikayetlerine yönelik duyarlı olma mekanizmaları oluşturularak, eksikliklere yönelik çalışmalar meydana getirmek,
8. Toplumu oluşturan tüm sınıfları içine alan bir sosyal sorumluluk bilinci sağlamak

Siyasal iletişim faaliyetlerinin uygulanması aşamasında; halkla ilişkiler yönetimi içeriğinde siyasal aday kimliğinin oluşturulması gerçekleştirilmeli, çelişkili haber ve ifadelerin oluşması engellenmeli, medyanın dikkati çekilerek haber değeri taşıyan vakalar oluşturulmalıdır. Halkla ilişkiler teorisyenleri tarafından yerine getirilen bu görevlere, siyasal kampanyayı çevreleyen atmosferin, heyecanlı tartışma mekanlarının, düzmece vakaların vb. siyasal aktörün yararına olacak biçimde yansıtılması sağlanmalı ve söz konusu hedef doğrultusunda sürecin uygulanabilirlik denetimi yapılmalıdır (Uztuğ, 2004, s.374-376).

Siyasal iletişim kampanyaları sınırında siyasal aktörler hedef kitlelere görev sahibi olduğunu, toplumun huzuru ve mutluluğu için çalıştığını ifade etmek, uyguladığı olumlu işleri hedef kitleye ilan etmek ve iktidarı elde tutabilmek için yetki istemek hedefiyle halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanılmaktadır. Bu noktada halkla ilişkiler tekniklerinden biri olan sosyal sorumluluk tarzı devreye girmekte ve siyasal aktör yararına kurumsal ve kişisel itibar oluşturma aracı olarak tercih edilmektedir(Oktay, 2002, s.5).

Halkla ilişkiler bilimi sadece siyasal aktör ile hedef kitle ilişkisi içerisinde önem arz etmemekte; sürecinin hayat geçirenler arasında olan halkla ilişkiler teorisyenleri ile haber ve medya mensupları arasında da bir bağımlılık bağlantısı kurmaktadır. Kitle iletişim araçları enformasyon ve haberlerin çıkış noktası olması ve diğer kaynaklara erişebilme konusunda aracı olması sebebiyle halkla ilişkiler teorisyenlerine bağımlı durumdadırlar. Halkla ilişkiler teorisyenleri ise hedef kitleleri amaçlayan mesaj aktarımını başarabilmek için kitle iletişim araçlarını tercih etmeye mecbur kalmaktadır. Bu nedenden dolayı, kitle iletişim araçları ile sağlanacak ilişkiler her daim halkla ilişkiler programının bir amacı olarak nitelendirilmektedir. Fakat, halkla ilişkiler teorisyenleri ile medya çalışanları görüşme, bilgi edinme, medyatik şartlara göre haber var olma bakımından eş değer işler yapsalar da; etkililik alanı, hedefler, yöneldikleri hedef kitle ve tercih edilen iletişim kanalları farklılık meydana gelmektedir. Halkla ilişkiler, gazetecilikten daha fazla kapsamlı bir çalışma tarzına sahiptir. Gazetecilikte haber oluşturulması başlı başına bir amaç teşkil etmesine karşın; halkla ilişkiler düşünce tarzında haber toplama ve sunma nihai hedef olmayıp, amaca ulaşmak için bir teknik ya da vasıta olarak tercih edilmektedir.

Başka bir ifade ile hedef kitleyi ikna edebilmek amacıyla yapılan teknikler kullanılan yol ve araçlarla doğrudan ilişkilidir. Halkla ilişkiler bilimine yönelik faaliyetlerde hedefe uygun tüm kitle iletişim vasıtalarını kullanılarak, tercih edilmiş özel bir kitleye yönelik etkinlik yürütülürken; medya mensupları ise, kendi mensubu olduğu kitle iletişim aracı bağlantısıyla geniş ve bilinmeyen bir topluma yönelik faaliyetlerin hayata geçirilmesidir (Oktay, 2002, s.5).

Siyasal iletişim yönetiminde tercih edilen halkla ilişkiler yöntemleri medya yönetimi, imge yönetimi, teşkilat örgütünün iç iletişimi ve bilgi yönetimi olmak üzere en önemli başlık çerçevesinde tetkik edilmektedir. Bunlardan başlıca olan medya idaresi, kitle iletişim araçları ile güzel ilişkiler inşa etmekten siyasal amaçlı düzenlemelere dek tüm alışılmış halkla ilişkiler metotlarını ifade etmektedir. İkinci olarak imge yönetimi olarak isimlendirilen teknik, temelinde siyasal pazarlama ve reklam stratejileri de barındırmakta olup, siyasal aktörün bireysel ve kurumsal imgesi üzerinden süreç yönetiminin gerçekleştirilmesini dile getirmektedir. Üçüncü yöntem olan parti iç iletişimi, siyasal kaynak ya da partinin kampanya süresince başarılı bir şekilde hareket edebilmesini oluşturmak adına siyasal grup içi iletişimin meydana gelmesi ve parti içindeki diğer bireylerin istek, eleştiri ve önerilerine ilişkin değerlendirme ve sonuçlanmaların yapılmasını temsil eder. Son olarak bilgi aktarımı yönetimi ise, mesajın siyasal aktörün yararına olacak biçimde çarpıtılması, saklanması, gündemin oluşturulması ve yönlendirilmesine ilişkin faaliyetleri içermektedir (Oktay, 2002, s.79).

Söz konusu tekniklerin, siyasal aktörün yararına açık ve yoğun bir kargaşa ve zihin yönlendirmesi kullanımı yürütmesine karşın, bazı zamanlarda ise hedef kitle üzerinde beklenen potansiyel etkiyi yaratamamaktadır. Nitekim, söz konusu iletilerin denetimi siyasal aktör ya da halkla ilişkiler etkinliğini yöneten kimsede olduğundan dolayı, yanlışlık ve taraftarlık zihinlere gelebilmekte, bu da ikna aşamasının başarısız tehlikeye sokmaktadır. Ancak, kitle iletişim araçları aracılığıyla uygulanan halkla ilişkiler faaliyetleri kısmen daha tarafsız kabul görmekte ve hedef kitle üzerinde objektif algısının oluşmasını sağlamaktadır. Halk, siyasal aktörlerin tartışma ortamı, söyleşi, basın toplantısı gibi anlık gelişen açık ortamlarda ilettiği mesajları daha doğal görmekte ve bu durum mesajların gerçeklik seviyesini yükseltmektedir. Bu nokta da gerçekliği arttıran mesajın oluşması esnasındaki doğallık ve doğaçlamadır(Oktay, 2002, s.79).

3.PROPAGANDA VE SİYASAL İLETİŞİM İLİŞKİSELLİĞİ

3.1. Propaganda İlkeleri ve Propaganda Teknikleri

Propagandanın her alanında farklı bakış açıları ve yorumlamalar olduğu gibi propaganda prensipleri ve tekniklerinde de farklı teknikler kullanılmaktadır. Propaganda temel manada bir mesajın istenen hedefler amacıyla bir gruba ya da kişiye iletilmesi zorunluluğu taşıdığından; içeriğinde kesinlikle bir ideolojik oluşumu ve bir bilgi üretimi hedefini taşımaktadır. Kecskemeti (1973)'e göre; propagandanın siyasi ve ideolojik amacı izleyiciye sosyal ve siyasi realiteye yaklaşım için kapsamlı bir terimsel sınırlılık sağlamaktadır (Kecskemeti, 1973, s.849-850; Jowett ve O'Donnell, 2012, s.291). Esas olarak propagandanın hedefi, bireyler tarafından propagandacının ideolojisinin onaylanmasını başarmaktır. Eski bir Nazi propagandacısı olan Joseph Goebbels, propagandanın temel bir yönteminin olmadığını dile getirmektedir. Propagandanın asıl hedefi, sadece kitlelerin ele geçirilmesidir (Jowett ve O'Donnell, 2012, s.292). Propagandanın temel bir tekniğe ihtiyacı yoktur. Propaganda için asıl olan propagandacısına hedeflerine ulaşma imkânı sağlayacak her vasıtayı ve her tekniği kullanma imkânı sağlamasıdır. Temel olarak propagandacının asıl hedefi ister ideolojik olsun ister sosyal olsun kitlesel anlamda hedef olanların bir tesire mazur kalması ve etki altına alınabilmesidir. Bununla beraber bir istek veya zorunluluğa dayanmamaktadır.

Propaganda ilkelerinden ilki, propagandasını yaptığınız düşünce ya da nesneyi, bireylerin zaten bildiği ya da güçlü bir biçimde hissettiği bazı davranış, sembol ya da hisler ile ilişkilendirmektir. Bundan sonraki aşamada, propagandacı bireyleri iyi tanımalıdır. Goebbels'in kitle gözüyle fark edilmesi gereken bir propaganda şartı vardır. Propagandacı; duygusal manada zengin, insanların duygusal olarak destek verdiği ya da taraf olmadığı ve yine de bu sembollerin tam olarak hangi manaya geldiğini bilmeyecekleri kadar anlaşılması zor olan geniş, genel bakış açılarına ve düşüncelere hitap eden semboller tercih edilmelidir. Örneğin; her zaman barış, güzellik, adalet, ekonomik vatanseverliğin, özgürlük sembolleri sürekli vurgulanmalıdır. Bu ve buna benzer görüşlerde propagandacının sabunlar, sigaralar, siyasi kampanyalar ve orduya girme başvurularını birleştirdiği fark edilebilir. Anlaşılması güç hissel çağrışımlı “faşist”, “kıızıl”, “moskof”, “ateist” ve “komünist” gibi sözcükler, propagandacı etiketleri

eleştirmeden şahıslara karşı, kişileri/halkları galeyana getirmek (harekete geçirmek) için kullanılırlar. Propagandanın bu temel ve basit kuralı o kadar çok tercih edilmektedir ki deneyimsizler (meslek olarak icra etmeyenler ya da propagandacı olmayanlar) bile propagandacının yapabileceği bu tür sahtekarlıklardan haberdardırlar. (Cantril, 1938, s.218). Bu sebepten dolayı propagandacı asıl hedefini saklamak ya da toplumsal olarak kabul edilebilir şekle getirmek için ikinci ilkesine yönelmelidir. Propagandanın ikinci ilkesi ise, çok iyi kullanılan, gizlenmiş telkin yöntemiyle düşünceler veya yeni bir tutum oluşturmaktır.

Böyle bir tekniğin uygulanmasında, propagandacı söylemlerini yoğunlukla editoryal bir düşünce ve ya haber olarak gazete içerisine koymaya çalışır. Propagandacı böyle konularda büyük oranda başarılı olur ve haberlerin makro manada çoğunluğu ülkenin basın yayın organlarında bile görülme ihtimali artmaktadır (Cantril, 1938, s.218).

Cantril, propagandacı yöntemlerinden nasıl bu kadar başarılı olduğu yönünde bir soru sorar. Cantril'e göre propagandacıların başarılı sayılmasının üç ana nedeni vardır. Bunlardan birincisi; dillerdeki sözcüklerin büyük çoğunluğunun hisler ile iletilmesidir. Bunu örneklendirmek gerekirse “çilek”; “Biz çileğin bir meyve olduğu, ne olduğunu biliriz ama daima “iyi” bir şey olarak konumlandırırız”. “Aşk” sözcüğü hemen hemen tüm bireylerde harekete geçmeksizin birçok duygular meydana gelebilir. Sözcüklerin toplumsal değeri ya da sözcüklerin tutumları öğretirler (Cantril, 1938, s.218). Propagandacının nasıl çok başarılı olduğunun sebeplerinden ikincisi, toplumu oluşturan bireylerin kendine olan öz güvenlerinin düşüklüğüdür. Bireyler algılayamadıkları durumlar için manalar aramaktadırlar. Bireyler cahil ve bilgisiz görünmek istememektedirler. Bu nedenle toplumun yöneticileri olan siyasi liderler, memur, kanaat liderleri ve gazetecilerin düşünceleri; üretildikleri alanlarda halk tarafından kabul görmektedir (Cantril, 1938, s.218-219).

Propagandacıların hedeflerine ulaşmalarının son nedeni ise; toplumsal bireylerin toplumsal pozisyonlarını korumak, mevcut durumlarını sürdürmek ve statülerinin devamlılığını arttırmak istemeleridir. İnsanlar, toplumsal mekanlar da statülerinin diğer bireylerden daha iyi olabilmesi için üst seviyede kabul gören önderlerin duyguları, bakış açıları ve düşüncelerini kabul etme yatkınlığına sahip olmaktadır (Cantril, 1938, s.220). Cantril'in düşüncesine göre, birey kendisini propagandacı darbelerden koruyabilmek için

en başta propagandacıların düşüncesindeki amaç ve hedefleri ve propagandacının yöntemlerini idrak etmek gerekir.

Jowett ve O'Donnell'a göre, etkilemek isteyen yani propagandacının kimliğinin belirlenmesi için bazı ana unsurlar, propaganda mesajının net dünya görüşü, net amacı ve net bağlamında bulunabilir. Araştırmacının bu aşamadan sonra yeni sorular sorması gerekmektedir. Bu sorular bundan kim, ne kadar, neden, nasıl bir amaç ve gaye ile yaptı nasıl bir kazancı olduğu sorularıdır. Bu şekilde bir kararlılık sahibi olma tarihsel bakış açısı için çok değerli bir unsurdur. Araştırmacı basitçe fark edilebilir olandan daha büyük bir hedefe sahip kaynağını örten propaganda için daha geniş çerçeveli bir resme bakabilir.

Propagandacının bir şahıs olması durumunda kimliğini öğrenmek propagandacıların, Doob(1966)'un oluşturduğu *sözel baskıları* kullanmasından ötürü daha kolaydır (Jowett ve O'Donnell, 2012, s.293).

Yazarların bir bölümü ise, propagandanın iletişimsel özelliklerine değinmişlerdir. Leo Bogart çalışmasında yani, ABD Bilgi Ajansı (U.S. Information Agency USIA) iletilerin bir göndericisi olarak propagandacıya dikkat etmiştir. Ona göre; propaganda, özel kabiliyet gerektiren bir sanattır. Bir makine gibi mekanik, bilimsel değildir. Davranışları şekillendirmek; tecrübe, alan bilgisi ve seyreden için en iyi fikrin ne olduğunu sezen içgüdü şartı olması şarttır. Hiç bir kılavuz, propagandacıya yol gösterici veya rehber olamaz. Propaganda yapan kaynak izleyici fikirlerini ve tepkilerinin nasıl olacağını sezinlemek için iyi bir zihin, düşünce, duyarlılık ve bilgiye sahip olmalıdır (Bogart, 1995, s.195-196; Jowett ve O'Donnell, 2012, s.5).

Propagandayı aktifleştiren ve hedeflere ilişkin propaganda modellerini oluşturan her zaman propagandacılarıdır. Kaynak bazen kişisel olarak ortaya çıkan bir kişi bazen de bir halkın, bir hükümetin, bir topluluğun ya da bir ihtiyacın manipülasyonundan kar sağlayacak bir organizasyon olabilir. Sistematik bir propaganda gerçekleştirmek için, her şartta birbirinden farklı uygulamaları bilmeyi ve öğrenmeyi gerektirir. Propaganda teknikli ve sistematiktir. Çünkü bir ideali vardır ve bu ideale ulaşmayı sağlayacak en basit ve en kabul edilebilir tekniği kullanmalıdır. Fakat hiçbir zaman benzer olan her koşulda aynı teknikleri kullanmayı gerektirmeyecek kadar da mükemmel değildir. Propaganda ideale ulaşırken bir teknik kullanması açısından sistematik; fakat her durum için düzenek olarak aynı yöntemleri kullanmayacak kadar da sistematik değildir.

3.2. Propaganda ve Siyasal İletişim

Bazı kavramlar birbirlerine çok karıştırılmaktadır buna örnek olarak siyasal iletişim ve propaganda kavramlarını örnek vermek doğru olacaktır. Bu iki bilimsel alanın buluşma noktaları bir hayli fazladır bununla beraber birbirlerinden ayrıldıkları noktalar birleşme noktalarına oranla azdır. Bu nedenle birbirleriyle karıştırılmaları doğaldır. Hem siyasal iletişimin hem de propagandanın esasında birleşme noktaları siyasal arenada siyasal tarafların tarafından sık sık uygulamalarında yatmaktadır. Özkan' a göre "siyasal iletişim ve propaganda unsurları arasında sıkı bir ilişki biçimi vardır. Siyasal iletişime dair birçok tanım yapılabilir ve bunlardan en yaygın olanı ise propagandanın siyasal iletişim olarak tanımlandığıdır. Çünkü reklamcılık ve onun siyasal arenadaki etkinliği olan siyasal reklamcılık, propagandadan meydana gelmiştir (Özkan, 2004, s.16)

Propaganda sözcüğü yüzyıllardan beri çeşitli dinlerin büyüme ve yayılma faaliyetlerini, siyasal oluşumların oy kazanma kampanyalarını, savaş halinde olan devletlerin dış destek ve yardım isteğinde olan programlarını, tasvirini yapmak için tercih edilmektedir. Devlet büyüklerinin, siyasetçilerin, üst düzey askerlerin, din adamlarının, devrimcilerin ve ajitatörlerin karşı görüşlerle olan mücadelelerinde verdikleri mücadelelere besteciler, yazarlar, şairler, sanatçılar ve oyuncular da kendi mücadelelerini katmışlardır (Özkan, 2004, s.13).

Propagandanın tanımı yapmak gerekirse bir fikri ya da bir inancı tek mesaj vericiden ve sistemli şekilde yaygınlaşmasını sağlayarak yandaş sağlamayı hedefleyen bir süreçten oluşmaktadır. Politik söylemde propaganda kelimesi sıklıkla tercih edilmektedir. Atabey'e göre, propaganda bir nihai bir hedefi, bir görüşü yaymak, hedef kitleyi zihnen kazanmak, karşıt görüşün düşünce ve psikolojisini istenilen yöne doğru çevirmektir. Bu sebeple teşkilatlı ve sürekli telkinlerle var olmaktadır (Atabek, 1993, s.3)

Propaganda da mesajlar sürekli ve yoğun bir biçimde ve tek taraflı olarak hedef kitleye iletilme sürecidir. Propaganda kavramında, iletilen mesajlar tartışılmaz ve irdelenemez. Burada iletilen siyasal mesajların, olduğu gibi, sunulan şekil ve içerikte kabul görmesi, onaylanması ve tasdiklenmesi beklenmektedir. Bu nedenle nihayetinde tutum ve davranış değişikliği meydana gelmektedir. Bundan dolayı, propagandanın tek yönlü mesaj iletmesi söz konusu olduğu için sağlıklı bir iletişimden değil tek taraflı bir etkileşimden söz edebiliriz. Propaganda toplulukları kısa sürede harekete geçirmeyi temel

amaç görmektedir. Verilmek istenen tüm mesajlar kısa zamanda verilerek en kısa yoldan sonuca ulaşmak hedeflenmektedir. Hitler “Kavgam” kitabında propagandanın sürecinin olabildiğince sade ve basit olması gerektiğini anlatmıştır. Sade, yalın, sistemli ve tekrarlanan iletişim çalışmaları olarak görebileceğimiz propaganda bu biçimde kitleler üzerinde ikna edici özelliğini arttırmaktadır.

Temelde propaganda ve siyasal iletişimin hedefleri aynıdır kamuoyu oluşturma yani destek veren taraftarlar sağlamak ama bu yandaş oluşturma ya da kamuoyu meydana getirme gidiş şekilleri farklıdır. Buna örnek verecek olursak siyasal iletişim uzun vadeli ve güveni temel alan bir iletişim şekli iken propaganda kısa vadede, hemen sonuç odaklı ajite edici bir iletişim şekline sahiptir. Aziz’e göre, “propaganda da uygulanan yöntem ve sistemler siyasal iletişimde de uygulanır, ancak bu noktada söylemde farklılık vardır. Propagandada uygulanan, örneğin kaynağın sağlam ve güvenilir olması, kitleyi iletileri almaya hazır bir biçime getirme, çoğunluktan bahsetmek, sayılar yerine ortalama rakamlar ve oranlar vermek, toplum tarafından bilinen ortak noktalardan hareket etmek, mesajları sürekli yenilenmiş tutmak, geniş toplumun her katmanına ulaşmak için kitle iletişim araçlarını kullanmak gibi nitelikler siyasal iletişimde de uygulanmaktadır. Propaganda da uygulanan dil yapısı farklıdır. Ve “düş” yaratmak için hedeflenmiştir. Propaganda tüm gücünü mesajları uygulayacağı ve kullanacağı dilden alır (Aziz, 2013, s.54).

Propaganda kavramı ele alındığında çok farklı teknik, yöntem ve şekilde ortaya çıkabildiği görülmektedir. Her daim yeni bir şekil ve uygulama sistemi içerisinde kendisine yer bulabildiğinden ve karşı tarafa bilgi vermenin her türlü (haklı, haksız, tasarlanmış, kasıtlı yapılmış gibi) şekline ilişkin çok fazla etkinliğe sahip olduğundan propagandanın tasvirini çok zordur. Propaganda; muhtemel sonuçlar önceden oluşturulmuş referans ile grupları ya da başka kişilerin eylemlerini ya da fikirlerini etkilemek için gruplar ya da şahıslar tarafından kasti olarak (kasten) dizayn edilmiş eylem ya da fikrin ifade edilmesidir (Cantril, 1938, s. 217).

Propaganda, mühim fikirleri desteklemek ya da daha fazla etkinleşmesi anlamında olup; kelimenin kökenine indiğimizde yaymak ve tohum ekmek manalarında kullanılmaktadır (Jowett ve O’Donnell, 2012, s.2). Bir düşüncüyü yaymak, bir ideolojik söylemin kasten ve bilerek toplumsal zihne ekilmesidir. Zihin dizayn edilmesi, her zaman yeni bir düşüncüyü benimsetmek veya yaymak demek değildir. Bazen mevcut olan, hazır

ve uygulanması temennisinde olunan ideolojik kurguların da devam ettirilmesi anlamında bir yapılandırmadır. Bu sebepten dolayı propaganda sadece yeni bir düşünceyi aşılması değil aynı zamanda mevcut olanı kendi arzuladığına evirme sürecidir. Propaganda, önceden belirlenmiş olan bir amaca yönelik olarak belli gruplara uygulanır. Hedefi olmayan, uygulanacağı grup belli olmayan ve herhangi bir belli sisteme dayanmayan propagandif fiilin gerçekleşmesi olanaklı değildir. Propaganda sistemli bir yapıya sahiptir hangi neden olursa olsun, hiçbir zaman bir bilinmezlikten kaynaklanmamaktadır. Her daim bir amacı, tasarısı ve hedefi vardır.

Propaganda olarak mesaj, negatif ve yalan söyleyen şeyleri sağlamak şeklinde betimlenmektedir. Sıklıkla propagandayla kullanılan ve aynı anlamda düşünülen; *yalanlar, biçim bozukluğu, sahtekarlık, manipülasyon, zihin kontrolü, psikolojik savaş, insan beynini kontrol altına alma ve palavra* gibi sözcükler kullanılmaktadır (Jowett ve O'Donnell, 2012, s. 2). Farklı sözcüklerle ifade edilebilecek olan propaganda kavramı; en esas manada yalanı, bozumu, zihni kontrol altına alması, hileyi ve düşünsel olarak insan bilincini etkilemeyi söylemektedir. Ancak bu etki, çoğunlukla negatif anlamda ve istekte belirmektedir. Her daim çift taraflı bir algıyı meydana getirmektedir. Bu taraflardan biri etki altına alınmak istenenler; diğer kısım ise, etkisini yaratmak ya da çoğaltmak isteyenlerdir. Propagandif etkinlikler, bir tesir alanı oluşturmakta ve bazen bu tesiri arttırmaktadır.

Pratkanis ve Aronson, Propaganda sözcüğünün kullanım kazanmasının 20. Yüzyıldan başlayarak gerçekleştiğini ifade etmektedirler. Birinci Dünya Savaşı'nda başlanılan ikna yöntemleri ve daha sonra baskıcı rejimlerin ikna yöntemlerini tarif etmek hedefiyle kullanılan propaganda kavramı; “en başta ön yargılı inanç ve fikirlerin genellikle düzenbaz ve aldatmaca işleviyle yayılmasını sağlamak amacıyla” nitelendirilmiştir. Ancak sonradan düşünürler akademik manada araştırmaya başlayınca, propagandanın amacının “sadece “kötülüğün” ve baskıcı rejimlerin malı olmadığını ve bilhassa zeki aldatmacaların ilerisinde bir şey olduğunu” fark etmişlerdir. Bu sonuçla propaganda sözcüğü “o zamandan itibaren değişime uğrayarak; sembollerin ve kişinin psikolojisinin manipülasyonu ile meydana gelen kitlesel “öneri” veya “etki” anlamına gelmeye” başlamıştır. Pratkanis ve Aronson’a göre, “herhangi bir düşüncenin, ön yargılarımızı ve hislerimizi etkileyen imajlar, sloganlar ve inançların becerikli bir şekilde uygulanması yoluyla iletilmesidir”. Bu şekilde ulaştırılan fikirler, mesajı alan bireylerin

iletlen düşünceyi kendi talepleriyle ve kendi istekleriymiş gibi benimsemelerini amaçlamaktır (Pratkanis ve Aronson, 2008, s. 12-13). Propagandanın sürecinde, teknolojik ve bilimsel atılımların 20. yüzyıldan başlayarak gelişmesi ve dönüşüme uğraması sonucunda daha düzenli hale gelmiştir. Bu düzenli dönüşüm, sonrası siyasal ve savaş zamanı jeopolitik kuşkulardan öte; tüketim, ekonomik etkenler, kültürel kabuller ve sosyal aidiyetin artırılması meselelerinde, kişilere yönelik yanıltıcı propagandif eylem modellerinin ilerlemesi meydana gelmiştir. İmajlar, semboller, hisler ve siyasal-toplumsal bölüme özgü her türlü ileti; içeriğinde propagandif eğilimler bulundurmaktadır.

Propaganda tanımını birden fazla yapılabilir ama en uygun olanı beyaz, kara ve gri şeklinde üç şekilde gerçekleştirebilmektedir. Buradan hareketle; *Beyaz Propaganda*, iletinin doğru olma içeriğine sahip olan bilgi ve doğru olarak tanımlanmış bir kaynaktan çıkan iletileri içermektedir. Barış döneminde radyo yayınları bu biçimde yapılmaktadır. Beyaz propaganda kitle ile güvenilirlik tesis etmeye amaçlanmaktadır. Ulusal kutlamalar, açık vatanseverlik ve yerel milliyetçilik, beyaz propagandanın bir alanına girmektedir. Bununla birlikte uluslararası spor yarışmaları gibi faaliyetlerde bir tür beyaz propaganda şeklindedir. Örneğin, 1984 olimpiyatları sırasında Amerikan Gazeteciler tarafından bilhassa BBC (British Broadcasting Corporations)'nin yapılan yayınlarında Amerikan sporcularının madalya almalarına çok daha az gösterme verme eğilimine ilişkin genel bir kanı oluşmuştur. Sovyetler Birliğini temsil eden sporcuların olmadığı Los Angeles oyunlarında ise, Amerikan olmayan haber merkezlerinden Amerikalıların çoklu başarılarına daha az heyecan barındıran yaklaşımlar meydana gelmiştir. Sovyetler Birliği'nin olimpiyatlara katılmayarak vermek istediği mesaj ise, "Sizin olimpiyatlarınıza ihtiyacımız yok" şeklinde yorumlanmaktadır. 2008 Pekin olimpiyatlarında ise Çinli sporcuların çok başarılı olmalarına karşın Amerikan yayın birimleri yoğunluklu olarak Amerikan sporcuların yaşam hikâyelerine konsantre olmuşlardır (en başta Michael Phelps). Buna benzer biçimde Rus sporculardan altın madalyaya ulaşamayan Yevgeny Plushenko için Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin'in ifade ettiği gibi "O *hala şampiyondur*" ifadesi beyaz propagandanın bir timsali olarak ifade edilmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2012, s.17-18).

Beyaz propagandanın unsurlarına bakıldığında masum, gerçekçi, bilinir ve objektif görünmesine rağmen ikna sürecinin en önemli parçalarından biridir. Mesaj gönderen kaynağın bilinir olması yahut kaynağa güveniliyor olması; sunulan propagandif iletinin saf ya da istenilir olması anlamına gelmemektedir. Beyaz propaganda şeklinde sunulan mesajlar; içeriğindeki propagandif yaklaşımlar, karşı tarafı ikna etme çabası ve propaganda taktiğini net bir biçimde kullanması sebebiyle sistematik bir propaganda türüdür. İletilen mesajların bilinen ve güvenilir bir vericiden gönderiliyor olması; propaganda tekniklerinden *göndericinin inanılır olması* ve *kanaat liderlerinin* kullanılması sistemlerinin kullanılıyor olmasını işaret etmektedir.

Propaganda eylemini yürüten gönderici gizlendiğinde ya da yanlış bir kaynak geldiğinde ve gönderici; yalanlar, uydurmalar ve aldatmalar oluşturduğunda meydana gelen propaganda şekli *Kara Propaganda*dır. Kara propaganda, yaratıcı sahtekarlığın tüm şekillerini içeren koca bir yalandır. Örnek verecek olursak, tüm II. Dünya savaşı esnasında Hitler'in İngiltere'yi işgal etmeyi tasarlamaya başlamadan önce "*The New English Broadcasting Station*" ifade edilen bir radyo istasyonu, tüm gün süresince yarım saat süren programlar üretmişlerdir. Programlarda İngiliz halkının sözde korkularını ele alınmıştır. Yapılan bu program, "*Tanrı Kralı Korusun*" ifadesi ile noktalamış ve istasyonun haber sistemleri daha çok savaş meseleleri oluşturmuştur. Bu radyo istasyonu gerçekte savaş süresince İngiliz halkının moralini düşürmek için uygulanmış bir Alman gizli operasyonudur. Uygulanan aynı sistem 1939 ilkbaharından 1940 sonbaharına kadar Fransız ordusunun üzerinde uygulanmıştır. Bu zaman zarfında Fransız ordusuna, İngilizlerin kötü amaçlarla Fransa ile beraber savaştığı propagandası yapılmıştır. Başka bir kara propaganda örneği ise, Amerika Birleşik Devletleri savaşa başlamadan iki yıl önce İngiltere vasıtasıyla Amerika Birleşik Devletlerinde yürütülmüştür. Pearl Harbour olayından önce İngilizler, Amerika'nın en önemli finans ve basın şehri olan New York'ta bir basın bürosu açmıştır. Burada, bültenler basmak ve radyo programları yayını yapmak üzere kurulmuştur. Nazi'nin hızla büyümesi tehlikeleri içerikli uygulanan yayınlar kara propaganda biçiminde olmuştur. Kara propagandanın amacına ulaşp ulaşamayacağı alıcının istekliliğine, kaynağın temelde güvenilir olmasına ve iletinin içeriğine bağlıdır. Kaynaklar ve iletiler hedef kitlenin toplumsal, kültürel ve siyasal sınırlarına göre hedeflenmektedir (Jowett ve O'Donnell, 2012,s.18-20).

Kara propaganda, beyaz propaganda tarzından son derece farklı gönderilen mesajın belli olmayan bir kaynaktan meydana gelmekte ve çoğunlukla iletinin içeriği de yanlışlar ve gerçek dışı söylemlerle oluşturulmaktadır. Kara propaganda, yalanı, gerçek dışı söylemleri ve yanlış bilgi sahipliğini; doğru olmayan ve bilinmeyen bir kaynaktan iletme özellikleri göstermektedir. Kara propaganda bilhassa kışkırtma propagandası şeklindeki ikna faaliyetleri için tercih edilmektedir. Bir halkı bir araya getirmek ya da birleştirmek ve aidiyet duygusunun oluşturulması için daha çok güvenilir göndericilere ihtiyaç duyulurken; tahrik etme ve ayrıştırma her daim için belli olmayan veya ulaşılamayan bir kaynağa ihtiyaç duyulmaktadır.

Propagandanın çıkış noktası, büyük olasılıkla propagandacının bir lider ve ya ajan olduğu bir kurum ya da sistemli bir organizasyondur. Bazen propaganda, geri planındaki organizasyonun kimliği hakkında bize bilgi sağlanmaktadır. Bazen kurum tarafından amaçlanan hedefleri başarmak için kimliğin geri planda tutulması gerekir diğer bir deyişle gizlenmesi en doğru olanıdır. Gerçekleşen tüm vakaların bilinmesine kadar *kara propagandanın* farkına varmak oldukça zordur. Kara Propaganda sadece bilerek ve isteyerek bozma değil, ayrıca göndericinin kimliğinin doğru yanlış olmasıdır (Jowett ve O'Donnell, 2012, s.293).

Gri propagandayı eğer bir koymak gerekirse tam olarak beyaz propaganda ile kara propagandanın arasında bir yere konumlandırabiliriz. Gönderici yani kaynak doğru bir biçimde tanımlayabiliriz ve ya tam tersi bir şekilde tanımlamama ihtimali olabilir ve bilginin doğruluğunu teyit etmek olanaksızdır. Örnek verecek olursak; 1966- 1967 yılları arasında Avrupa'nın en eski yayın kurumlarından biri olan Özgür Avrupa Radyosu, genel anlamda herhangi bir bağı reddeden ve CIA tarafından tasarlanmış, ekonomik anlamda desteklenmiş ve kontrol edilmiştir. Bu şekilde Amerikan televizyonuna, radyosuna ve postasına verilen fon, Özgür Avrupa Radyosunun "*Gerçek Dolarlar*" nam salan gönüllü bir desteğe bağlı olduğunu göstermiştir. Talebin gerçek hedefi, aldatmacayı desteklemek ve CIA ilişkisi hakkında mevcut olan söylentileri gidermektir. Gri propaganda aynı zamanda rakibi ya da karşı tarafı şaşırtmak için tercih edilir. Moskova Radyosu, ABD'yi daraltmak için Martin Luther King Jr. ve J. F. Kennedy vb. organize işleri kendi avantajına çevirmiştir. *Amerikanın Sesi Radyosu*'da Rusya'nın Afganistan işgalini ve ya Yahudi muhaliflerin gözaltına alınması hakkındaki benzer görüşlerini belirtmekte fırsatı kaçırmamıştır (Jowett ve O'Donnell, 2012, s.20).

Gri propaganda diğerk propaganda türlerine göre daha yaygın bir kullanıma sahiptir. Yıllık raporlardaki verileri bozan şirketler, bir malı tavsiye eden reklamlar olmayacak çıktılarına ulaşırlar. Tek başına ürün yerleştirmesi için uygulanan filmler ve dini sebeplerden dolayı istedikleri sermayeyi şahsi olarak önde tutan televizyon evanjelistlerinin tümü gri propaganda kategorisine girmeye yatkındır (Jowett ve O'Donnell, 2012, s.23).

Gri propaganda, daha çok ikna etkinliğı yürüten propaganda unsurunun ekonomik olarak, desteklenmesi ve düzenlenmesi şeklinde bir oluşturma eylemidir. Gri propaganda şeklen beyaz ve kara propaganda biçimlerinden propagandif mesajları ulaştırmak için yapılan bir oluşturma ya da şekillendirme sistematıdır. Göndericinin yapılandırılması; mesajların içeriklerini oluşturulması, hangi mesajların iletileceğinin belirlenmesi ve mesajları belli bir teknik ile düzenli olarak ulaştırmanın sağlanması içindir. Günümüz dünyasındaki halkla ilişkiler ve reklam faaliyetleri, siyasi kampanyalara verilen ekonomik destekleri, şirket içi yapılanmalardaki düzenleme ayarları hep bu şekilden yapılan propaganda faaliyetleridir.

4. SİYASET BİLİMİNDE İKTİDAR VE MUHALEFET KAVRAMLARI

4.1. İktidar Kavramı

İktidar kavramını ele aldığımızda toplumsal ilişkinin mevcut her alanda bulunması sebebiyle, kavrama ilişkin net bir tanımlama koyulamamakta; bu da, tanıma ilişkin kafa karıştırıcı açıklamalara neden olmaktadır. Temelde “güç” olarak dile getirilen kavram, Russell tarafından “*alınması amaçlanan sonuçların ürünü*” olarak tanımlanmaktadır. Bu kavramın sayısal bir nitelik sergilediğini ifade eden Russell, iktidarın değişik birey ya da gruplarca aynı şeyin istenmesi amacıyla meydana geleceği; dolayısıyla, farklı şeyleri talep eden yapılar arasında iktidarla ilgili herhangi bir durumun mevzu bahis olmayacağını dile getirmektedir (Russell, 2004, s.27).

Siyaset ile medya ilişkisinde önemli bir yer kapsayan iktidar kavramı birtakım temel niteliklere sahiptir. Küçük’ün yaptığı tasnif istikametinde iktidarın altı temel niteliğinden bahsedilmektedir:

İktidar bireyler, toplumsal gruplar ya da yapılar arasındaki ilişkinin bir özelliğidir.

Kişiler ya da grupların birbirleriyle ilişkisi çerçevesinde belirlenen iktidar yürütmesinde, bir tarafın iktidarı hedef alan faaliyeti diğerinin eylem özgürlüğünü kısıtlamaktadır.

Toplumsal iktidarın elde edilmesine amacıyla yapılan uygulamalar genel olarak dolaylıdır ve kişi ya da toplum zihninin baştan yapılandırılması söz konusudur.

İktidarın ve ya iktidara karşı faaliyetin birey tarafından hayata geçirilmesi durumunda, bireyin çıkarının olduğu net bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

İktidarı hayata geçirecek birey ya da grubun, siyasal iktidara tabi olacak grup ya da şahısların zayıf noktalarını, taleplerini, yönelimlerini ya da amaçlarını bilmesi gerekmektedir.

Toplumsal iktidarın hayata geçmesinde ve korunması sırasında, ideolojik bir perspektif ile hareket edilmesi gerekir (Küçük, 1994, s.272-274).

İktidar kavramı, güç ve rıza olgusunu içinde barındırmaktadır. İktidarın meşruluğu var olan siyasal rejimin türüne göre dönüşen, rızanın sağlanma biçimine göre de rejimin özelliğini belirlenmektedir. Rıza süreci olmayan bir iktidarın kuvvete başvurusu, konumunu muhafaza etmek için gücünü kullanması olasıdır. Böyle bir vaziyet, baskıcı yönetim şekillerinde mevcutken; demokratik yönetimlerde, iktidarın meşruluğu rıza esasına dayanmaktadır. Bununla birlikte demokrasilerde, rızanın kazanılması doğrultusunda halkın ikna edilmesine yönelik faaliyetler başvrulmaktadır (Chomsky, 2011, s.71). Bu faaliyetlerin pratik anlamda en fazla kitle iletişim araçlarına yararlanılmakta olup; toplumsal zihin oluşturulması ve buna bağlı olarak da meşruiyetin oluşturulması, söz konusu araçların sunduğu tüm imkanlardan faydalanılmaktadır.

Foucault'nun iktidar ilişkilerinin hedefiyle değerlendirmelerinin farklı bir diğer kapsam, 'söylem'i kurucu bir öncül olarak öne sürmesi ve onu belli bir tutarlılığı olan düşünceler bütünü şeklinde kabul etmemesidir. Onun yorumuna göre özne, iktidar ilişkilerinin dışında kabul göremez. Bundan farklı olarak söylemden ayrı bir iktidar ilişkisinden de söz etmekte yanlıştır. Foucault, *Bilginin Arkeolojisi*'nde yukarıda bahsi geçen sözcükler/söylemler arasındaki ortak yönlerini tanımlamaya uğraşır ve söylemin temellerini hür bir alan kabul edilen seçim noktalarının bölünmesinde aramak gerektiğini söyler. Foucault'ya göre, söylemden var olan farklı manalar; önceden kabul görmüş temaları yeniden uygulamaya geçirmek, birbirine zıt yöntemler yapmak, belirli kavram kurallarıyla uzlaşmaz ilgilere yer ayırmak, izin vermek, birbirine benzemeyen parçaları kullanmak istenecektir.(Foucault, b, 2014, s.50-51).

Foucault'nun 'iktidar' açıklaması Gramsci'nin hegemonya kavramı ile karşılaştırıldığında daha da idrak edilir hale gelir. Gramsci'ye göre iktidar [rıızadan beslenen egemenlik] hegemonik bloktur ve birbirine benzemeyen sınıflar/ara sınıflar belli bir şekilde kabul gösterirler. Onun düşüncesine iktidar ne sadece imal ilişkilerinin ne de tek sınıf harplerinin sonucudur. Gramsci bu manada alt yapı ve üst yapıyı art arda yazmaya başlayan/yazan bir düşünce adamıdır. Foucault'ya göre ise iktidarın kabul göstermeyle bir alakası yoktur. Foucault, iktidar ve kabul gösterimi kıyasında ilişkiyi/ilişkisizliği şu şekilde dile getirir: İktidarın çalışması, bireysel ya da kolektif, kutuplar arasındaki temas değildir yalnızca; bazılarının farklı insanlar üzerindeki fiil kipidir (Foucault, 2014, a, s.72-73). Bunun manası, iktidar diye bir şeyin kabul görmediği; genel olarak yoğunlaşmış ya da bölünmüş biçimde var olacak bir iktidar olmadığıdır.

Yalnızca ‘birilerinin’ ‘başkalarına’ uyguladığı iktidar vardır. İktidar sürekli organizmalara dayanan bir düzensiz imkânlar alanına kaydolmuş olarak görünse sadece edimde vardır. İktidar, tek başına özgürlükten cayılması, hakların başkalarına verilmesi, tek tek bütün toplumun sahip olduğu iktidarı birkaç kişiye devretmesi (bu, rızanın iktidarın devam ettirilmesi ya da varlığını sürdürmesinin bir öncülü olabilmesini perdelemez) değildir. İktidar ilişkileri öteden beri var olan ya da durmadan tekrarlanan bir kabulün ürünü olabilir; ama kendi yapısı gereği, bir uzlaşmanın belirtisi değildir (Foucault,a, 2014, s.73) .

İktidar ilişkilerini hegemonya savaşları ve süreçleri ile birlikte akıl edebilme yetisi, devletin iktidar ilişkilerindeki farklı yerini unutmadan, iktidar temasının devlet dışındaki sahalarda da kendini belli ettiği gerçeğini görmemizi destekler. Hegemonya savaşımı söz konusu alanlarda var olan parçalı, dağınık ve paradoksu iktidar temasının belli bir bütünlüğe bağdaştırılmasına yöneliktir. Gramsci bu tamlığın kurulmasının ancak devletin var olmasıyla mümkün olduğunu belirtir. Bunun yanı sıra bu vaziyetin istisnası olduğunu da dile getiren Gramsci, burjuvazinin özellikleri devlet olma yetisi bulunurken burjuvazinin bunu gerçekleştiremediği durumları da dile getirir.

4.2. Muhalefet Kavramı

Genel bir anlamda muhalefet, “bir görüşe, bir fikir ve davranışa karşı olma, ayak uydurmama”, “başka türlü olma”, “zıtlık” gibi temelde aynı manayı içeren değişik sözcüklerle açıklanırken; bunu uygulayanlar, yani “uymaz”, “karşıt”, “ ters taraf”, “aksi düşüncede olanlar da muhalif kelimesiyle dile getirirler. Muhalefet kavramı, hem fikri açıdan olumsuz bir eleştiriyi, zıt olmayı, hem de bunu uygulamada hayata geçirmek için girişilen tutumların tümünü gösterir.

Muhalefet, siyasal iktidarın davranışlarını tartışma ve değerlendirmeyi doğal bir hak olarak görme temeline dayanır. Kişilerin kendi geleceğini oluşturma hakkının bir açılımı; gündelik, sosyal, kültürel ve siyasal hayata kişisel veya kolektif olarak dahil olma hakkının da bir kolu olan muhalefet, diğer kişisel hak ve özgürlüklerin muhafaza edilmesinde de önemli bir etkiye sahiptir.

Siyasal muhalefet dediğimizde, muhalefetin siyasal içeriğe bürünmüş biçimi olarak adlandırabiliriz. Siyasal muhalefet olgusu genelde iki ayrı manada kullanılmaktadır. İlk ve öz manasıyla, farklı düşünce ve çıkarları yansıtan partilerin hükümetin faaliyetlerine ve siyasal politikalarına karşı gelmeleri ya da engellemeleridir. İkinci ve türev manasıyla, bizzat bu karşı gelme olgusunu yansıtan partileri, başka bir deyişle iktidarın dışında olan parti ya da partileri karşılamak üzere uygulanmaktadır. Diğer yandan Tunç'a göre toplumsal bakımdan her türlü engel olmayı (silahlı çatışma) siyasal muhalefet olarak tanımlayamayız. Yani siyasal muhalefet kavgacı/çatışmacı uygulamalar halinde değil, sakin stratejiler izlenmesi halinde daha olanaklıdır. Bu haliyle siyasal muhalefet, provokasyon ve ihanetten uzak, var olan iktidarı eleştirme ve kontrol edebilme etkinliklerini ifade eder (Tunç, 1997, s.4).

Batılı terminolojik manasıyla muhalefet, demokratik düşünce ile ilişki içinde olan ve düzen içinde özel bir mana ve yapı kazanmıştır. Bugün, mecliste iktidar partisiyle birlikte muhalefet partilerinin ve onlara tahsis edilen etki alanının varlığı demokrasinin yoğun niteliği ve ölçütü olmuştur. Çağdaş demokratik sistemler bu manasıyla muhalefeti ve muhalif siyasal partileri/çoğulculuğu demokrasinin en önemli unsuru olarak kabul edilmektedir.

Muhalefet, devletin gücünün çizgi çekilmesi yönünden de ve demokrasi açısından da önem taşımaktadır. Kişilere tanınan özgürlüğün bir zorunluluğu olarak siyasal iktidarı sınırlamanın iki basamağına dikkat çekmek gerekir. İlki, yöneticileri devletle aynı tutan ve toplumu yöneticilere bağlı sayan baskıcı, elitçi görüşün reddidir. Diğeri ise, bunun bir çıktısı olarak hükümetle devleti ayrı değerlendirmektir. Bu değerlendirme, devlet değişmeden hükümetlerin değişebilmesini imkan sağlayacaktır (Lipson, 1973, s.316-317)

Anayasal bir kavram olarak kurumsallaşan muhalefetin, genellikle mevcut sistemin açıkça veya üstü kapalı bir biçimde kabul edilmesi manası taşıması, iktidar gibi muhalefetin de önemli bir role dönüşmesini, bu rolü üstlenenlerin ise değişmesini sağlamaktadır. Siyasal zaman içinde eleştiriye ve muhalefet haklarını o sürecin yasal ve gerekli etkeni haline getiren kavram, seçmenlerin partiler aracılığıyla mantığa uygun ve tutarlı bir fiile girmek imkanına sahip olmalarıdır. Seçimler vasıtasıyla yerleri değişmesine karşın klasik demokrasi anlayışının kolu olan günümüz demokratik yönetimlerde iktidar ve muhalefet her zaman olacaktır.

Siyasal muhalefet kavramı ilk aşamada iktidarın faaliyetlerinin ve politikalarının siyasal partilerce tenkit etmek ve karşı çıkılması manasında kullanılsa da, reelde siyasal muhalefet kavramı sadece partilerce uygulanan muhalefeti içermediği gibi, yalnızca hükümet uygulamalarının eleştirisi ile de kısıtlı değildir.

Ancak vurgulamak gerekir ki, siyasal aykırılık ile insan hakları arasında çok yakın bir ilişki vardır. Zira hür bir toplumda her zaman bir siyasal muhalefetin bulunması zorunludur. İnsan hak ve özgürlüklerinin iyi şekilde muhafaza edilebilmesi için siyasal muhalefetin varlığı olmazsa olmaz öncüllerden biridir. Siyasal muhalefeti, söz yetkisi, basın ve örgütlenme özgürlüğünün mecburi bir gereği ve iktidarın zararlı bir şekilde kullanılmasına karşı en tesirli koruyucu set olarak varsaymaktadır.

Muhalefetin hissesi ve muhalefetin kurumsallaşması genelci demokrasinin temel yapı taşlarındandır. Muhalefet etme özgürlüğünün fiilen uygulanabilmesi, açık ve alternatif bir hüküm alma sürecinin doğmasını sonuçlandırır. Böyle bir ortamda vatandaşlar yalnızca seçimlerde söz sahibi olmakla yetinmez, bilakis her zaman siyasi iradenin oluşmasına katılma hakkı sağlanmış olur. Bu sebepten dolayı çok türlü siyasal muhalefet yollarının işleyebilir durumda olması çok mühimdir. Siyasal muhalefetin sırtladığı demokratik işlevleri tam manasıyla yerine göre uygulanması için, ifade özgürlüğü, medya özgürlüğü, toplantı ve eylem yürüyüşü özgürlüğü, dernek özgürlüğü benzeri birçok başlıca hakkın teminat altına alınması gerekir (Oberreuter, 1975, s.9).

4.2.1. Demokratik Yönetimlerde Muhalefet

Demokratik kurumların büyümesinde üç önemli basamak bulunmaktadır. Birincisi; seçme hakkı, ikincisi; seçilme hakkı, sonuncusu; muhalefet olma hakkıdır. Klasik demokrasinin önemli niteliklerinden biri olan, iktidara muhalefet olabilmek; iktidara karşı iktidara talip olmak üzere farklı görüş ve fikirleri ileri sürebilmek özgürlüğüdür. Muhalefetin etki altına alındığı ya da özgür tartışma ortamını gerçekleştirmeden sağlanan çoğunluk klasik demokrasi terimolojisine uymaz. Diğer bir ifadeyle muhalefetin korunması, kural olarak düşüncelerini açıklaması, çoğunluğu eleştirebilmesi, fikir ve düşüncelerini tam bir objektiflik ve serbestlik içinde ifade edebilmesi ile siyasal iktidarın kısıtlanması klasik demokrasinin gerçek manasına açıklık

getirmektedir. Klasik demokrasi görüşünde muhalefet, kamuoyunun ve anayasanın teminatı altındadır. Bu manada demokrasilerde serbest ve sürekli muhalefet temeldir.

Robert Dahl, çağdaş siyasal demokrasinin ya da onun değişimiyle “poliarşi”nin varlığı için asgari yöntemi şartlar adını verdiği etkenler arasında vatandaşların siyasal konularda cezalandırma tehdidi altında olmadan şahıslarını ifade edebilme imkânlarının olmasını dile getirmektedir (Schmitter, 1999, s.8).

Demokratik sistemin başlıca niteliklerinden olan temel hak ve özgürlüklerin meşru olması ve garanti altına alınması muhalefet açısından çok önemlidir. Çünkü muhalefet oluşturulması için çok sayıda özgürlüğün aktifleştirilmesi gerekir. Muhalefet temel itibariyle gözetim, denetim ve eleştiri etkinliklerini kapsar. Muhalefetin yapılabilmesi için en başta fikirleri açıklama ve yayma, gelenek, basın-yayın, bilim ve sanat, iletişim, toplantı ve gösteri yürüyüşü, bir amaç için bir araya gelme, dilekçe verme, özgür seçim hakkı vb. temel hak ve özgürlüklerin meşrulaşmış ve garanti altına alınmış olması gerekir.

5. KAVRAMSAL VE KURAMSAL AÇIDAN MEDYA

5.1. Medya Kavramı

İngilizce’de “*massmedia*” olarak bilinen yazılı, görüntülü ve sözlü medyayı kapsayan kavram, dilimize “*kitle iletişim araçları*” olarak çevirisi yapılmıştır. Medya, kitleye yönelik uygulanan iletişim araçlarının hepsini ve bu araçları kapsayan inter-aktif bir iletişim ortamını tanımlamaktadır. Mora ise, bir kaynaktan çıkan mesajların alıcıya ulaştığı araçlardan oluşur

Medya anlatı temelin üzerine biçimlendirilmiş tamamen bir eğlence kültürü olup; müzikten sanat programlarına, yarışma programlarından haber programlarına medya gücünün bilgi süzgecinden geçmiş, mesajların iletme hazırlanarak sonraki aşamada işlenmiş her türlü bilgi aktarımını kapsamaktadır. Hem toplum hem kişi üzerinde etki sahibi olan medya; enformasyon ve haber verme, eğlendirerek güzel vakit geçirme, eğitime, kamu adına siyasal iktidarı denetleme görevlerini yerine getirirken, gönderici konumundaki siyasal aktörler ile gönderilen durumundaki hedef kitle arasında ise vasıta rolünü icra etmektedir. Medya yapıları bu rolü yerine getirirken, sade bir aktarım yapmayarak, söz konusu bilgi aktarımı süzgeçlenmesi suretiyle değişime uğramış bilgi üretimi ve aracı görevini ifa etmektedir. Medya, kitle iletişiminde uygulanan mesajın içeriğini ve manasını elinde bulundurduğu teknolojik alt yapı sayesinde değiştiren ve dönüştüren tüm vasıtaları nitelemekte olup, sunulan mesajın daha önceden belirlenmiş hedeflerin belli stratejik teknikler kullanılarak biçimlendirilmesi ve hazır hale getirilmesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu açıdan medya; bilgilerin yeniden dizayn edilmesi, yorumlanması, kurgulanması ve bir realite olarak kitleye arz edilmesi noktasında çok önemli bir rol üstlenmektedir (Herman, Chomsky, 2012, s.15).

Liberal politikaların hayata geçirilmesiyle birlikte, siyasal yaşamı devlet dışında etki altına alan başka faktörlerinde olduğunun farkına varılmış ve medya bu tartışmaların merkez noktası haline gelmiştir. En başta, gazete ve dergilerle oluşan basın, devam eden süreçte radyo, televizyon ve en son olarak da internet ile birlikte etki alanını büyütürken, siyasal iletişim ve kampanya süreçlerinin vazgeçilemez aktörü haline gelmiştir. Bu ve buna benzer tüm kitle iletişim araçlarının günümüzde medya olarak tanınmış ve görevini icra etmektedir.

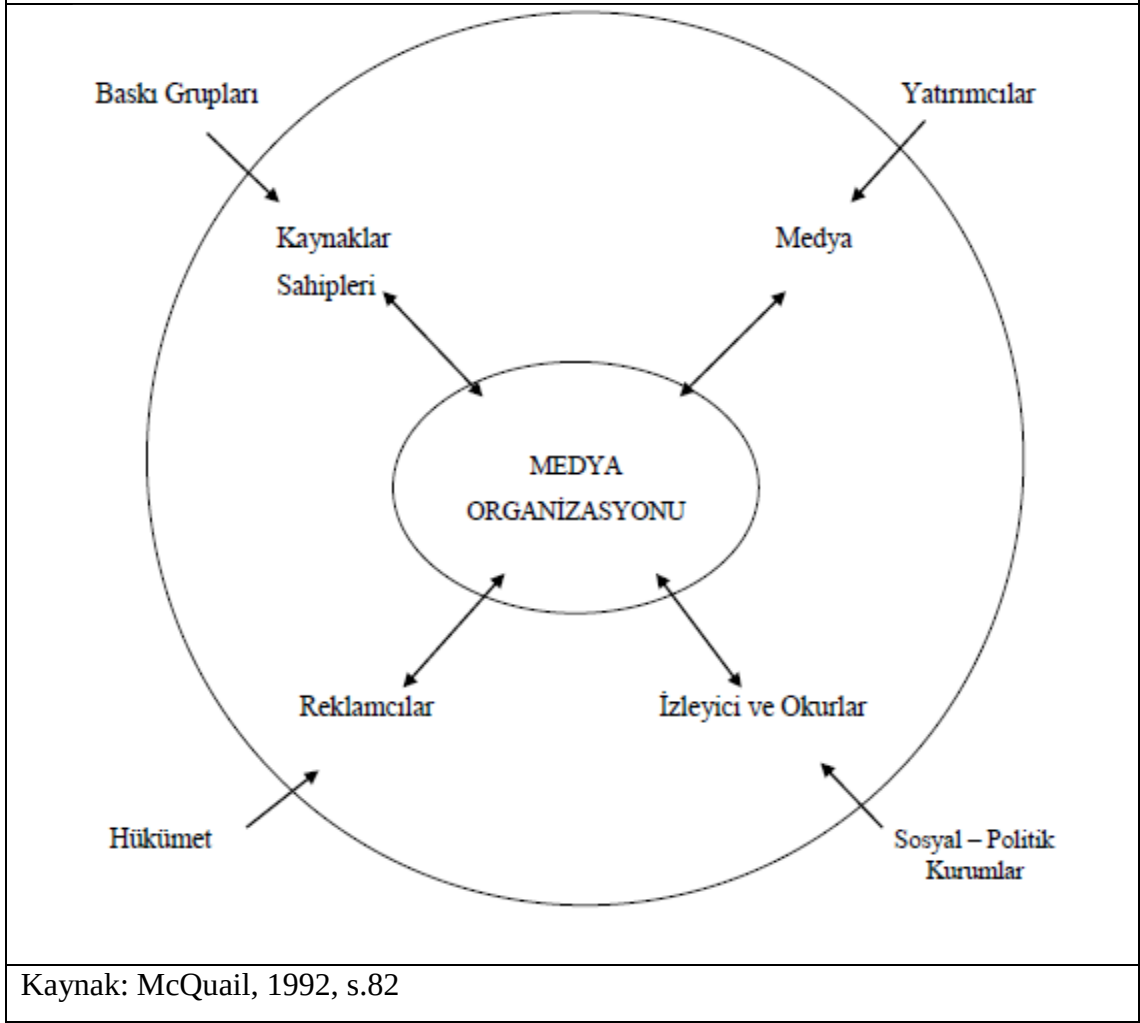
Eskiden habere ulaşma ve yayınlama telifini gazetelere bahşeden “*basın özgürlüğü*” sloganı da, kitle iletişim araçlarının bu denli büyümesi ve yaygınlaşmasının ardından tüm araçları barındıracak şekilde “*iletişim özgürlüğü*”ne geçiş sağlamıştır (Demir, 2002, s.2).

Siyasal aktörlerin halk desteğine olan ihtiyacı, medyanın kitleyi etkileme gücü üzerine dikkate almış ve medyayı siyasal amaçlara ulaşma yolunda kayda değer bir bileşen ortaya çıkarmıştır. Mevcut politik sistem nasıl olursa olsun, politik gündemi belirleyecek en mühim aktörlerin başında kuşkusuz medya gelmektedir. Siyasal iletişim sırasında aracı rolü görevini alan medya, istemesi halinde mevcut sistemin sürdürülmesi hedefiyle toplum üzerindeki etkileme potansiyelini yoğun bir şekilde kullanabilme yeteneğine sahiptir. Kılıçarslan, sistemin sürdürülebilirliği noktasında sırasında yer alan aktörlerin işlevlerinden bahsederek; siyasal iletişim sürecinde bütün aktörlerin belirli bir görevi olduğunu ve aktörlerin görevlerini yerine getirmeleri suretiyle işleyişin devamlılığını sağladıklarını belirtmektedir. Bu sebeple, herhangi bir aktörün görevini yerine getirmemesi ya da aktörlerin zaman içerisinde birbirlerini

tanımaması durumunda, siyasal iletişim sürecinin aksaklığa uğraması mutlak bir sonuç olarak karşımıza çıkar (Kılıçarslan, 2011, s.16-17) Var olan gücü ve bu gücü etkinleştirme pratiği ile medya, siyasal sistemin dışarıdan pasif bir şekilde izlemeyeceğini, gündeme getirdiği olay ve meselelerle güncel siyasetin odak yer alacağını göstermektedir.

Siyasal iletişim süreci ele aldığımızda uygulanan faaliyetlerde iktidar, halk, medya, siyasal yapılanmalar, sivil toplum örgütleri, devlet gibi pek çok rol belirleyici aktif olarak sürecin içinde bulunmaktadır. Ancak, hepsinin sınırlı bir etki alanı olmasına karşın; medyanın zaman ve mekan zorluğunu ortadan kaldırma gücüne sahip olması, onu sürecin en aktif ve etkin aktörlerinden biri durumuna getirmektedir. Medya siyasal yaşama ilişkin ekonomik ya da kültürel inşa diliminde, dil yeteneğini kullanarak kendi gerçekliğine dair bütün olay hakkında manalandırma ve yeniden üretmeye yönelik bir kaynak oluşturmaktadır. Medya toplumsal hayatın bir parçası olduğu için, siyasal iletişim sürecinde aktör ve hedef kitle arasındaki düzenli ilişkiyi kurarak dil ve dil üzerinden anlamlı bir araç görevi üstlenerek kültürel kodlar ile sosyal yaşam arasında siyasal iletişim sürecinde hayati bir role sahip olmaktadır.

Şekil 1. McQuail'in medya organizasyon şeması



McQuail'in yaptığı şekil, medya organizasyonunu talepler ve sınırlamalar çatışması üzerine dayandırarak, değişkenlerin güçlerini ve etki yerlerini belirlemeye çalışmıştır. Şirket sahipleri, reklamcılar, kaynaklar, alıcılar ve izleyiciler medya organizasyonu üzerinde daha etkin bir etkiye sahip olduğundan, odakta yer alırken; yatırımcılar, sosyal kurumlar, iktidar ve baskı gruplarının etkisi kısmen dolaylı olduğundan daha dışarıda belirtilmiştir (McQuail, 1992, s.82).

Bu durumu farklı bir bakış açısıyla değerlendiren McLuhan ise, bilgi aktarım sürecinin yani enformasyonun artık kendisinin alınıp satılan ekonomik değere sahip olan bir meta haline geldiğini vurgulamaktadır. Enformasyona ilişkin yaklaşımın dönüşmesi ve iletişim disiplinin tümüyle endüstriye benzemesi, maddi ve politik güce sahip kimselerin bilgi aktarımı yapan yani enformasyon görevini üstlenen medya araçlarına

sahip olmak istemesi sonucunu doğurmuştur. Medyanın varlığını gösterdiği teknolojik şartların gelişmesi, hızlı büyüyen rekabet ortamının uzmanlaşma gerektirmesi, medyanın birçok alanda yayıncılık, gazetecilik, haber ajansları, matbaacılık ve bilgi işlem odakları gibi alt iş bölümleriyle yoğun ilişki içinde bulunması, medya organlarını hem ulusal hem de uluslararası arenada siyasal ve ekonomik yaşamın önemli bir bileşeni noktasına getirmiştir (Demir, 2007, s.7-8).

Medya organlarının yapısı ele alındığında; organların mevcut sistemlerinin, yönetim biçimlerinin, ilettiği mesajların ve hedef kitle üstündeki etkilerinin siyaset ile yakın bir ilişki düzeyleri olduğu açık bir şekilde belli olmaktadır. Hall’e medya tasvirine göre en önemli işlevi, anlamın toplumsal inşasında görev aldığı ideolojik rolde kendini göstermektedir. Hall’e göre, anlamların hepsi toplumsal ilişki ve yapılarda barındırmakta olup, belli kültürel ve siyasal uygulamalar vasıtasıyla toplumsal zihin oluşturulması sürecinde etkin olmaktadır. Yani, anlamlar toplumsal konulara dahil olabilmek ya da toplumsal özne özelliği sergileyebilme noktasında devreye girmektedir

Toplumda dönüşümün gerekli olması ve bu dönüşümün de siyasal iktidarın egemenliğinde vuku bulması; toplumun iç dinamiklerince biçimlenmesinden ziyade, siyaset merkezli bir değişim sürecine tabi tutulması manasına gelmektedir. Bahsedilen bu durum medyanın asıl işlevlerinden biri durumunda olan “*değişimin zorunluluklarını uygun bir şekilde yapılması*” ya da “*yapılacakların uygun nakledilmesi*” merkezinden hareketle, medyanın siyaset odakta tutan bir yayın stratejisi izleyeceğinin sinyallerini daha en başından göstermektedir. Bu sebeple, merkezden yönlendirilen modern toplum oluşturma ülküsü, hakim söylem ile gazeteciler arasında doğal bir bağ kurulması sonucunu doğurmaktadır (Pazarcı, 2004, s.23).

Medya dediğimizde aklımıza hakim olan siyasal aktörün politikalarını meşrulaştırma amacı taşıyan ve propagandayı esas alarak buna göre habercilik anlayışı geliştiren, siyasal iktidarın ya da ilgili aktörün hedef ve gayeleri doğrultusunda hareket eden, ideolojik ve ya kendi fikir ve görüşlerini empoze etmek amacı taşıyan bir organdır. “*Toplum mühendisliği*” olarak isimlendirilen geleneksel toplumu modernleşmesini sağlamak amacı olan, zihniyet kodlarının belirlenmiş bir hedefe yöneltilerek, toplum nazarında siyasal aktör yararına rıza oluşturulmasına yönelik söylemsel ve bilişsel bir değiştirme sürecinin altını çizmektedir (Pazarcı, 2004, s.29).

5.2. Medya Kuramları

Kuralcı medya kuramları meselesinde yaptığı çalışmalar sonrasında Siebert, Peterson ve Scrahamm, medya kuramları hakkında dörtlü bir sıralama geliştirmiştir. Otoriter, zgrlk, Sosyal Sorumluluk ve Sovyet-Totaliter Kuram olarak sıralanan bu kuramlara, sonraki çalışmalarla beraber, Gelişme Aracı Kuramı ve Katılımcı Demokratik Medya Kuramı da eklenmiştir. Bahsi geçen kuramlara alakalı literatürde yer verilen açıklamalar sonraki başlıklarda detaylı olarak ele alınmıştır.

5.2.1. Otoriter Medya Kuramı

En uzun kullanılma imkanı bulan ve alanla ilgili her türlü yetkinin devleti yöneten iktidarın elinde bulunduğu, düşünsel esaslarında Platon'dan Machiavelli ve Hobbes'a kadar bir çok farklı teorisyenin katkısı olan medya tecrübe ve uygulama pratiğidir. Temelinde medyanın sürekli siyasal otoriteye bağlı ve iktidarı destekleyici bir görevi olması gerektiği üzerinde durmaktadır. Bu şekilde düşündüğümüzde medya, siyasal otoriteyi güçsüzleştirici yayın biçiminden kaçınmalı, egemen siyasal değer ve uygulamalara saldırmamalıdır. Var olan siyasal iktidara ya da resmi politikalarla ilgili eleştirel ve saldırgan davranışlar suç olarak değerlendirilmekte ve basının kendisine verilen “*iktidarın sesi*” ve ya “*meşruluk aracı*” olma görevinden sapması birtakım yaptırımlara neden olmaktadır. Söz konusu sapmaların meydana gelmemesi adına sıkı yasal düzenlemelere gidilmesi, ağır ekonomik müeyyideler ya da sansür gibi korkutucu müeyyidelerin düzenlenmesi gündeme gelebilir. Otoriter Kuram, mutlakiyetçi ya da sıra dışı (olağan üstü)yönetim zamanlarında has bir gerçeklik olarak nitelenmemelidir. Nitekim, demokratik sistemlerde tanısı zor olmakla birlikte; baskı ve sansürün umumi durumu dile getirdiği, medyaya siyasal olarak daima bir müdahalenin bulunduğu sistemlerde, medya otoriter bir görünüm şekil alabilmektedir (Işık, 2012, s.15-19).

5.2.2. Özgürlükçü – Liberal Medya Kuramı

Otoriter Kurama karşı olarak doğduğu kabul gören Liberal Kuram, kapitalist halkın ve klasik liberal anlayışın köklerinin atıldığı 17. yüzyıla kadar gitmektedir. Kuram

esas olarak “*bireylerin özgürlüklerinin kısıtlanmadığı takdirde problemlerini bireylerinin kendilerinin çözebileceği*” öngörüsünden hareket etmektedir. Kuramın gelişip büyümesiyle beraber, basının rol ve farkı “*kamuoyunu temsil etme*” ve yasama, yürütme ve yargı otoritelerine ek bir “*dördüncü güç*” olarak görülmesine kadar gelmiştir.

Liberal Kuramda medya; tartışmalara destek sağlama, siyasal aktörleri toplumun fikirlerini dikkate almakla sorumlu kılma ile toplumu bilgilendirme ve eğitme görevlerini yerine getirmektedir. Buradan hareketle Kuram kapsamında; medyatik etkinliklerin önceden izin ya da ruhsat gibi set çeken birtakım uygulamalara tabi olmaksızın topluma açık bir faaliyet alanı haline getirilmesi, medya mensuplarının yapılan yorumlardan haberlerden ötürü yasal yaptırımlara tabi tutulmaması, basının dışarıdan üstünde baskı oluşturulmaması ve buna yönelik yasal bir dayanak oluşturulması gibi bazı esas ilkeler belirlenmiştir(Işık, 2012, s.15-19).

5.2.3. Sosyal Sorumluluk Kuramı

Sosyal Sorumluluk Kuramı, Özgürlükçü Kuram içinden ona karşıt olarak doğmuştur. Toplumsal temellerin az olduğu merkezinden hareketle Liberal Kuramdan ayrılan Sosyal Sorumluluk Kuramı, özgürlük savunusunun çelişkili bırakılmaması gerektiğini vurgulayarak; halka karşı sorumluluk bilinciyle özgürlük sahasının kontrol altında tutulması gerektiği üzerinde odaklanmaktadır. Bu kurama göre, kitle iletişim araçları “*sorumluluk*” ve “*özgürlük*” kavramlarını, halkın beklentileri çerçevesinde uyumlaştırmalıdır. Basın, topluma karşı sorumluluklarının olduğunu unutmadan hareket etmeli ve bu sorumluklarını yaparken; bilgi verme, realiteye, doğruya, nesnellığe ve objektifliğe özen gösterme gibi ölçüyü dikkate alarak ve suça, şiddete karşı çıkmaya veya kamu düzenini bozmayı amaçlayan yayınlardan kaçınmalıdır. Bununla beraber, kamu faydasının olduğu durumlarda medyanın müdahaleyi kabul etmesi gerektiği bu kuramın önem verdiği ilkelerin başında bulunmaktadır(Işık, 2012, s.19-29).

5.2.4. Sovyet Totaliter Medya Kuramı

1917 Rus Devrimin den sonra Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği’nde oluşan Kuram; Marks, Engels ve Lenin’in görüşleri doğrultusunda yeni bir yapılanma

meydana getirmiştir. Otoriter Kuram'dan farkı, basının rol ve işlevlerinin daha pozitif ve açık şekilde tanımlanmasıdır. Dahası, Otoriter Kuram'da özel mülkiyete bahis olabilen ancak, siyasal iktidarın sürekli kontrolünde olan medya organları; Sovyet-Totaliter yaklaşımda hiçbir şekilde özel mülkiyet bahsi edilememekte, komünist ideolojinin gelişmesi ve kitlelere benimsetilmesi anlamında Komünist Parti tarafından yönlendirilmektedir. Medyanın varlık hedefi Komünist Parti'nin doğru olarak onayladığı şeylerin söylenmesi olarak izah eden Kuram, medyanın özgürlüğünün devletin oluşturduğu sınırlar dahilinde mevcut olduğunu ve bu özgürlüğün katiyen devlete karşı kullanılamayacağını bildirmektedir. Bu anlamda, medyanın görevi salt habercilik ve bilgi vermekten ziyade, Komünist Parti propagandası yaparak, siyasi amaçlarına hizmet etmek ve muhalif tutum ve davranışları sonlandırmaya çalışmaktır (Işık, 2012, s.35-38).

5.2.5. Gelişme Aracı Kuramı

McQuail maddi, sosyal ve siyasal sahadaki gelişmeler çerçevesinde, yukarıda ifade edilen dört ana kurama düzenlemeler yapılması gerektiğini savunarak, kuralcı medya sistemlerini açıklık getiren iki yeni kuram daha meydana getirmiştir. Bilhassa gelişmekte olan ülkelere yönelik hedef alan bu yeni kuramsal dayanaklar, söz konusu ülkelerdeki medyanın pozisyonunun yerleşmesine uygun bir alan oluşturmaktadır. Gelişme Aracı Kuramı ile verilmek istenen esas düşünce, kitle iletişim vasıtalarının gelişmekte olan ülkelerde toplumsal büyüme ve kalkınma hedefiyle kullanılabileceğidir. Gelişmekte olan ülkelerde, daha iyi iletişim araçlarının kurumsallaşması toplumsal ve politik açıdan mümkün olamamaktadır. Bunun nedenleri arasında; iletişim alt yapısına ait mesleki bilgi ve becerilerin az olması, yeterli kültürel kaynakların var olmaması ve izleyici kitlesinin özelliğinin düşük olması gösterilmektedir. Bu Kuram ile beraber; kitle iletişim araçlarının ülke sınırını harekete geçirmek amacıyla kullanılması ve bu hedefle, medya organlarına ulusal amaçlara ulaşmada katkı sağlayacak pozitif gelişme görevleri biçilmesi savunulmuştur. Bu nedenle, kitle iletişim araçlarının özgür davranma şekillerinin ait olduğu ülkenin ekonomik ve toplumsal amaçlarına ve toplumsal faydaya katkı sağlamadığı takdirde sınır koyulabilir (Işık, 2012, s.38-40).

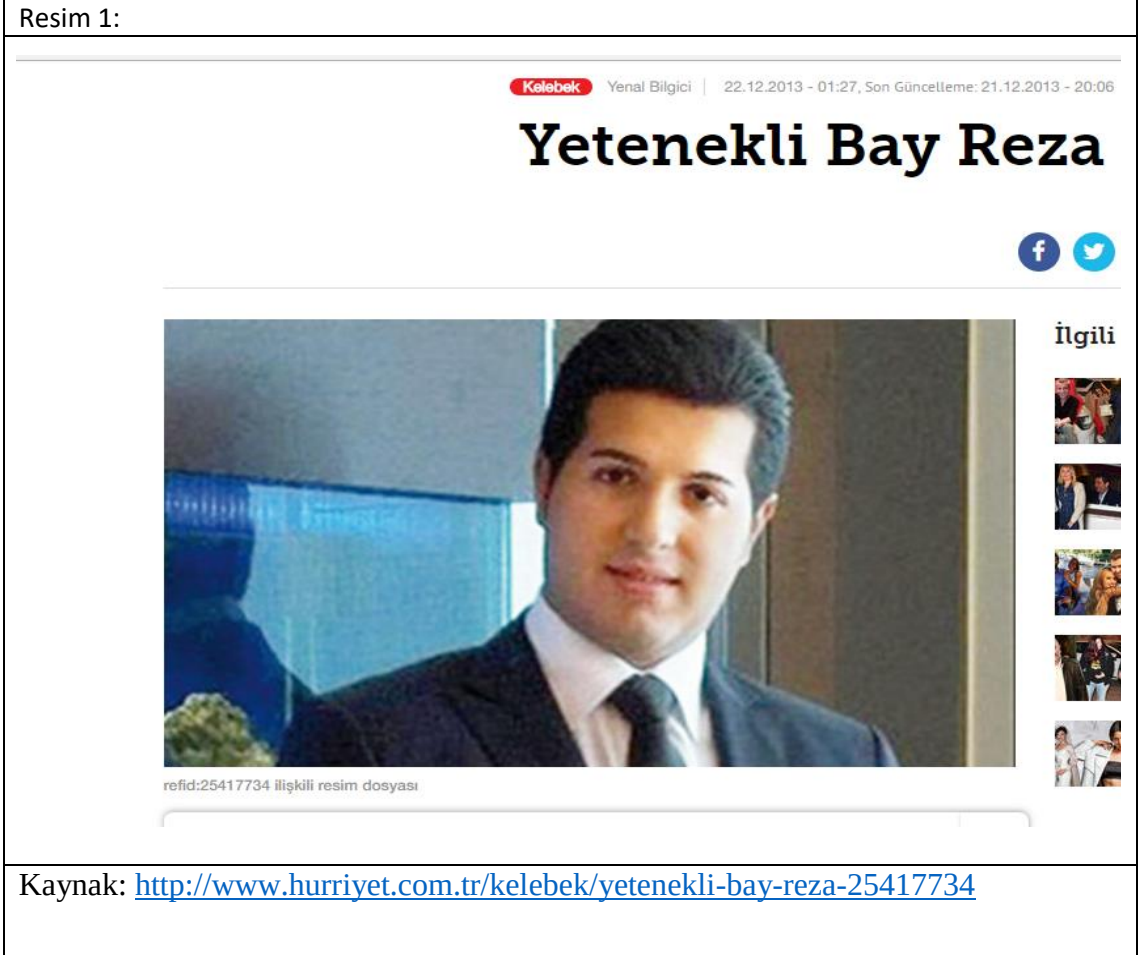
5.2.6. Katılımcı Demokratik Medya Kuramı

McQuail tarafından kavramsal sınırlılığı oluşturulan Katılımcı Demokratik Medya Kuramı, diğer beş kurama bir karşı meydana gelmiş ve Liberal Kuram'ın bir devamı olarak gelişmiştir. Bu kuram, Sosyal Sorumluluk Kuramı'nı haddinden fazla merkeziyetçi ve elit olmakla suçlamış ve beklenenin plülarist anlayış bakış açısıyla ile elde edileceğini dile getirmiştir. Siyasal yönetime dahil olmayı destekleyen Kuram, en tepeden en aşağı bir birlikte olmayı ve iletişim modelini geri çevirerek; yatay ve aynı düzeyde, adil bir iletişim modelini benimsemiştir. Toplumun en alt düzeyindeki bireylerin de siyasal gündeme dahil olması ve fikirlerini aktarabilmesi esas prensip olarak kabul edilmiştir. Dolayısıyla, devlet tekelinde bulunan, sabitleşmiş medya pratiklerini uygulayan, çok profesyonel bir medya sistemi yerine; küçük ölçekleri de göz önünde bulunduran, toplumun tüm kısımlarını kapsayan, kurumsallaşmamış bir medya dizaynı Kuram'ın çizdiği medya biçimi olarak meydana gelmektedir(Işık, 2012, s.40-42).

6. İKTİDAR-MUHALEFET ÇATIŞMASINDA MEDYANIN ROLÜ: RIZA ZARRAB ÖRNEK OLAYI

6.1. Hürriyet Gazetesi İncelenmesi

Resim 1:



Muhallif bir gazete olan Hürriyet Rıza Zarrab hakkında 22.12.2013 tarihinde ‘Yetenekli Bay Reza’ başlıklı bir haber yapmıştır. O dönem içerisinde Zarrab haberin başlığından da anlaşılacağı gibi övgülere mazhar olmuş durumdadır. Muhallif bir söylem yöntemiyle haberin devamında eleştirel bir dil kullanmaktadır. 22.12.2013 tarihinde yapılan bu haber 17-25 Aralık olaylarından hemen sonra yapılmıştır. Haberın devamında ise asıl verilmek istenen mesaj vurgulanmaktadır.

Resim 2:

< Geri | **Kelebek** Yetenekli Bay Reza

Asilzade, kavgacı, sıkıntılı, neşeli, işadamı, aşk adamı... Şarkı sözleri de onda, yolsuzluk iddiaları da. 'Büyük Rüşvet' operasyonunun merkezinde duran İranlı Reza Zarrab'ın hayatı birçok başka hayattan alınmış parçaların toplamı gibi.

Bir insan hem altın kralı hem besteci ve söz yazar olabilir mi? Oldu diyelim, bunu 25 yaşında becerebilir mi? Becerdi diyelim, bunu doğup büyüdüğü yerde değil de henüz birkaç yıl önce geldiği yabancı bir ülkede gerçekleştirebilir mi? Keşke bu soruları daha önce akıl etseydik. Bütün cevaplara sahip, tüm yaptıkları "ben sıradışı bir vakayım" diye bas bas bağırın, üstelik de memleketin en ünlü şarkıcılarından biriyle evli bir adam, hepimizin gözü önünde duruyordu. Şimdi ülkeyi sallayan yolsuzluk operasyonunun merkezinde duruyor. Artık sor sorabilirsiniz... 1984 doğumlu Reza Zarrab (Türkçedeki ismi Rıza Sarraf), yirmili yaşlarının başından beri Türkiye'de. Memleketi İran, ilk ikametgâhı başkent Tahran'a 20 km mesafedeki Kerec şehri. Ailesi İran Azerisi ama Dubai'de yaşıyorlar. İş hayatına da Dubai'de başladı. İstanbul'da kurduğu ve bünyesinde inşaattan denizcilğe sekiz ayrı şirket barındıran Royal Holding ile bugünlere geldi. Tanıyanlar, Zarrab'ın son derece zarif ve akıcı bir şekilde Türkçe konuşabildiğinden bahsediyor. Aksanı yok. Türkçeye bu derece hâkimiyet onunla ilk defa tanışanları hem şaşırtıyor hem etkiliyor. Türkiye'de iş yapmasını, yavaş yavaş tanınmasını da zaten bu Türkçe bilgisi sağladı. Arabesk / fantezi şarkılara söz yazarak İstanbul müzik piyasasına girdi Zarrab. "Genç bir adamın İran'dan geldiği gibi şarkı yazmasına müsait bir müzik piyasamız mı var" diye sormayın. Bu iş elbette fazladan beceri gerektiriyor. En çok da sosyalleşme, insan tanıma, başkalarına kendini tanıtırma becerisini... Zarrab da öyle yaptı. Şarkıları bir dönem Türkiye'de epey tutulan Azerbaycanlı sevgilisi Günel Zeynelova için kara sevda şarkıları yazarak, pazarın diğer aktörlerinin görüş alanına girdi. Bir daha da hiç çıkmadı.

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/yetenekli-bay-reza-25417734>

Yukarıdaki haberin devamında bahsettiğimiz haberde asıl verilmek istenen mesaj bu kısımda açıkça belirtilmiştir. İlk olarak Zarrab'ın özellikliklerinden bahsedilerek bir övgüde bulunuluyor; ardından şahsın yaşı da göz önünden bulundurularak sahip olduğu bu özellikleri nasıl kazandığı ve bu kazanımları sağlamasının bu şartlarda pek mümkün olmayacağı irdelenerek dile getirilmiştir. Haber okunan kitle için bahsi geçen şahıs adına bir şüphe oluşturma ve kafa karıştırma amacıyla yapılmıştır. Aslında bu sürecin analizi daha önceden yapılması gerektiğini ve bunun için geç kalındığını ifade etmiştir. Bir çok farklı etkene rağmen bu kadar servetin nereden, nasıl ve ne zaman geldiğini çok kısa zamanda yabancı uyruklu olmasına rağmen ülkemizin gündemine neden yerleştiğinin mantıklı bir izahı oluşturulmaya çalışılıyor.

Resim 3:

Geri | Kelebek Yetenekli Bay Reza

PANİK ATAKLARLA KALBİ SIKIŞIYOR

Ama Zarrab'ın kendisi Günel'in görüş alanından çıktı. Biri İranlı, diğeri Azerbaycanlı, kültürleri birbirine yakın iki sevgili, beraber geçen sekiz senelerini çok da sevimli sözcükler kullanarak noktalamadı. Günel'in oklarının hedefinde, Zarrab'ın, ortak dostları aracılığıyla tanıştığı yeni sevgilisi (şimdi karısı) Ebru Gündeş vardı. Zarrab ise, Günel'i ve ailesini kendisini tehdit etmekle suçladı. Karşılıklı suçlamalar dozunu arttırarak devam edince iş savcılığı karşılıklı verilen dilekçelerle bitti. Aşk şarkıları yerini ağır ithamlara bırakmıştı.

Zarrab, Gündeş'le beraberliğinin ilk günlerinde verdiği bir röportajda, "Ben bir işadımıyım. İşim ve şirketimle ilgili bir ekonomi haberinde çıkabilirim, adım yazılabilir ama benim ne işim var magazinle" diyecekti. Yine de magazinden geri durmadı. Evlenme teklifini evin bütün duvarlarına "seni seviyorum, benimle evlenir misin" yazarak yaparken magazine konu olacağını herhalde biliyordu. Doğum günü hediyesi olarak Kanlıca'da yalı satın almak, evin kapısına bir kamyon gül yaprağı döktürmek de çok düşük profilli bir hareket sayılmaz. Yine de yaptı. Hakkında "her kadın ondan kadınlık ve insanlık dersi almalı; çocuğumun annesi olması için her şeyimi verebilirim" diye konuştuğu Gündeş'e aldığı milyon dolarlık her yeni hediyeyle yeniden gündeme geldi. Yine Gündeş'e hediye ettiği 'Dutyfree' isimli yarış atı bir de koşu kazanarak ekstradan gündem katkısı da sağladı.

Hayat her zaman güllük gülistanlık değil. Adı konmamış sıkıntıları da vardı Zarrab'ın. Milliyet gazetesi yazarı Ali Eyüboğlu üç sene önceki bir yazısında, Zarrab'ın rahatsızlıklarını şöyle yazıyordu: "Gündeş'in eşinde ciddi bir 'panik atak' başladı. O nedenle çift, neredeyse haftanın üç gününü hastanede geçiriyor. Gündeş ile 'Galiba kalp krizi geçiriyorum' diyen eşi Zarrab, panik halinde hastanenin yolunu tutuyor. Zarrab'ın her hastaneye gidiş sebebi, burada yapılanlar ve sonuç aynı. Muayene, bir dizi tetkik ve tahlilin ortaya koyduğu şey 'panik atak'...

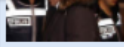
Gündeş, "Başını göğsüme koymadan uyumuyor" dediği eşinin bir panik atağından, bir de model

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/yetenekli-bay-reza-25417734>

Haberin son bölümünde ise Zarrab'ın hayatına dair magazinsel bir bakış açısı ile değerlendirilme yapılmıştır. Zarrab'ın özel hayatından bilgi verilerek aynı zamanda magazinsel bir yönüne vurgulanmıştır. Bu şekilde kişinin bu yönünü belirterek siyasi ve iş adamı yönünden başka diğer özelliklerine dikkat çekiliyor.

Resim 4:

Ekonomi Altın kariyer



ALİ AĞAOĞLU 2 GÜN SONRA İLK KEZ GÖRÜNTÜLENDİ

İhracatın yüzde 46'sı

2012 yılında altın ve kıymetli madenler ithalat ve ihracatı yapmak üzere kurulan Safir Altın Ticaret Limited Şirketi aynı yıl gerçekleştirdiği ihracat ile Türkiye'nin 2012 altın ihracatının yüzde 46'sını tek başına yapmayı başardı! Bu değişiklik bir zorunluluktan ortaya çıktı. 2011 Nisan ayında Atatürk Havalimanı'nda kaçakçılık suçlamasından gözaltına alınan Turgut Happani, Royal Denizcilik'in kurucularındandı. 150 milyon doları bavullarla taşıırken gözaltına alınan 14 kişi arasında yer alan Happani'nin Sarraf'ın şoförü olduğu iddia edildi. Sarraf o dönem Happani'yi tanıdığını ancak şoförü olmadığını söylemişti. Bunun üzerine şirketin ana sözleşmesi değiştirildi. Yetmedi... Bu yılın başında da yine İstanbul Atatürk Havalimanı'nda Dubai'ye giden bir gruptan şüphelenen polis, çantalarında uyuşturucu ararken piyasa değeri 30 milyon dolar olan 320 külçe altın buldu. Altınların sahibinin ise yine Sarraf olduğu ortaya çıktı. Kuryeler altının yasal yollarla ihraç edildiğini belirtep ellerindeki beyannameyi polise gösterince altınlar geri verildi.



'KİRLİ BİR OPERASYON'

Her yıl MASAK'ın müdavimi oldu

RIZA Sarraf, bugün 6 farklı bölgede 4 ofis ve 120 broker aracılığı ile çalışan Safir Altın ile birlikte Royal Holding 8 firması ile 10 farklı sektörde faaliyet gösteriyor. 2013-2015 aralığında ise turizm, enerji, petrokimya, madencilik ve bilişim sektörlerinde yatırım yapmayı planlıyor. Sarraf ayağının tozuyla geldiği Türkiye'de 2008 yılında şirketleşirken bir başarıya daha imza attı ki o da Mali Suçlar Araştırma Kurulu'nun (MASAK) raporu oldu. İlk faaliyete geçtiği andan itibaren MASAK tarafından izlenen Sarraf her yıl bu raporlarda yer almayı bildi. Bu arada Sarraf'ın deniz, atlar ve gökyüzü ile uçmak gibi tutkuları bulunuyor ve bunu holding mesajında dile getiriyordu.

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/altin-kariyer-25394985>

Hürriyetin tez kapsamında ele alınan ikinci haberinde ise Zarrab'ın şirketlerine dair bilgi verilmektedir. Zarrab'ın altın ticaretinde ülkemiz için tek başına ihracatın % 46'sını yaparak büyük bir başarıya imza attığını vurgulamaktadır. Daha sonra haber de Zarrab'ın şoförünün kaçakçılık yaptığı ve bunun ortaya çıktığı söylenmektedir. Zarrab'ın gayrimenkul ve döviz zengini olduğu vurgulanarak eleştirel bir habercilik anlayışı ile yaklaşımda bulunulmuştur.

Resim 5:

3eri | **Ekonomi** | Altın kariyer



Henüz 30'unda bile olmayan Sarraf'ın 5 yılda hızlı yükselişi.

RÜŞVET operasyonunun kilit isimlerinden biri olan ve Türkiye'nin Ebru Gündeş'in kocası olarak tanındığı Bakü doğumlu 29 yaşındaki **Reza Zarrab** (Rıza Sarraf) 5 yıldır Türkiye'de iş yapıyor. İlk faaliyet alanı denizcilik olan Sarraf, daha sonra kurduğu şirketlerle Türkiye'nin **altın** ihracatının yansını gerçekleştirmeye başladı.



Yolsuzluk ve rüşvet operasyonunda 9 kişi serbest bırakıldı

TÜRKİYE'nin gündemine bomba gibi düşen operasyonun baş kahramanlarından Reza Zarrab, Türkçe ismiyle Rıza Sarraf. Bugün sokaktaki vatandaşın bile en azından Ebru Gündeş'in kocası olarak bildiği Zarrab veya daha uygun ismiyle Sarraf 2008 yılından beri Türkiye'de iş yapıyor.

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/altin-kariyer-25394985>

Haberin devamında henüz 30 yaşında bile olmayan Zarrab'ın çok hızlı büyüdüğü ama devamında yolsuzluk ve rüşvet operasyonunda 9 kişinin serbest kaldığını söyleyerek sanatçı Ebru Gündeş'in kocası olduğuna dair bir bilgi verilerek haber genel formatında var olan eleştirel yaklaşıma devam edilmiştir.

Resim 6:



Rıza Zarrab sadece iş adamı ve politik kimliği ile değil aynı zamanda sebebi belli olmayan zenginliği ve gösterişli bir yaşam tarzıyla da medyanın gündemini uzun süre meşgul etmiştir. Haberde de dile getirildiği gibi Zarrab gereksiz bir çok harcama yaparak hem medya da popüler bir karakter olmayı beceriyor hem de basının dikkatini çekerek medyatik bir ünlü olmayı da beceriyor. Hürriyetin 09.04.2011 tarihinde yaptığı bu haberin içeriği buna yönelik olmuştur. Toplumun dikkatini çekmeyi çok iyi beceren Zarrab bu şekilde gündem de kalmayı hedef haline dönüştürüyor.

Resim 7:

Hürriyet Gündem Dünya Ekonomi Spor Arena Video Seyahat Kelet

Oradan buradan...

Tayfun kabul etti
- Benimle 1 milyon gişe iddiasına giren "Kolpaçino"nun yapımcısı Tayfun Topal aradı, "İddiayı kazandın abi. İki-üç hafta daha geçsin, saçları kazıtıp küpe takacağım" dedi. Neyse ki filminden zarar etmemiş, tek zararı benimle iddiaya girip saçlarını kaybetmek olacak.

Zeytinyağısız Vapiano
- Vapiano'yu nasıl bilirdiniz? Nişantaşı-Abdi İpekçi üzerinde self servis bir İtalyan değil mi? Dekorasyonu güzel, mantığı güzel, her yere bir İtalyan restoranı havası sinmiş... Ah bir de masalarda ayçiçek yağı yerine zeytinyağı şişeleri olsaydı... Hangi İtalyan restoranında görülmüş masalara zeytinyağı yerine ayçiçek yağı şişesi kondu? Hiç oldu mu Vapiano?

İstanbul'da boş oda yok
- Soğuk havalara denk geldiği için Shopping Fest'in tarihine itiraz etmiştim. Seneye nisan sonunda başlamasını önermiştim. New York'ta yaşayan turizmci okurum Timur Ulutın, "Mayısta İstanbul'da tek boş oda bulamıyoruz. Shopping Fest'in sezon dışında yapılması o yüzden doğrudur" diyor... Bu da bir görüş.

Dostluk ve eleştiri

Dün "Etiler Koşuşu" kitabına itiraz ettim, yayıncısı sevgili arkadaşım Vedat Bayrak aradı... Böyle dostları seviyorum. Ne sitem var ne de kırgınlık. Arkadaşımızın kitabını, filmini, restoranını, reklamını eleştirmeyeceksek biz bu işi bırakalım. Sonuçta köşe yazarının herkesle bir şekilde arkadaşlığı, dostluğu oluyor. Dostlarımızın işini eleştirmezsek, geriye kim kalıyor? Ne yazık ki bazıları bu gerçeği görmüyor. Filmini eleştirdiğinde küsüyor, oyununu beğenmediğinde bozuluyor. Vedat onlardan değil

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/ebru-dolarla-dolu-havuzda-yuzuyor-17501148>

Yukarıda bahsi geçen haberin devamını şekil dokuzda görmekteyiz. Haberde Zarrab'ın kaynağı net olarak bilinmeyen servetini harcayarak medyatik bir karakter olmayı ve bunun için çok çaba sarf ettiğini anlamaktayız. Hürriyet bu haberde hem magazinsel bir yaklaşım hem de eleştirel bir yorum yapmayı tercih etmiştir.

Resim 8:

Hürriyet Gündem Dünya Ekonomi Spor Arena Video Seyahat Kelebek

GÜNDEM

Haberler > Gündem > 4,5 milyon dolar neden evde kutulaydı?

4,5 milyon dolar neden evde kutulaydı?

Ayşegül USTA / İSTANBUL 21.12.2013 - 16:47 | Son Güncelleme: 21.12.2013 - 16:47

Tutuklanan Halkbank Genel Müdürü Süleyman Aslan, ifadesinde "Ayakkabı kutularındaki 4,5 milyon dolar Makedonya'daki Balkan Üniversitesi ve Osmancık'taki imam hatip için toplanan bağış paralarıydı" dedi. Aslan, paranın neden evde ve kutularda olduğu sorusuna da "Çünkü bankaya herhangi bir kasaya koyduğumuz zaman kimin adına ve niçin konulması gerektiğini tutanakla belirtmemiz lazım" yanıtını verdi.

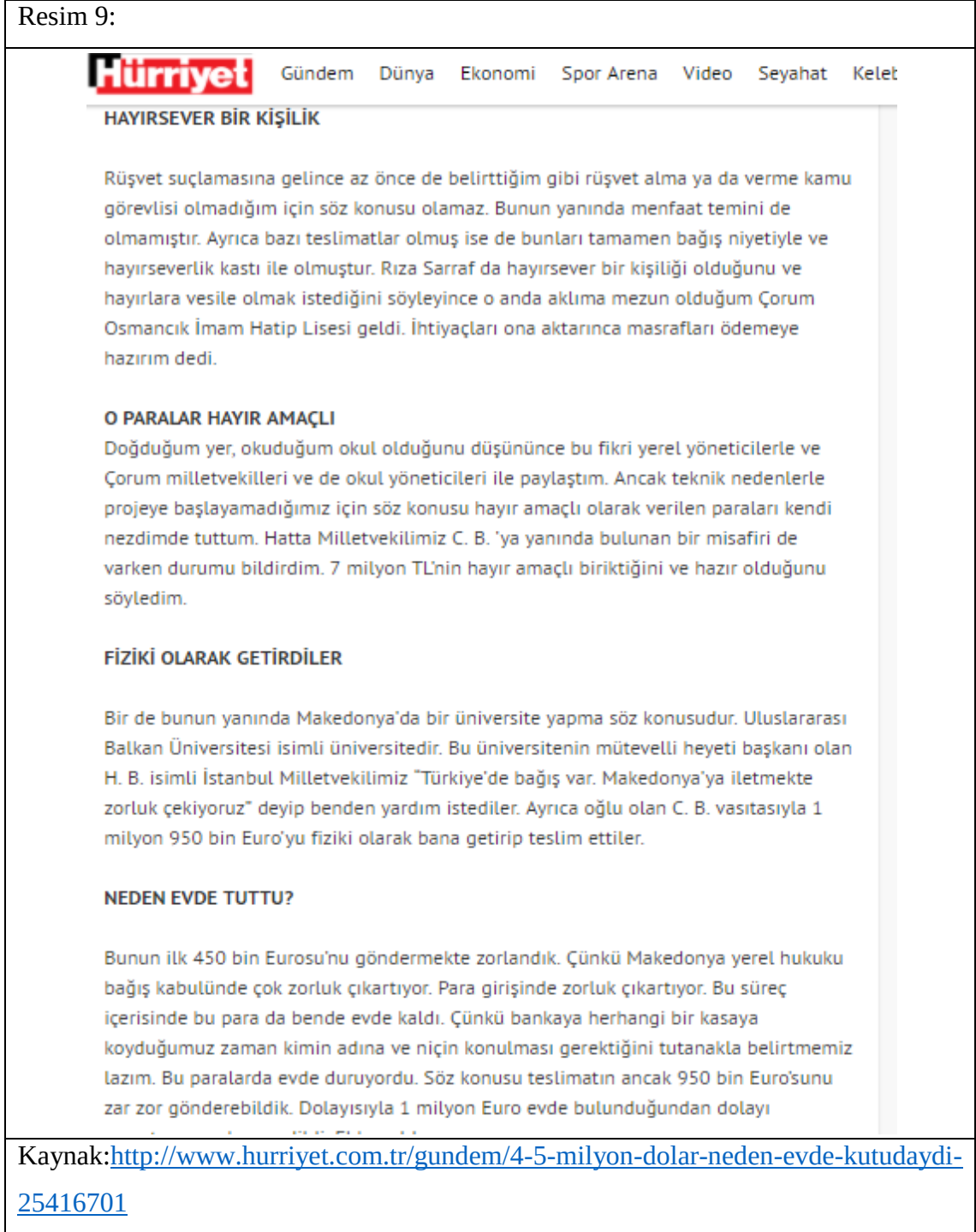


PAYLAŞ        A   Yorum yaz

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/4-5-milyon-dolar-neden-evde-kutulaydi-25416701>

Hürriyet'in bu haberin de 17/25 Aralık sürecini girilmiş bulunmaktadır. 17/25 Aralık sürecinin kilit isimlerinden biri olan tutuklanan Halkbank Genel Müdürü Süleyman Aslan'la alakalı bir haber yapılmaktadır. Haberin devamında ise Rıza Zarrab'ın ismi geçmektedir. Tezin için en önemli kısımlardan bir tanesi yani tezin gelişme bölümü bu aşamadan sonra şekillenmektedir.

Resim 9:



17/25 Aralık sürecinin ilk meydana geldiği ve medyaya yansıdığı bu olay Rıza Zarrab'ın bahsinin geçtiği ilk siyasi olay olma özelliğini taşımaktadır. Hürriyet Gazetesi biraz önce belirttiğim gibi Halkbank Genel Müdürünün Rıza Zarrab ile olan ilişkisine dair ve genel müdürün evinde çıkan paraların akıbetine yönelik eleştirel bir haber yapmıştır.

Resim 10:

Hürriyet Gündem Dünya Ekonomi Spor Arena Video Seyahat Kel

GÜNDEM

Haberler > Gündem > Reza Zarrab'la suvundular

Reza Zarrab'la suvundular

Turan YILMAZ – Umut ERDEM/ ANKARA 07.05.2014 - 02:17 | Son Güncelleme: 07.05.2014 - 00:09

CHP'nin 4 eski bakanla ilgili ayrı ayrı verdiği soruşturma önergesinin, TBMM Genel Kurulu'nda görüşmeleri sabah saat 06.00'ya kadar sürdü.



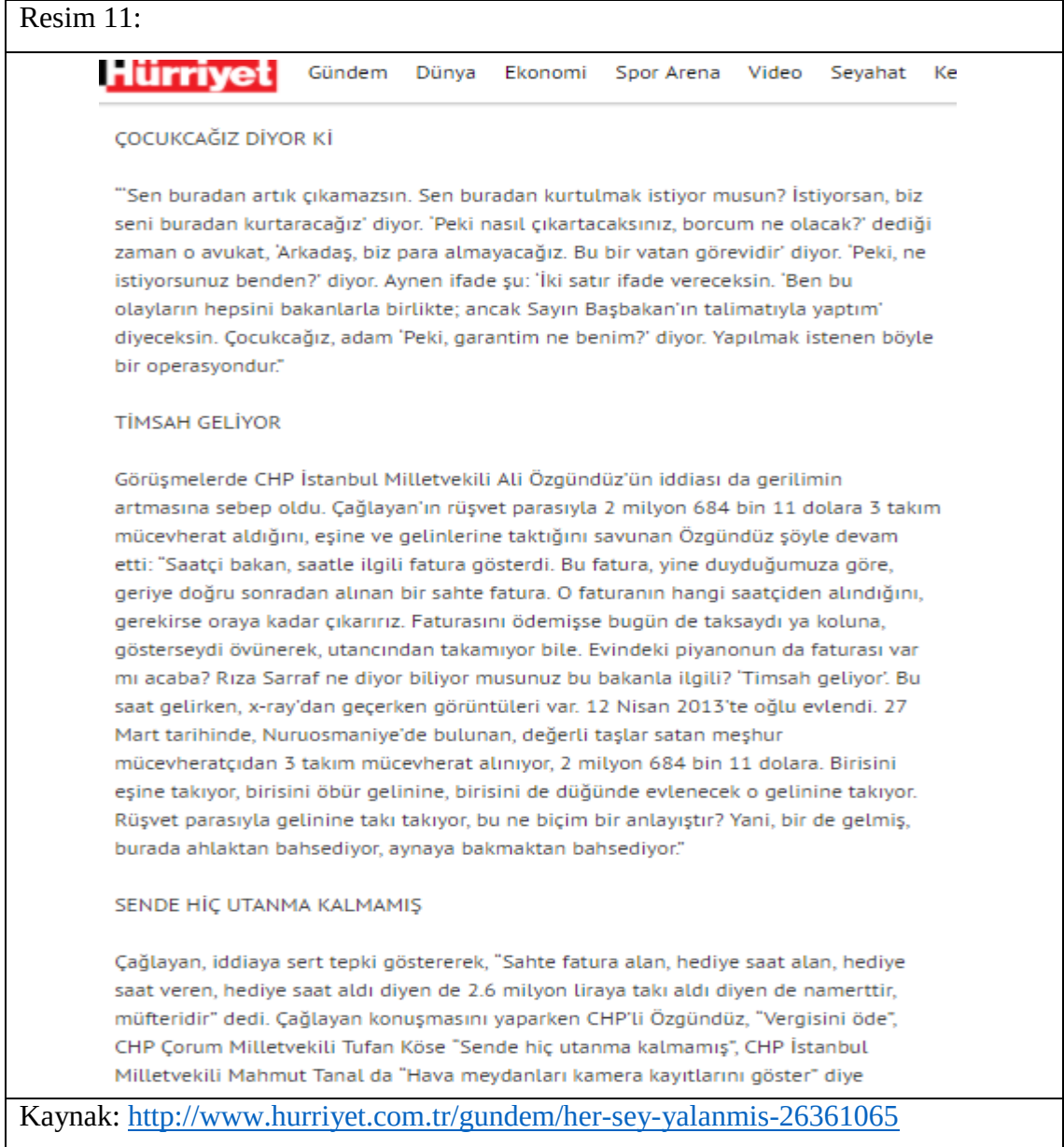
PAYLAŞ        A   Yorum yaz

İki kez arbedenin yaşandığı görüşmelerde, tansiyon sık sık yükseldi. Tartışmaların merkezinde ise Reza Zarrab ve bakanlarla ilişkisi yer aldı. Eski Ekonomi Bakanı Zafer Çağlayan, Zarrab için "Çocukcağız" dedi. Operasyonu yürüten savcının, bir avukatı Metris Cezaevi'nde kaldığı sırada Zarrab'a gönderdiğini belirten Çağlayan şunları söyledi:

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/her-sey-yananmis-26361065>

Hürriyet'in bu haberinde ise CHP'nin 4 eski bakanla ilgili ayrı ayrı verdiği soruşturma, önergesinin TBMM Genel Kurulunda görüşmelerini vurgulamaktadır. Bu görüşmede 2.kez arbede yaşandığını tansiyonu sık sık yükseldiğini belirterek ve aynı zamanda Eski Ekonomi bakanı Zafer Çağlayan'ın Zarrab için 'çocukcağız' dediğini vurgulayarak muhalif bir söylemle iktidara yönelik bir haber yapmış bulunmaktadır.

Resim 11:



Bir önceki sayfada belirtildiği gibi Hürriyet Gazetesi eleştirel bir yaklaşımla haber yapmıştır. AK Partili Eski Bakan Zafer Çağlayan’ın ifadelerine yer vermektedir ve buna bazı başlıklar açmıştır ‘ÇOCUKÇAĞIZ DİYOR Kİ’ ifadesini yazarak Zafer Çağlayan’ın konuşmasına yer vermiştir aynı zamanda CHP İstanbul Milletvekili Ali Özgündüz’ün iddiasını ifa dile getirdiğinde genel kurulda tansiyonun artmasına sebep olduğunu belirterek durumu özetleyen bir haber yapmış bulunmaktadır.

Resim 12:



Hürriyet'in internet gazetesi AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Özdağ'ın ifadelerine yer vererek 'Bu konuda bir şey söylemek istemem, suçlu olanlar cezasını çöksin CHP de MHP de bizimle birlikte anayasa değişikliğine davet ediyorum' çağrısında bulunan Özdağ'a yer vermektedir bu habere dair önemli başlık ise bir sonraki sayfada yer almaktadır.

Resim 13:



AK Parti Genel Başkan Yardımcısı ve Manisa milletvekili Selçuk Özdağ işadamı Rıza Zarrab'ın ABD'de tutuklanması ile ilgili konunun kendi alanı olmadığını 'Bu konuda değerlendirme yapamayacağını ancak suçlu olanın cezasını çekmesinden yana olduğunu' belirtmiş durumdadır haberin ilk paragrafında da anlaşılabacağı gibi hürriyetin yorumu daha çok ifadelere yer vermekten yana olduğunu görmekteyiz . Yani haber hakkında olumlu veya olumsuz bir eleştiri de bulunulmamıştır.

Resim 14:

Haberler > Ekonomi Haberleri > Reza Zarrab'ın otobüsü Miami'den yola çıktı: İlk durak TALLAHASSE

Ekonomi Razi CANIKUĞIL/NEW YORK | 15.04.2016 - 02:01, Son Güncelleme: 16.04.2016 - 19:13

Reza Zarrab'ın otobüsü Miami'den yola çıktı: İlk durak TALLAHASSE

Facebook Twitter YouTube

Yazdır Yaz Tipleri Yorumlar



İlgili Haberler

- Dolar ve Euro tarihi rekor kırdı
- Hurdadan askeri araçları alıyor! Bu hale getiriyor
- İnternet satışlarına 'Rekabet' ayanı
- Başkentray için geri sayım başladı
- İkinci el oto satıcıları için kritik uyarı

ABD'ye giriş yaparken Miami havaalanında FBI tarafından 19 Mart günü tutuklanan işadamı Reza Zarrab, 25 gece yattığı Miami Federal Cezaevi'nden çıkarılarak New York'a nakledilmek üzere otobüs ile yola çıkarıldı. Zarrab'ın ilk

Son dakika Haberleri İTÖ'nün yeni başkanını belli oldu

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/reza-zarrabin-otobusu-miamiden-yola-cikti-ilk-durak-tallahasse-40088526>

16.04.2016 tarihinde yapılan bu Haber'de Rıza Zarrab'ın Amerika Birleşik Devletleri'nde Miami mi havaalanında FBI tarafından 19 Mart Cuma günü tutuklandığı ve 25 gece yattığı Miami federal cezaevinden çıkarılarak nakledilmek üzere otobüs ile yola çıkarıldığını anlatan yorumsuz bir haberdır. Yapılan haber'de anlaşılan şu ki 17/25 Aralık sürecinden etkilenen Rıza Zarrab'ın Amerika Birleşik Devletleri'ne kaçtığı ve burada tutuklandığı medya tarafından tanındığı ilk dönemlerdeki gibi bir iş adamı olma özelliğinden uzaklaştığı anlaşılmaktadır. Bu durum eleştirel söylem kullanılmadan, net şekilde söz konusu olan haber' de ifade edilmiştir.

Resim 15:

Hürriyet Gündem Dünya Ekonomi Spor Arena Video Seyahat Kelebek

GÜNDEM

Haberler > Gündem > İlhan Cihaner'den 17 Aralık başvurusu

İlhan Cihaner'den 17 Aralık başvurusu

SMAİL SAYMAZ 26.05.2016 - 13:02 | Son Güncelleme: 26.05.2016 - 13:05

CHP İstanbul milletvekili İlhan Cihaner 17 Aralık soruşturmasındaki takipsizlik kararının kaldırılarak yeni bir soruşturma açılması için İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığına başvurdu.



PAYLAŞ     

— A +  Yorum yaz

Cihaner, Rıza Sarraf hakkında ABD'de açılan dava ve Babek Zencani hakkında İran'da verilen kararın yeni delil veya yeni bir suçun işlendiği izlenimi niteliğinde olduğu kabul edilerek derhal soruşturma açılması gerektiğini belirtti. Cihaner, bu soruşturmada İran ve ABD'den Sarraf ve Zencani dosyalarının istenmesini ve Zencani'nin tanık sıfatıyla ifadesinin alınmasını da istedi.

Cihaner başsavcılığa verdiği dilekçesinde, Sarraf'ın 19 Mart'ta ABD'de gözaltına alındığını ve tutuklandığını anlatarak, "ABD'yi dolandırmak, Uluslararası Acil Ekonomik Güçler Yasası'nı ihlal etmek (ABD'nin İran'a yönelik yaptırımlarına yasal zemin oluşturan yasa), Banka Dolandırıcılığı ve Kara Para Aklamak" suçlarından dava

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/ilhan-cihanerden-17-aralik-basvurusu-40109290>

26.05.2016 tarihinde yapılan haber' de İstanbul Milletvekili İlhan Cihaner 17 Aralık soruşturmasındaki takipsizlik kararını kaldırarak yeni bir soruşturma açılması için İstanbul Başsavcılığına başvurduğunu ifade etmektedir Hürriyet Gazetesi muhalefet partisinden bir milletvekilinin mecliste yaptığı bu basın açıklamasını kendi yayın organından haberleştirerek topluma sunması aynı zamanda muhalif bir dil kullanan İlhan Cihaner'in Söylemlerine yer vererek eleştirel bir bakış açısıyla bu olaya yaklaştığını anlaşılmaktadır.

Resim 16:

Hürriyet Gündem Dünya Ekonomi Spor Arena Video Seyahat Kelet

GÜNDEM

Haberler > Gündem > Hükümetten Reza Zarrab tepkisi

Hükümetten Reza Zarrab tepkisi

ANKARA (AA) 30.11.2017 - 09:54 | Son Güncelleme: 30.11.2017 - 15:53

Başbakan Yardımcısı Bekir Bozdağ'dan Kemal Kılıçdaroğlu'na tepki geldi. Bozdağ, Reza Zarrab'la ilgili ise, "Baskıyla iftiracı haline geldi" diye konuştu, dava için şunları söyledi: "Şu anda ABD New York'ta yargı eliyle bir tiyatro ortaya konuluyor. Bir dava düşünün yargılayan hakim FETÖ'nün organizasyonuna katılmış, 17-25 Aralık'ta FETÖ'nün görüşlerini savunmuş. Öte yandan tanık olarak bir tanesini dinliyor o da FETÖ'cü. Yargılayan FETÖ'nün organizasyonuna katılan hakim, raporunu hazırlayan FETÖ'cü, bilirkişiler FETÖ'nün finanse ettiği kurumlardan, tanıklar FETÖ'cü. Bu mahkemeden biz hangi adaleti bekliyoruz?"

[Bu video dosyasını indir](#)



PAYLAŞ          Yorum yaz

Başbakan Yardımcısı ve Hükümet Sözcüsü Bekir Bozdağ, "CHP'nin Genel Başkanı Kılıçdaroğlu, çamur siyaseti dediğimiz bir siyaset tarzını Türk siyasi hayatına maalesef istikrarlı bir şekilde yerleştirmeye çalışıyor. Daha önce de defalarca benzer iftiralarda bulundu. Pek çok şey atıyor, soru soruyor, 'Siz şöyle yaptınız mı, yapmadınız mı? Yoksa böyle değil mi? Anladık mı? Bir bakalım' diye" dedi.

Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/bozdagdan-kilicdaroglu-ve-zarrab-aciklamalari-40662856>

Hürriyet'in Rıza Zarrab ile ilgili bu haberinde ise Başbakan Yardımcısı Bekir Bozdağ'ın ifadelerine yer vermiştir Anadolu ajansına konuşan Başbakan Yardımcısının 17/25 Aralık operasyonlarına karşı içinde Rıza Zarrab'ın da adının geçtiği bir açıklama yapmıştır. Hürriyet bu açıklamayı yorumsuz bir şekilde okuyanlarına duyurmuştur.

Resim 17:



Bu haber'de Hürriyet Gazetesi Rıza Zarrab meselesinin ülke gündemine oturduğu ve olayın siyasi ,ekonomik aynı zamanda stratejik önem kazandığı dönemde yapmıştır. CHP'li Tezcan 'Sayın Erdoğan gereğini yaparım' demişti, bu dekontlardan sonra istifa etmesini bekliyoruz ifadesini kullanmıştır. Bu haberden anlaşılıyor ki Hürriyet Gazetesi iğneleyici ve muhalif bir dil kullanarak gazetecilik görevini icra etmektedir. Cumhurbaşkanı Erdoğan'a yapılan çağrıyla haberin manşetine taşıyarak eleştirel bir yaklaşım sergilemiştir.

Resim 18:



Kaynak: <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/kilicdaroglundan-ak-partili-vekile-cagri-kendisini-hanimefendiyle-beraber-evime-davet-ediyorum-40668456>

Türkiye'de Rıza Zarrab olayının en yoğun olduğu dönemde yapılan bu haber'de CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun açıklamalarına yer verilmiştir.' Zarrab ötünce hain oldu' ifadesine değinilmiş bu söz manşete taşınarak CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun haklı olduğunu düşündürülerek eleştirel bir yaklaşımla bulunulmuştur. Aynı zamanda 'Şimdi casusmuş efendim, e zaten casus zaten sahtekar. Bu bilgileri kim verdi? Bu bilgilerin tamamı senin bakanların, yani senin hükümetin verdi senin hükümetin Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ne ihanet etti' diye konuştu Kılıçdaroğlu'nun bu ifadeleri ön plana çıkartılmış durumdadır.

Resim 19:



Hürriyet gazetesi örnekleminde Rıza Zarrab olayı ile ilgili son içerik analizi ise, Kılıçdaroğlu'na ait olan bir haber üzerinden yapılacaktır. 21.11.2017 tarihinde yapılan haberde Kılıçdaroğlu'nun ifadesine yer verilerek 'Rıza Zarrab için niye telaşa kapılıyorsun' manşeti atılmıştır. Hürriyet gazetesinin bundan önceki haberlerinde olduğu gibi muhalif bir yaklaşım söz konusudur. İncelenen haber içerikleri ve kullanılan dil tarzı dikkate alındığı takdirde, iktidarı zor durumda bırakabilecek haberler yapılmaktadır. Özellikle muhalefet partisinin sözcüleri ve üyelerinin haberlerine yer vererek Rıza Zarrab meselesi üzerinden hükümete yönelik iğneleyici haber içerikleri hazırlanmış durumdadır. Rıza Zarrab meselesi ile ilgili yapılan ilk haberlerde daha çok magazinsel yönü, iş adamı kimliği ve ihracat rekorları kırması gündeme getirilmiş daha sonra özel hayatı, eski sevgilisi sanatçı Günel ile alakalı haberler yapılmış daha sonra serveti ve mal varlığını

hedef alan içerikli haberler okuyuculara duyurulmuştur. Sonraki aşamada ise sanatçı Ebru Gündeş ile olan evliliği haberlerde konu edilmiş durumdadır. Ama 17/25 Aralık sürecinden sonra iktidar ve politikacılarla olan ilişkisi Rıza Zarrab olayını politik bir mesele haline getirmiştir Bu noktadan sonra, ülke gündemini belirleyen ve bütün yayın organları tarafından haberlere konu edilen siyasetin bir numaralı konusu haline gelmiştir. Hürriyet gazetesi de bu dönemlerden faydalanarak hem iktidar hem muhalefet temsilcilerine yer vermiş ama daha çok eleştirel bir söylem kullanarak hükümete yönelik toplumu bilinçlendirme amaçlı haberler yapmıştır.

6.2. Cumhuriyet Gazetesi İncelenmesi

Resim 20:

The screenshot shows the homepage of the Cumhuriyet newspaper website. At the top, the newspaper's name 'Cumhuriyet' is displayed in red, followed by the date '15 Nisan 2018'. Below this, there are social media icons for Facebook and Twitter, and a weather widget for Istanbul showing '18°C / 11°C'. A financial section displays 'EURO 5,06', 'USD 4,1', and 'ALTIN 177,38' with their respective percentage changes. A navigation bar includes links for 'YAZARLAR', 'GÜNDEM', 'SİYASET', 'TÜRKİYE', 'DÜNYA', 'EKONOMİ', 'KÜLTÜR-SANAT', 'ÇİZERLER', 'SPOR', and 'YAŞAM'. The main headline is 'Ebru Gündeş evlendi', with a sub-headline stating 'Ebru Gündeş, bir yıldır beraber olduğu Azerbaycanlı işadamı Reza Zarrab'la önceki gün nikah masasına oturdu.' Below the headline are social media sharing buttons for Beğen, Paylaş, Tweetle, and others. The article text begins with 'Reza Zarrab ve Ebru Gündeş, krizleri aştı, mutlu sona ulaştı.' and continues with details about the wedding and the couple's relationship. The source is cited as 'http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/diger/118998/Ebru_Gundes_evlendi.ht ml'.

Cumhuriyet 15 Nisan 2018

Aboneler İletişim Ara

İSTANBUL 18°C / 11°C

EURO 5,06 % -0,28 USD 4,1 % -0,28 ALTIN 177,38 % 0,85

YAZARLAR GÜNDEM SİYASET TÜRKİYE DÜNYA EKONOMİ KÜLTÜR-SANAT ÇİZERLER SPOR YAŞAM

Ana Sayfa Ebru Gündeş evlendi

Ebru Gündeş evlendi

Ebru Gündeş, bir yıldır beraber olduğu Azerbaycanlı işadamı Reza Zarrab'la önceki gün nikah masasına oturdu.

Beğen 0 Paylaş Tweetle

Takip et: @cumhuriyetgzt

instela'da paylaş Facebook'ta paylaş

WhatsApp Tumblr E-posta

cumhuriyet.com.tr

Yayınlanma tarihi: 11 Şubat 2010 Perşembe, 07:48

Reza Zarrab ve Ebru Gündeş, krizleri aştı, mutlu sona ulaştı.

Çift, önceki gün aile arasında kıyılan nikahla hayatlarını birleştirdi. Gündeş, bu gelişmenin hemen ardından basın merkezlerine gönderdiği mail'de şunları yazdı: "Reza Zarrab'la bir yıldır devam eden birlikteliğimizi aile içinde kıydığımız nikâhla resmileştirmiş bulunmaktayız. Yanımızda olan ve mutluluğumuzu paylaşan tüm dostlarımıza teşekkürü bir borç biliriz." Cumartesi günü Kıbrıs, pazar günü de Ankara'da programı olan Gündeş, programların ardından Zarrab'la balayına çıkacak.

Bir süre önce Ebru Gündeş'in hamile olduğu yazılmış ancak Gündeş iddiaları reddetmişti.

Kaynak: http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/diger/118998/Ebru_Gundes_evlendi.ht ml

11.02.2010 tarihinde yapılan Cumhuriyet'in haberinde Rıza Zarrab'ın sanatçı Ebru Gündeş ile evlendiği belirtilmektedir. Cumhuriyet Gazetesi bu haberinde haberi durumu olduğu gibi yansıtacak bir içeriği hazırlamıştır. Haber'de herhangi bir siyasal söylem bulunmamaktadır. Bunun sebebi ise bu haberin 2010 yılında gerçekleşmiş olmasındandır.

Resim 21:

Cumhuriyet Yazarlar • Gündem • Siyaset • Türkiye • Ekonomi • Spor •

DHA Yayınlanma tarihi: 17 Aralık 2013 Salı, 19:25

Türkiye'nin gündemine bomba gibi düşen rüşvet ve yolsuzluk skandalında ortaya atılan iddia Türkiye'yi sarsacak cinsten... Kanal D'nin haberine göre, bir bakanın ünlü iş adamı Reza Zarrab'tan 1,5 milyon dolar rüşvet alırken görüntüsü olduğu öne sürüldü.

İŞTE O HABER...



Bu haberi okudunuz...
Şimdi lütfen aşağıdaki çağrımızı da okuyun...

Her gün bir *Cumhuriyet* alın, aldırın...

Cumhuriyet bağımsız ve özgür medyanın ülkemizde sayısı çok az kalmış temsilcilerinden biri. Çok sınırlı olanaklarla ve ağır saldırı altında halkın doğru haber alma hakkını savunuyor. Bütün kaynaklarını bu amaç doğrultusunda kullanmaya çalışıyor. Sizlere basılı Cumhuriyet'le ve internet sitemizle ulaşıyoruz. İnternet sitemiz ücretsiz. Ancak temel gelir kaynağımız basılı Cumhuriyet. Desteginize çok ihtiyacımız var. Bizleri internetten takip etmeye devam edin ama her gün bir Cumhuriyet Gazetesi almayı da ihmal etmeyin.

Cumhuriyet.com.tr'de yer alan yorumlar kullanıcıların kendi görüşleridir. Yazılanlardan cumhuriyet.com.tr veya Cumhuriyet Gazetesi sorumlu tutulamaz

Kaynak:http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/19939/Turkiye_yi_sarsacak_bomba_iddia_.html

17 Aralık 2013 Salı günü tarihinde yapılan bu haber'de Türkiye'nin gündemine bomba gibi düşen 'rüşvet ve yolsuzluk skandalı ortaya atılan iddialar' başlığını sunarak bir haber hazırlamıştır. 17/25 Aralık sürecini patlak verdiği nokta olarak bilinen bu tarih aynı zamanda Rıza Zarrab karakterinin Türkiye gündemine oturdu ilk olaydır. Cumhuriyet Gazetesi bu konuyu eleştirel bir yaklaşımla haberlerde inceleyecektir.

Resim 22:

Cumhuriyet Yazarlar » Gündem » Siyaset » Türkiye » Ekonomi » Spo

Zarrap dinlenip dinlenmediğini bakana sormuş

İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı'nın yürüttüğü yolsuzluk ve rüşvet soruşturmasında şüphelilerden işadamı Reza Zarrab'ın bir bakanı arayarak dinlenip dinlenmediğini sorduğu ileri sürüldü.

Beğen 0 Paylaş Tweetle

Takip et: @cumhuriyetgzt

İnstela'da paylaş Facebook'ta paylaş

WhatsApp Tumblr E-posta

cumhuriyet.com.tr Yayınlanma tarihi: 18 Aralık 2013 Çarşamba, 13:38



İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı'nın yürüttüğü yolsuzluk ve rüşvet soruşturmasında şüphelilerden işadamı Reza Zarrab'ın bir bakanı arayarak dinlenip dinlenmediğini sorduğu ileri sürüldü.

Cihan Haber Ajansı'nın haberine göre, Üç bakanın oğlu ve işadamlarının da aralarında bulunduğu çok sayıda şüphelinin gözaltına alındığı soruşturma kapsamında şüpheli işadamlarından Reza Zarrab'ın bir bakan ile telefon görüşmesinin yer aldığı öğrenildi. Zarrab'ın telefonda bakandan dinlenip dinlenmediğini öğrenmesini istediği kaydedildi.

Kaynak:http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/20195/Zarrap_dinlenip_dinlenmediğini_bakana_sormus.html

18 Aralık 2013 çarşamba günü tarihinde yapılan bu haberde Zarrab'ın 'dinlenip dinlenmediğini bakana sormuş' iddiasını gündeme getirmiştir. 'İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı'nın yürüttüğü yolsuzluk ve rüşvet soruşturmasında şüphelilerden işadamı Reza Zarrab'ın bir bakanı arayarak dinlenip dinlenmediğini sorduğunu ileri sürüldü.' Cumhuriyetin haberde bu demeçlere yer vermesi eleştirel bir yaklaşımla haber yaptığını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda haberin devamında Cihan Haber Ajansı örnek göstererek 'Üç bakanın oğlu ve işadamlarının da aralarında bulunduğu çok sayıda şüphelinin gözaltına alındığı soruşturmayı' vurgulayarak eleştirinin şiddetini arttırmış bulunmaktadır.

Resim 23:

Cumhuriyet Yazarlar • Gündem • Siyaset • Türkiye • Ekonomi • Spor

Sakin Olun Canlarım, Yandaşlarım!..

Beğen 333 Paylaş Tweetle
Takip et: @cumhuriyetgzt
instela'da paylaş Facebook'ta paylaş
WhatsApp Tumblr E-posta

21 Aralık 2013 Cumartesi

Ok yaydan çıktı artık, hiçbir şeyin üstü örtülemez, saklanamaz...
Dinlemeler, **ayakkabı kutuları**, alışveriş, deste deste dolarlar, Avrolar.
Her şey ama her şey apaçık ortaya çıktı...

Emniyet Genel Müdürlüğü'nde **14 daire başkanı**, birinci, ikinci sınıf emniyet müdürü görevden alınsa bile **adliye koridorlarında** dolaşan iddialar önemli.
Başbakan çok geç kaldı, adı geçen bakanların istifalarını istemek için...

Belki bugün adı geçen bakanlar yeni kabineyle birlikte değiştirilir...

Artık iş işten geçti.
Sokaktaki yurttaş siyasal yaşamımızın en büyük **rüşvet ve yolsuzluk** iddialarını **konusuyor...**
İstanbul ve Ankara'da düzenlenen eşzamanlı operasyonlarda üç **bakan çocuğu**, işadamları, **bürokratlar** var...

İran kökenli işadamı **Reza Zarrab...**
Zarrab'ın **altın kaçakçılığı**, sahte belgeler, **hayali ihracat...**
Yine Zarrab'ın 2009-2012 yılları arasında gerçekleştirdiği para transferinin **87 milyar Avro** olduğu iddiaları.
87 milyar Avro nasıl aklanır? Devlet bir kamu bankası aracılığıyla nasıl olur da **150 milyon doların** üzerinde zarara uğratılır? Bankanın genel müdürünün evinde ayakkabı kutuları içinde **4.5 milyon lira** nasıl saklanır?

Bu iddiaların üstü örtülemez!
Reza Zarrab'ın **rüşveti** nasıl dağıttığı polisin izleme görüntülerinde, ses kayıtlarında görülüyor...

Polis teknik ve fiziki izleme varmış

Kaynak: http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/21075/Sakin_Olun_Canlarim_Ya_ndaslarim_...html

21 Aralık 2013 cumartesi günü tarihinde yapılan Cumhuriyetin haberinde manşet olarak ‘Sakin Olun Canlarım, Yandaşların’ atılmıştır. Haberin içeriğine baktığımızda ‘Ok yaydan çıktı artık, hiçbir şeyin üstü örtülemez, saklanamaz... Dinlemeler, ayakkabı kutuları, alışveriş, deste deste dolarlar, Eurolar. Her şey ama her şey apaçık ortaya çıktı...’ gibi ifadelerle yer verilerek eleştiri yapılmaktadır. Muhalif bir dille yapılan bu eleştiride haberin devamında ‘Başbakan çok geç kaldı adı geçen bakanların istifalarını istemek için, artık iş işten geçti sokaktaki yurttaş siyasal yaşamımızın en büyük rüşvet ve yolsuzluk iddialarını konuşuyor’ gibi ifadelerle destekleyerek haberi dramatik bir hale ve etkileyici bir konuma getirmiştir.

Resim 24:

Cumhuriyet Yazılar Gündem Siyaset Türkiye Ekonomi Spo



Yolsuzluk ve Rüşvet Operasyonu ile ilgili mecliste yaptığı konuşmada "Allah yolsuzluk yapanın belasını versin" diyerek sert çıkan Maliye Bakanı Mehmet Şimşek ve Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Ali Babacan ile ilgili yeni bir iddia ortaya atıldı.

Zarrab ondan "Şimdi senin şirketlerin dahil her şeyin inceleneceği garanti. Haber yayınlansaydı da zaten bu olacaktı. Kendini bildirmişsin" yanıtı alınca korkuya kapılmış.

"BÜYÜK Rüşvet Operasyonunun" kilit ismi Reza Zarrab'ın, Maliye Bakanı Mehmet Şimşek ile de görüştüğü, Şimşek'in, "Ben bunu MASAK'a sorarım" demesi ve belgeleri alması üzerine çok korktuğu ortaya çıktı. Zarrab, "Közü kendimiz mi alevlendirdik acaba, inşallah öyle yapmamışızdır" derken, aracı arkadaşı, "Belki uyuyan şeyi uyandırdık" tepkisi verdi. Zarrab, aynı konuşmalarında Başbakan Yardımcısı Ali Babacan ile Maliye Bakanı Şimşek'in diğer bakanlardan farklı olduğunu da belirterek Şimşek'in kendilerine soğuk davranmasından yakındı.

ŞİMŞEK BELGEYİ İSTEDİ

Kaynak: http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/22683/Bela_okuyan_bakan_Riza_Sarraf_a_soguk_davranmis.html

17/25 Aralık kumpasların ardından gerçekleşen bu haberde Maliye Bakanı Mehmet Şimşek'in ifadelerine yer verilmiştir 'Allah yolsuzluk yapanın belasını versin' diyerek sert çıkan Maliye Bakanı Mehmet Şimşek ve 'Ekonomiden Sorumlu Başbakan Yardımcısı Ali Babacan ile ilgili yeni bir iddia ortaya atıldı. Zarrab ondan şimdi senin şirketlerin dahil her şeyin inceleneceği garanti haber yayınlansaydı da zaten bu olacaktı. Kendini bildirir misin yanıtını alınca korkuya kapılmış.' Cumhuriyet haberde olduğu gibi aktarım yaparak herhangi bir eleştirisi de bulunmamıştır.

Resim 25:

Cumhuriyet Yazarlar • Gündem • Siyaset • Türkiye • Ekonomi • S



Oktay Vural, Meclis'te düzenlediği basın toplantısında, bu sabah başlatılan İstanbul merkezli operasyonla ilgili görüşlerini açıkladı. MHP'li milletvekilleri olarak bugüne kadar yolsuzlukları dile getirdiklerini, bunlarla ilgili birtakım raporların saklandığını ifade eden Vural, artık "mızrağın çuvala sığmadığını" savundu.

Bugün yapılanların "buz dağının görünen yüzünün en ufak parçası" olduğunu savunan Vural, Hükümet'in sistematik şekilde kamu kurumlarında yapılan yolsuzlukların üzerini örtmek için elindeki gücü kullandığını ileri sürdü. "Bugün yapılan operasyon, dinleme, izleme neyse belli safhaya geldiğini görüyoruz" diyen Vural, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bunları dile getirdiğimizde 'ben istifa ederim, bunlar olursa...' diyenlerin, bu sürece engellemeleri gerekir.

Herhangi bir engelleme olmadan, savcılara müdahale etmeden, KCK soruşturması gibi kanun zırrına sokulmadan, kime ve nereye uzanıyorsa oraya kadar gitmelidir. Kime uzanıyorsa, kayın pederler, yeğenler, analar, babalar, çocuklar, mahdumlar, gemicikler, fenerler... Sonuna kadar gitmelidir. Bu dönemde üstü örtülen ve örtülmek istenen her türlü husus açığa çıkartılmalıdır. Biz MHP olarak bunu istiyoruz ve bunun peşinde olacağız. Kentlerimizin rantının kimlere peşkeş çekildiğini, hangi imar değişikliklerinin kimin için yapıldığını, imar değişiklikleri dolayısıyla kimlerin ne vurgunlar yaptığını, parsel bazındaki değişikliklerin kimin isteğiyle yapıldığını millet öğrenmek istiyor. Bugün Başbakanlık'ta doğrudan doğruya Başbakan'a bağlanan kamu arsalarının hangi kriterlere göre izin verildiğini millet bilmek istiyor. Bugün Başbakan, Başbakanlık; dünyanın en büyük gayrimenkul komisyoncusu haline gelmiştir. Tüm kamu kurumlarının arsaları, mülkleri Başbakanlığa bağlanmıştır. Bu mülklerle ilgili yatırım yapacak işadamları, Başbakanlıktan izin almalıdır. Kimlere nasıl izin verilmektedir, bunun açıklığa kavuşturulması lazım. Bir-iki yıldır madenleri işletecek olanlara izinler Başbakanlıkta bekleniyorsa, kime izin verildi, kime verilmedi? Hazine'nin bu malları hangi kriterlere göre birilerine devrediliyor, bunu milletimiz öğrenmek istemektedir. Daha önce Sayın Ertuğrul Günay, rant lobisiyle ilgili 'Başbakan'a söyledim ama dinlemedi' demisti. Bugün

Kaynak:http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/19897/_Kime_uzaniyorsa_sonuna_kadar_gitmelidir_.html

17/25 Aralık sürecinde yapılan bu açıklamada MHP Milletvekili Oktay Vural'ın operasyonlar hakkında yaptığı yorumlara yer verilmiştir. Vural'ın ifadeleri net bir şekilde haberin içeriğine yansıtılarak herhangi bir yorum yapılmamış ve açık bir şekilde haber okuyucuya ulaştırılmıştır. Yorum yapılmamasının sebebi Vural'ın ifadelerinin zaten iktidarı eleştirici boyutta olmasından kaynaklanıyor. Vural haberde de anlaşılaçağı gibi çok sert ifadelerle hükümeti eleştirmiştir.

Resim 26:

Cumhuriyet Yazarlar • Gündem • Siyaset • Türkiye • Ekonomi • Sp

WhatsApp Tumbir E-posta

cumhuriyet.com.tr Yayınlanma tarihi: 29 Aralık 2013 Pazar, 17:18



'Siyasetçilerin oğulları, altın tüccarı ve pop yıldızı: Bir Türk yolsuzluk masalı' başlıklı yazıda özetle şöyle deniyor: "Bundan bir yıl önce Erdoğan, Türk siyasetinin hâkim yüzü, hem Batı'nın güvendiği, hem de Doğu'ya açık, siyasi ağırlığı olan bir liderdi. 10 yıl boyunca, İslamcı politikalarıyla mali konulardaki becerisi, Batı'yla dostluk ve Orta Doğu'da İran gibi düşmanlarla ticaretin karışımından oluşan başarılı bir iktidar sergiledi. Ama geçen hafta kriz hükümeti sardı ve Erdoğan'ın başarı formülü, çevresindeki imparatorluğu tehdit etmeye başladı."

"İran uzun zamandır Türkiye'ye gaz ve petrol satıyor. Fakat ABD ve Avrupa tarafından uygulanan yaptırımlar nedeniyle bu ticaretin finansmanı zorlaştı. Mart 2012'de İran'ın uluslararası para transfer sistemi Swift'i kullanması yasaklandı. Enerji ithalatının devam edebilmesi için eski İran Cumhurbaşkanı Mahmud Ahmedinejad'a yakın olduğu söylenen Reza Zarrab ve ortakları zekice bir alternatif geliştirdiler. Petrol ve gazın parasını dolar ve Euro ile ödeyemeyen Türkler, ödemeyi, İran'da çok kullanılmayan lirayla yapmak zorundalardı. Bunun yerine para altın almak için kullanıldı ve bu altınlar Dubai'ye gönderildi."

Kaynak: http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dunya/23817/Sunday_Telegraph_Erdogan_in_imparatorlugu_tehlikede.html

29 Aralık 2013 pazar günü yapılan haberde Cumhurbaşkanı, o dönemki Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın konu almıştır. 'Siyasetçilerin oğulları, altın tüccarı ve Pop yıldızı bir Türk yolsuzluk masalı' başlıklı yazıya atıf yapılarak Erdoğan ve Türk siyasetinde hakkında çok sert eleştirilerde bulunulmuştur. Haberde İran ve Türkiye ilişkisi, ABD ve Avrupa ile olan ilişkiler, enerji ithalatı gibi Rıza Zarrab ve ortaklarını ilgilendiren konulara giriş yaparak, muhalif bir kullanmayı tercih etmişlerdir.

Resim 27:

Cumhuriyet Yazarlar • Gündem • Siyaset • Türkiye • Ekonomi • Sp

Türköne'yi topa tuttu. Türköne Başbakan Erdoğan'ın sözlerine jet hızıyla yanıt verdi.

Beğen 271 Paylaş Tweetle

Takip et: @cumhuriyetgzt

instela'da paylaş Facebook'ta paylaş

WhatsApp Tumblr E-posta

Kaydet Kaydettiklerim

cumhuriyet.com.tr Yayınlanma tarihi: 09 Şubat 2014 Pazar, 23:22

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Alibeyköy Meydanı'nda düzenlenen Mecidiyeköy-Kağıthane-Alibeyköy-Mahmutbey Metro Hattı'nın Temel Atma ve 201 Erguvan Otobüsünün Hizmete Alım Töreni'nde konuşma yaptı.

Başbakan Erdoğan, Zaman Gazetesi Yazarı Mümtaz'er Türköne'yi topa tutarak "Birileri çıkmış kenarlarında köşelerinde bu paralel devletin uşaklarından bir tanesi çıkmış, 'AK Parti kapatılmalı' diyor. Önüne de bunun bir "Prof" koymuşlar. Senin aldığın ilim buysa biz batmışız. Senin demokrasi anlayışın buysa biz batmışız." dedi.

Mümtaz'er Türköne ise Twitter üzerinden Başbakan Erdoğan'a cevap verdi.

Türköne, "Başbakanımız, yolsuzluk soruşturmalarında yargı yollarının tükenmediğini hatırlatanlara kızıyor. Yiğit adam Yargı'dan neden korkar ki?" dedi.

Türköne açıklamalarında şu sözlere yer verdi:

"- Halbuki ben siyasi partiler kanununun 101/c maddesine göre, AK Parti'nin Anayasa Mahkemesi'nde yargılanmasına dair öngöründe bulunmuştum.

- Başbakanımız, yolsuzluk soruşturmalarında yargı yollarının tükenmediğini hatırlatanlara kızıyor. Yiğit adam Yargı'dan neden korkar ki?

- Başbakanımız, yolsuzluk soruşturmalarında yargı yollarının tükenmediğini hatırlatanlara kızıyor. Yiğit adam Yargı'dan neden korkar ki?

- Başbakan'ından profesörlüğüme söz söylediği öngörüm aslında oldukça mütevazî. AK Parti kapatılmalı mı?"

Kaynak:http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/39309/Turkone_den_Basbakan_Erdogan_a_cok_sert_yanit.html

9 Şubat 2014 pazar günü yapılan haberde o dönemki Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın yaptığı açıklamaya yer verilmektedir. 'Başbakan Erdoğan Zaman Gazetesi yazarı Mümtazer Türköne'yi topa tuttu'ğunu ifade ediyor. Anlaşıyor ki Cumhuriyet Gazetesi tamamen muhalif bir yaklaşımla bu haberi oluşturmuştur. Mümtazer Türköne'nin Rıza Zarrab soruşturması hakkında ifadelerine yer vererek kendisini haklı çıkarma gayreti içerisinde olduğu ve medyadaki iktidar muhalefet çatışmasında muhalefetten yana bir tavır aldığını açıkça ortaya koymaktadır.

Resim 28:

Cumhuriyet Yazarlar • Gündem • Siyaset • Türkiye • Ekonomi • S

Kılıçdaroğlu: Sarraf içeriden AKP'ye haber gönderdi!

CHP lideri Kılıçdaroğlu'ndan yolsuzluk ve rüşvet operasyonu kapsamında tutuklanan Rıza Sarraf hakkında çok önemli bir açıklama geldi. Kılıçdaroğlu, Sarraf'ın "Seni çıkaracağız konuşma" denilerek serbest bırakılacağını söyledi.

Bunlarla da ilgilenebilirsiniz

- Güler'den Sarraf için Çin'e mektup
- Kılıçdaroğlu, Başbakan'ın Sangül sansürünü perdeye yansıttı!

Beğen 329 • Paylaş • Tweetle

Takip et: @cumhuriyetgzt

Instala'da paylaş • Facebook'ta paylaş

WhatsApp • Tumblr • E-posta

Kaydet • Kaydettiklerim • Zaman Tüneli

cumhuriyet.com.tr

Yayınlanma tarihi: 06 Şubat 2014 Perşembe, 09:15



CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, 80 yerel televizyonun ortak yayınına katıldı ve canlı yayında soruları yanıtladı.

Kılıçdaroğlu: Sarraf içeriden AKP'ye haber gönderdi! - VIDEO

17 Aralık'ta başlayan operasyonla patlak veren yolsuzluk ve rüşvet operasyonuna ilişkin önemli açıklamalarda bulunan CHP lideri, Metris Cezaevi'nde tutuklu bulunan yolsuzluk skandalının bir numaralı ismi Rıza Sarraf hakkında çok konuşulacak bir açıklamada bulundu. Kılıçdaroğlu, "Şimdi bunlar içeride tutuklu olan İran kökenli Zarrab'a 'seni çıkaracağız konuşma' diyecek. Çünkü bu 'beni tutarsanız konuşacağım' dedi. Haber gönderdi. Onun konuşması istenmiyor" dedi.

Kaynak: http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/38063/Kilicdaroglu_Sarraf_iceriden_AKP_ye_haber_gonderdi_.html

17 ve 25 Aralık sürecinden sonra Rıza Zarrab Amerika Birleşik Devletleri'ne kaçtı ve burada tutuklanarak cezaevine konuldu. Ama Rıza Zarraf meselesi Türkiye gündeminde yer almaya devam etti. 6 Şubat 2014 perşembe günü yapılan haberde Kılıçdaroğlu'nun ifadelerine yer verilmektedir. 'Zarrab içeriden AKP' ye haber gönderdi' başlıklı bu manşette net bir şekilde anlaşıyor ki Cumhuriyet Gazetesi muhalefet partisine yakın bir duruşuyla haber yapmış bulunmaktadır. Haberin içeriğine baktığımızda CHP liderinin hükümet ve Rıza Zarrab olayı hakkında yaptığı eleştirel açıklamalara yer verilerek muhalif bir dil kullanmayı tercih etmiştir.

Resim 29:

Cumhuriyet Yazarlar • Gündem • Siyaset • Türkiye • Ekonomi •



Rıza Sarraf'ın tanık, Hakan Atilla'nın tek sanık olduğu davada karar aşamasına yaklaşılrken davayı yakından izleyen CHP ABD Temsilcisi Yurter Özcan AKP-cemaat ilişkisine ilişkin tartışma yaratacak belgeleri açıkladı. Özcan, "AKP ve yandaş medya Atilla davasının hâkimini FETÖ'cü YKK hukuk bürosunun İstanbul'da misafir ettiğini söylüyor. Washington'daki Türk Büyükelçiliği'nin milyonlarca dolar harcadığı DLA Piper, YKK'nin 2010- 2014 arası sahibi, sonrasında ise partneri. AKP, bu FETÖ ortağına niye bu kadar para verdi" diye sordu.

Özcan'ın Cumhuriyet'e yaptığı açıklamaları satır başları özetle şöyle:

'AKP'nin söylemeyi unuttuğu bir şey var -' "AKP Hükümeti New York'ta görülen Atilla davasının (eski adıyla Zarrab davasının) Hâkimi Richard Berman'ı FETÖ bağlantısıyla suçlama sebebi Hâkim Berman'ın 8-9 Nisan 2014'te Birleşmiş Milletler vasıtasıyla davet edildiği sempozyumun sponsorlarından birinin YKK Hukuk Bürosu olması... Ancak AKP'nin söylemeyi unuttuğu bir nokta var: FETÖ'cülükle suçladıkları YKK Hukuk Bürosu, AKP hükümeti zamanında kurulmuş ve büyük bir hızla büyümüştür. Türk Telekom'un halka arz edilmesi (1 milyar dolar), Lukoil'in Akpet'i 500 milyon dolara satın alması ve Turkuaz Grubu'nun 1.1 milyar dolara ATV Sabah grubunu satın alması gibi büyük ticari işlemlerde hukuki danışmanlık yapmış bir şirket YKK...

Kaynak:http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/886709/Riza_Sarraf_in_3_calisani_tutuklandi.html

Cumhuriyetin bu haberinde 'Rıza Zarrab'ın tanıdık Hakan Atilla'nın tek sanık olduğu davada karar aşamasına yaklaşılrken davayı yakından izleyen CHP ABD temsilcisi Yurter Özcan Akp-cemaat ilişkisine ilişkin tartışma yaratacak belgeleri açıkladı' haberin girişinden de anlaşıldığı gibi Cumhuriyet Gazetesi iktidara yönelik bir eleştiri yapmaktadır ve haberin devamı okunduğu takdirde bu eleştirilerin seviyesinin arttığı gözlemlenebilir.

Resim 30:



Kaynak:http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dunya/888842/CHP_den_yeni_belgeler._.FETO_cu_sirkete_para_aktarildi_.html

15 Aralık 2017 Cuma günü yapılan bu haberde Cumhuriyet gazetesinin Rıza Zarrab davası ile ilgili yeni soruşturmada yeni bilgilerin ortaya çıktı dile getirilmektedir 'İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı'nca yürütülen Rıza Zarrab soruşturmasında haklarında gözaltı kararı çıkarılan 17 şüpheliden 14'ü adli kontrol tedbiri ile serbest bırakılırken Rıza Zarrab'ın yanında çalışan ve ABD'deki davaya evrak yolladıkları iddia edilen 3 kişi tutuklandı. İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı Terör ve örgütlü suçlar bürosu tarafından Rıza Sarraf ve yakınlarına yönelik başlatılan soruşturmada gözaltına alınan 17 şüphelinin

işlemlerinin tamamlandı'ğından bahsetmektedir'. Zarrab'ın Türkiye Cumhuriyeti gündemine tekrar geldiği dönemde yapılan bu haber soruşturma hakkında okuyuculara bilgi verilmektedir. Haberin devamında Rıza Zarrab'ın hain fetö'cülerle birlikte olduğu dile getirilmektedir. Araştırmanın sonunda şöyle bir tablo ile karşı karşıya almaktayız. Cumhuriyet Gazetesi muhalif söylemle bir habercilik anlayışı uygulayarak ile iktidar muhalefet çatışmasında medyanın rolünü belirleyen bir gazete olmuştur. Cumhuriyet Gazetesi haberlerinde bazen olduğu gibi aktarım yaparken bazen de haberlerinde ise yanlı bir tutumu sergileyerek muhalefet dilini ve söylemlerini kullanarak iktidarın sert bir şekilde eleştirmiştir. Rıza Zarrab olayında örnek alacak, olursak incelenen haberlerin büyük bir çoğunluğunun eleştiri maksatlı yapıldığı ve kamuoyunu bilinçlendirmeye yönelik olduğu anlaşılmaktadır. Ama bunu yaparken gazetecilik görevini aşmayacak şekilde eleştiride bulunulmuştur. Rıza Sarraf olayını, giriş, gelişme ve sonuç olarak incelediğimizde ilk olarak bir iş adamı olarak bütün Türkiye'nin tanıdığı Rıza Zarrab daha sonra siyasi ve Politik bir simge haline gelmiştir. Cumhuriyet Gazetesi başta iktidara yakın olan Rıza Zarrab'ın haberlerini magazinsel yönüyle gündeme getirmiş olsa da 17/25 Aralık sürecinden sonra tamamen boyut değiştirerek iktidara yönelik bir baskı aracı olarak kullanılmıştır.

6.3. Türkiye Gazetesi İncelenmesi

Resim 31:



Tezin diğer bölümünde muhalefete yakın olan gazetelerin internet haberleri incelenmiş ve içeriklerini bakılarak bir yorumlama da bulunmuştu. Bu kısımda ise tersi bir uygulama yapılarak iktidara yakın olan gazetelerin Rıza Zarrab olayı ile alakalı haberlere bakılacak ve içindeki içerik analizi yapılarak, yorumlamada bulunulacaktır. Türkiye gazetesinden ilk haber 20.12.2013 tarihinde yapılmış yani 17 Aralık operasyonu hemen sonrasında 'Barış Güler, Kaan Çağlayan ve Rıza Zarrab'a tutuklama talebi' manşeti atılmıştır. Türkiye Gazetesi'nde haberin içeriğinde, çok eleştirel bir yorum

bulunmamaktadır. Ama iktidarın bakanlarının çocuklarına ve Rıza Zarrab'a yönelik olan tutuklama talebinin Türkiye Gazetesi okuyucularına duyurmuştur.

Resim 32:



Kaynak: <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/editorunsectikleri/118135.aspx>

03.12.2013 tarihinde yapılan haberde yani 17 Aralık operasyonun hemen sonrasında, Türkiye Gazetesi 'Rıza Zarrab'ın özür diledi' manşetiyle bir haber yapmıştır. Haberin devamında ise Rıza Zarrab meselesinin açıklığa daha kavuşmadığını ve iyice irdelenmesi gerektiğinden bahsetmektedir. Zarrab'ın ifadelerine yer verilerek bir komplo kurulduğunu dile getirmektedir. Türkiye Gazetesi bu haberde haberin, içeriğine çok fazla yorumu katmadan ve eleştirmeden net ve yalın bir şekilde haberi vermeye çalışmıştır. Ama haberin içeriğine iyice baktığımızda iktidar partisine daha yakın olduğu anlaşılmaktadır. Medya organlarının hangi düşünce ve ideolojiden olursa olsun bir tarafa

yakın olduğu bilinmektedir. Türkiye Gazetesi de bu haberde daha soğukkanlı ve yavaş hareket etmeyi tercih etmiştir.

Resim 33:



01.03.2014 tarihinde yapılan Türkiye gazetesinin haberine göre Rıza Zarrab olayının magazinsel boyutuna ilişkin dizayn yapılmıştır. 17 ve 25 Aralık operasyonlarından 3 ay gibi kısa bir süre geçmesine rağmen, Türkiye Gazetesi Rıza Zarrab'ı bir siyasal ve politik mesele olarak değil daha çok magazinsel bir boyut olarak ele almıştır ve haber başlığından da anlaşılacağı gibi Ebru Gündeş'in eşi Rıza Zarrab'a

kavuştuğunu dile getirerek bir haber yapmayı tercih etmiştir. Buda Türkiye gazetesinin gündemle çok ilgilenmediğini, muhalif bir söylem kullanmamak için haberi politik değil tersi magazinsel olarak duyurmuştur.

Resim 34:

Yeni www.turkiyegazetesi.com.tr ile tanışın. Keşfetmek için tı

Ana Sayfa > GÜNDEM > Reza Zarrab'tan Devlet Bahçeli'ye 'Şarlatan' davası

Reza Zarrab'tan Devlet Bahçeli'ye 'Şarlatan' davası

14.04.2014 - 10:09 | Son Güncelleme: 14.04.2014 - 09:14



Reza Zarrab

Facebook Twitter Google Yorum Yap A- A+

Reza Zarrab, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun ardından MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'ye de dava açtı.

Devlet Bahçeli'nin 30 Mart yerel seçimlerine 3 gün kala Kahramanmaraş'ta yaptığı konuşmasında kendisine 'şarlatan' (sahtekâr kimse) diyerek ağır hakaret ve kişilik haklarına saldırıda bulunduğunu öne süren **Reza Zarrab**, 100 bin lira manevi tazminat istedi. Zarrab, Kılıçdaroğlu'na da 100'er bin liralık 2 ayrı dava açmıştı. Reza Zarrab'ın avukatı Şeyda Yıldırım aracılığıyla İstanbul Asliye Hukuk Mahkemesi'ne açtığı davanın dilekçesinde, Bahçeli'nin Kahramanmaraş'taki "İran'dan bir şarlatan gelmiş. Ne olduğu belirsiz. Bu İran'dan gelen şarlatan 4 bakan çocuğunu içine almış, bakanları da rüşvete alıştırmış. Türkiye'yi soyup duruyor. İran'ın ambargosunu kaldırmaya çalışan bu şarlatan, bakanlarla sürekli iş takip eden bir şarlatan. Bu İranlı şarlatan 43 gün sürdü dışarı çıktı hemen. Başbakan Erdoğan, bu şarlatan için neden bu kadar telaş yaptı acaba? Ne olduğu belirsiz şarlatan. "Ya

Kaynak: <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/148954.aspx>

14.04.2014 de yapılan habere göre Reza Zarrab'dan Devlet Bahçeli'ye şarlatan davası manşetiyle haber verilmektedir. Muhalefet partisi Genel Başkanı 'Devlet Bahçeli 30 Mart yerel seçimlerine 3 gün kala Kahramanmaraş'ta yaptığı konuşmasında kendisine

şarlatan diyerek ağır hakaret eden ve kişilik haklarına saldırıda bulunduğunu öne süren Rıza Zarrab 100 bin lira manevi tazminat istedi' bu habere göre Türkiye gazetesi bu haberde olumlu ya da olumsuz bir yorum yapmamıştır. Haberi olduğu gibi aktararak herhangi bir tarafta olduğunu belli etmemiştir.

Resim 35:

Reza Zarrab'dan flaş hamle!

20.04.2014 - 11:01 | [Son Güncelleme: 20.04.2014 - 10:06](#)



[Facebook](#) [Twitter](#) [Google](#) [Yorum Yap](#) [A-](#) [A+](#)

17 Aralık operasyonunda tutuklu kalan Reza Zarrab, telefonunun yasadışı dinlendiğini öne sürerek hakim, savcı ve polisler hakkında suç duyurusunda bulundu

İşadamı Zarrab, avukatı Şeyda Yıldırım aracılığıyla İstanbul Cumhuriyet Savcılığı'na sunduğu suç duyurusu dilekçesinde, 2 telefonunun dinlendiğini, medyada çıkan haberlerden öğrendiğini kaydetti. Elde edilen yasadışı verilerin daha ileri gidilerek internet aracılığıyla milyonlara ulaştırıldığı öne sürülen dilekçede, kim oldukları kendilerince tam olarak bilinmemekle birlikte İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı nezdinde oluşturulan bu yasadışı soruşturma dosyasında soruşturmayı yapan savcı, hâkim, emniyet görevlisi ve diğer kişilerin tespit edilerek haklarında gerekli soruşturmanın yapılarak kamu davası açılması talep edildi.

SORUŞTURMA BAŞLATILDI

Dilekçede, işlemi yapan söz konusu kişiler hakkında "Suç işlemek için örgüt kurmak, yönetmek, üye olmak", "Kişisel verilerin kaydedilmesi", "Verilerin hukuka aykırı olarak ele geçirilmesi", "Özel hayatın gizliliğini ihlal", "Görevi kötüye kullanma", "Suç uydurma ve iftira" suçlarından soruşturma açılması istendi. Zarrab'ın yaptığı şikâyet üzerine İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından soruşturma başlatıldı. HABER7

Kaynak: <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/150520.aspx>

Türkiye gazetesinin 20.04.2014 tarihinde yani 17 ve 25 Aralık sanığı Rıza Zarrab hakkında yaptığı haberde' Zarrab'ın telefonunun yasadışı dinlendiğini öne sürerek hakim,

savcı ve polisler hakkında suç duyurusunda bulunduğunu' ifade etmişlerdir. Haberin içeriğinin aktarımında herhangi bir yorumda bulunmayarak, ortada durma pozisyonunu koruduğu anlaşılmaktadır. Her ne kadar 17/25 Aralık kumpaslarının üstünden kısa bir süre geçmiş olsa da Türkiye Gazetesi okuyucularına haberi yalın bir şekilde vermeyi tercih etmiştir.

Resim 36:

Yeni www.turkiyegazetesi.com.tr ile tanışın. Keşfetmek için

Ana Sayfa > EKONOMİ > Bakandan Reza Zarrab sorusuna yanıt

Bakandan Reza Zarrab sorusuna yanıt

07.05.2014 - 23:48 | [Son Güncelleme](#): 07.05.2014 - 22:51



[Facebook](#) [Twitter](#) [Google](#) [Yorum Yap](#) [A-](#) [A+](#)

Bakan Mehmet Şimşek, Financial Times Türkiye Zirvesi'ndeki panelde soruları yanıtladı.

Maliye Bakanı Şimşek Reza Zarrab'ın vergi rekortmenleri listesinde olmaması ile ilgili soruyu "Bahsettiğiniz kişi, 'Cari açığın şu kadarını ben hallettim' diyen kişi, şimdi bakıyoruz, ihracat yapıyorsanız, KDV ödemişseniz, bunu iade alıyor olmanız lazım. . Ama bir şirket temmettū dağıtıyor, kâr payı dağıtıyor, kişisel gelir vergisi öder.Buradaki tartışmada sapla samanı ayırmamız lazım. Yani kurumlar vergisi verilerinin çıkmasını beklememiz gerekir. Kurumlar vergisi, gelir vergisinden farklı olanı bize gösterecek" diyerek yanıtladı.

Şimşek, Financial Times Türkiye Zirvesi'ndeki panelde soruları yanıtladı.

REZA ZARRAB AÇIKLAMASI

Kaynak: <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/ekonomi/154680.aspx>

Türkiye gazetesinin bir diğer haberinde ise ‘Maliye Bakanı Mehmet Şimşek Rıza Zarrab'ın vergi rekortmenleri listesinde olmaması ile ilgili sorusu bahsettiğiniz kişi cari açığın şu kadarını ben hallettim diyen kişi, şimdi bakıyoruz, ihracat yapıyorsanız, KDV ödeme yemişsiniz bunu da iade alıyor olmanız lazım Ama şirket temmetüt yüklü dağıtıyorsa kar payı da atıyorsa kişisel vergi öder’ ifadelerine yer vererek Rıza Zarrab hakkında eleştiri de bulunmaktadır. Türkiye Gazetesi ise bu eleştiri olduğu gibi yansıtarak objektif bir haber yaklaşımında bulunmuştur.

Resim 37:

Yeni www.turkiyegazetesi.com.tr ile tanışın. Keşfetmek için t

Ana Sayfa > GÜNDEM > Reza Zarrab'ın başvurusuna ret

Reza Zarrab'ın başvurusuna ret

26.05.2016 - 13:20 | [Son Güncelleme](#): 26.05.2016 - 13:36



[Facebook](#) [Twitter](#) [Google](#) [Yorum Yap](#) [A-](#) [A+](#)

ABD’de tutuklu bulunan İranlı iş adamı Reza Zarrab’ın 50 milyon dolarlık kefalet başvurusunun “kaçma riski” bulunduğu gerekçesiyle reddedildiği açıklandı.

ABD’nin New York kentinde, “ABD’nin İran’a uyguladığı yaptırımları delmek için komplo düzenlemek” suçlamasıyla tutuklu yargılanan iş adamı Reza Zarrab’ın avukatları, müvekkillerinin 50 milyon lira kefaletle serbest kalması için mahkemeye başvurmuştu. Kefalet başvurusu “kaçma riski” bulunduğu gerekçesiyle reddedildi.

MAHKEMEYE 22 SAYFALIK DİLEKÇE SUNDU, 50 MİLYON TEKLİF ETTİ

Zarrab’ın vekaletini üstlenen Brafmann&Associates avukatlık şirketinin mahkemeye sunduğu 22 sayfalık dilekçede, Zarrab’ın 10 milyonu nakit toplam 50 milyon dolar kefalet karşılığında, Manhattan’da bir evde 24 saat güvenlik kontrolü altında yaşama koşuluyla serbest bırakılması istendi.

Kaynak: <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/372577.aspx>

Türkiye gazetesinin 26.05.2016 tarihinde yaptığı bu haberde ‘Rıza Zarrab'ın başvurusunda ret’ manşetiyle görmekteyiz. Daha sonra haberin içeriğine baktığımızda ABD'de tutuklu bulunan İranlı işadamı Reza Zarrab'ın 50 milyon dolarlık kefalet başvurusunun kaçma riski bulunduğu gerekçesiyle rededildi diye açıklandı. Türkiye Gazetesi 17/25 Aralık da temkinli durmasına karşın Zarrab hakkında 2016'da yılına gelindiğinde haberi daha açık ve eleştiriler olabilmesini olanak sağlamaktadır. Buda Türkiye gazetesinin değişen siyasi ve ekonomik koşulları göz önünde bulundurduğumuzda olağan bir gazetecilik anlayışına sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Resim 38:

Yeni www.turkiyegazetesi.com.tr ile tanışın. Keşfetmek için

Ana Sayfa > EKONOMİ > Zarrab spekülasyonu ile piyasayı vuruyorlar

Zarrab spekülasyonu ile piyasayı vuruyorlar

22.11.2017 - 06:29 | Son Güncelleme: 22.11.2017 - 06:32



Facebook Twitter Google Yorum Yap A- A+

Türkiye'ye saldırılarını artıran şer odakları, 4 Aralık'ta ABD'de görülecek Reza Zarrab davasından suni gerilim üretti. Dolar, temelsiz olarak 4 TL'ye yaklaştı.

Türkiye, ekonomide tarihinin en büyük sıçramasını yaptığı Mayıs 2013'ten bu yana küresel güçler ve içerideki iş birlikçilerinin hedefinde. Gezi olaylarıyla başlatılan süreç, 17-25 Aralık operasyonları, terör saldırıları ve 15 Temmuz'daki hain darbe girişimiyle devam etti. Şimdi de ABD'de devam eden Reza Zarrab davası ve Halkbank üzerinden kaos senaryosu oluşturuluyor. Uluslararası kuruluşlar ile yerel iş birlikçileri, diz çöktüremedikleri Türkiye'ye âdeta savaş ilân ettiler. Son olarak NATO gibi dünyanın en prestijli ve büyük organizasyonların birinde yaşanan "hedef gösterme" kepazeliği de, Türkiye karşıtlığının doruk noktasına ulaştığını açıkça gözler önüne serdi. Zarrab davasına yüklenen ve reel olarak bir karşılığı bulunmayan bu durum da, piyasanın psikolojinin bozulmasına, tansiyonun

Kaynak: <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/ekonomi/521596.aspx>

Türkiye gazetesinin 22.11.2017'de yani 17/25 Aralık operasyonundan 3,5 yıl sonra gerçekleşen bu haberde 'Zarrab spekülasyonu ile piyasayı vuruyorlar' manşetini atarak bir haber yapmıştır. 'Türkiye ekonomide tarihin en büyük sıçramasını yaptığı Mayıs 2013'ten bu yana küresel güçler ve içerideki işbirlikçilerin hedefinde Gezi olaylarıyla başlatılan süreç 17/25 Aralık operasyonları terör saldırıları ve 15 temmuz'daki hain darbe girişimi ile devam etti'. Haberin içeriğinde de böyle bir durumdan bahsedilmektedir Rıza Zarrab ve arkasından gelen ülkedeki olağanüstü olayların olmasıyla birlikte Türkiye ekonomisinin vurulduğunu dile getirerek durum analizi yapmaktadır.

Resim 39:

Yeni www.turkiyegazetesi.com.tr ile tanışın. Keşfetmek için t

Ana Sayfa > GÜNDEM > Zarrab: ABD ile işbirliği istiyorum

Zarrab: ABD ile işbirliği istiyorum

30.11.2017 - 10:30 | [Son Güncelleme](#): 30.11.2017 - 10:32



[Facebook](#) [Twitter](#) [Google](#) [Yorum Yap](#) [A-](#) [A+](#)

İran asıllı Türk iş adamı Reza Zarrab, eski Halkbank Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Hakan Atilla'nın davasında "Tanık" sıfatıyla ifade verdi.

Zarrab, ayakları kelepçeli ve hapisane kıyafetiyle getirildiği duruşma salonunda tanık koltuğuna oturtuldu. Önce savcılar, sonra da Atilla'nın avukatları tarafından sorgulanan Reza Zarrab, savcılıkla iş birliğine karar vermesinin 3 temel amacı olduğunu ifade etti. Bunları, "Tamamen doğruları söylemek", "ABD ile iş birliği yapmak" ve "Bir daha suç işlememek" olarak sıraladı. ABD yaptırımlarını delme konusundaki soruya ise şu cevabı verdi: "İran'ın petrol ve doğalgaz satışından elde ettiği gelirlerle, uluslararası ödemelerini yaptım. Gaz gelirlerinin toplandığı Halk Bankası'ndan çıkararak bu ödemeleri gerçekleştirdim." Zarrab, Hakan Atilla'ya yönelik de "Ambargonun nasıl delineceği konusunda yol gösterdi" iddiasında bulundu.

Kaynak: <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/523759.aspx>

30.11.2017 tarihinde yapılan haberde ‘Zarrab'ın ABD ile işbirliği istiyorum’ ifadesine yer verilmiştir. ‘Zarrab ayakları kelepçeli ve hapishane kıyafeti ile getirildiği duruşma salonunda tanık koltuğa oturtuldu önce savcılar sonra da Atilla'nın avukatları tarafından sorgulanan Rıza Zarrab savcılıkla işbirliğine karar vermesinin üç temel olduğu üç temel amacı olduğunu ifade etti’ diye haber yalın ve net bir şekilde yorumsuz olarak dile getirilmiştir.

Resim 40:



Türkiye Gazetesi'nde son incelediğimiz haber ise Mehdi Eker açıklamasına dayanmaktadır. AK Partili Eski Bakan Mehdi Eker ‘Kudüs ve Zarrab davası hepsi bir planın parçası’ manşetiyle okuyucuya duyurulmuştur. Haber'de Mehdi Eker'in ifadeleri net ve yalın bir tarzla verilmiştir Türkiye gazetesinin Rıza Zarrab meselesi ile ilgili yaptığı bütün haberlere baktığımızda 17/25 Aralık öncesine ait internet sitesinde Rıza Zarrab adı geçen herhangi bir haber bulunmamaktadır. Ama 17/25 Aralık sürecinden sonraki dönemlerde ise Rıza Zarrab ile alakalı birçok haber yapmıştır. Hem 17/ 25 Aralık'tan sonraki dönemde hem Rıza Zarrab'ın Amerika'ya kaçışında ve Amerika'da tutuklandıktan

sonra yargılanmasına ilişkin siyasilerin ve yazarların söylemlerine yer verilmiştir. Rıza Zarrab davası ile ilgili genel anlamda Türkiye Gazetesi çok fazla yorum yapmayarak, gelişen durum ve olayları haber niteliği taşıdığı için paylaşmakta ve objektif bir gazetecilik örneği sergilemektedir. Gözden kaçırmamamız gereken bir nokta ise iktidarı zor durumda bırakabilecek Rıza Zarrab davası ile alakalı çok fazla haber içeriğine sahip olmamasıdır. Siyasal iktidara yakın bir gazeteden olabilecek bir davranış tarzı görmekteyiz.

6.4. Star Gazetesi İncelenmesi

Resim 41:

Star
MILLİ İRACATIN Sesi

Foto Video

20° İstanbul

Öğle 00:06:46 İstanbul

Son DakikaGüncelDünyaEkonomiSporYaşamBilim-TeknolojiSanatEğitim

MEDYA

Haberler » Medya

Reza Zarrab kızına "at çiftliği" hediye etti

Ebru Gündeş'in eşi Reza Zarrab, Bursa'nın Karacabey ilçesinde aldığı araziye



paylaş

tweetle

paylaş

A

20 TANE İNGİLİZ TAYINA HARA

Ebru Gündeş ile evli olan Reza Zarrab, geçtiğimiz aylarda İngiltere'den özel olarak getirttiği 20 tane İngiliz tayına aradığı harayı buldu.

ALARA'YA HEDİYE ETTİ

Bursa'nın Karacabey ilçesinde aldığı araziye, İngiliz 20 tayın yetişmesi için hara (at çiftliği) kurduran Zarrab, bu harayı kızı Alara'nın üstüne yaptı.

Kaynak:<http://www.star.com.tr/medya/reza-zarrab-kizina-hara-hediye-etti-haber-954005>

Star Gazetesi Rıza Zarrab ile ilgili ilk haberinde' Rıza Zarrab kızına at çiftliği hediye etti' manşetiyle vermiş Ebru Gündeş'in eşi Reza Zarrab Bursa'nın Karacabey ilçesinde aldığı çiftlikte 20 tane İngiliz tayını kızı haraya hediye ettiği haberleşirilmişir. 17/25 Aralık operasyonundan önce yapılan haberde Rıza Zarrab'ın tüm türk medyasında

olduğu gibi iş adamı ve ekonomik zenginliğine vurgu yapılarak klasik bir haberleştirme yapılmıştır yani haber magazin yönünde oluşturulmuştur.

Resim 42:

Star

FotoVideo

20° İstanbul

Öğle 00:04:43 İstanbul

Son Dakika Haberleri

16

Q

Son DakikaGüncelDünyaEkonomiSporYaşamBilim-TeknolojiSanatEğitimYazarlar

GÜNCEL

Haberler > Güncel12.11.2014 17:01 - Güncelleme: 12.11.2014 17:01

Bakanlık'tan Reza Zarrab yalanlaması!

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 'Bakanlar Reza Zarrab'ın uçağını dolmuş gibi kullanmış' başlığıyla verilen haberin gerçeği yansıtmadığını bildirdi.



paylaş

tweetle

paylaş

A

A

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan yapılan yazılı açıklamada, "Gıda Tarım Hayvancılık Bakanı Mehdi Eker, Ekim 2013 tarihinde Ekonomi eski Bakanı Zafer Çağlayan tarafından yaptırılan Malazgirt Çağlayan Meslek Yüksek Okulu'nun açılışı için yine eski Bakan Çağlayan tarafından organize edilen uçaklarla Muş'a gitmiş; Muş'tan polis helikopteri ile Malazgirt'e geçerek okulun açılışını gerçekleştirmiştir. Sayın Bakanımızın misafir olarak katıldığı programda kullanılan uçakların kime ait olduğunu bilmesi söz konusu değildir. Haberde uçağın sahibi olduğu iddia edilen şahısla sayın bakanın hiçbir kişisel tanışıklığı bulunmamaktadır" denildi.

**Türk Yıldızları ve SOLOTÜRK nefes kesti**

**ABD'nin vurduğu yerler uydudan görüntülendi**

**Sırcalı Canyon'daki 'taş teras' ziyaretçi akınına uğruyor**

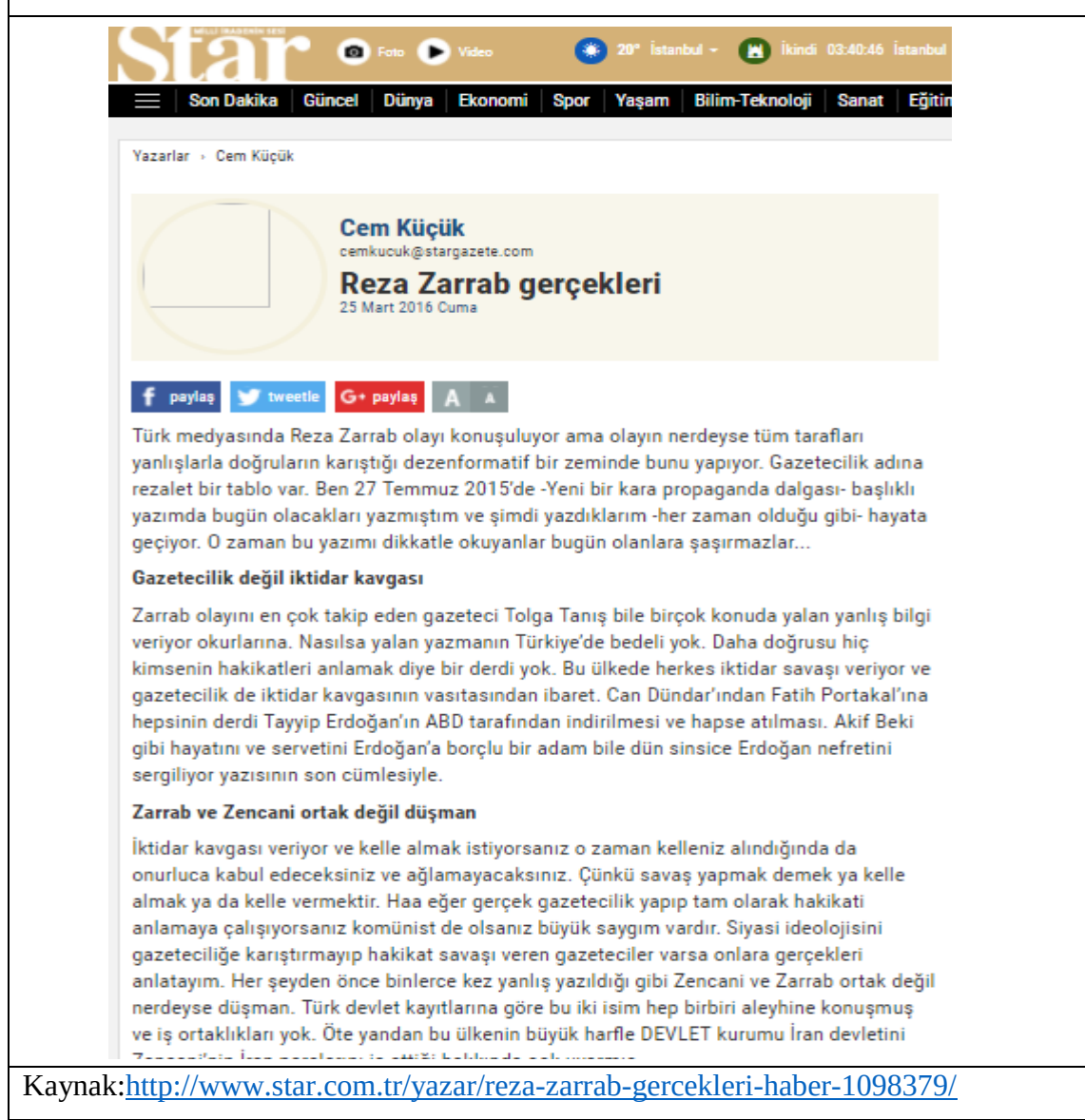


Kaynak:<http://www.star.com.tr/guncel/abdde--75-yil-hapis-istemiyle--tutuklandi-haber-1097576/w.star.com.tr/guncel/bakanlik-tan-reza-zarrab-yanlanlamasi-haber-965410/>

12.11.2014 tarihinde yapılan haberde 'Bakanlıktan Rıza Zarrab yalanlaması' manşetiyle verilmiştir. Haberin içeriğinde ise Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan yapılan yazılı açıklamada 'Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanı Mehdi Eker Ekim 2013 tarihinde eski ekonomi bakanı eski Zafer Çağlayan tarafından yaptırılan Malazgirt Çağlayan Meslek Yüksek Okulu açılışı için yine eski bakan Çağlayan tarafından organize

edilen uçaklarla Muş'a gitmiş' diye bir haber verilmiş ve habere ilişkin herhangi bir yorumda bulunulmamıştır.

Resim 43:



25 Mart 2016 tarihinde yapılan bu haberde Star Gazetesi yazarı Cem Küçük'ün 'Rıza Zarrab gerçekleri' adlı başlıklı yazısında Rıza Zarrab a ait birçok tanımlama ve haberden bahsedilmektedir. Cem Küçük Rıza ile Zarrab ile alakalı iddialarda bulunmakta ve bunu yayın yaptığı gazete adına yapmaktadır. İdeolojik ve siyasi amaçlı yapılabilecek olan bu tür yazılarda asıl hedef okuyucuyu etkilenmek siyasi olarak dayandığı temelin fikirlerini benimsetmek ve habercilik anlayışını buna göre şekillendirmektedir. Eğer

belgeleriyle bütün dile getirdiği iddaa'yı ortaya koyduğu takdirde habercilik anlayışına göre olumlu bir haber yapmış olacaktır. Ama unutulmamalıdır ki her medya grubunun bir ideolojisi siyasi düşüncesi ve dayandığı bir ekonomik sistem bulunmaktadır.

Resim 44:

Star

Foto Video

20° İstanbul

İkinci 03:39:44 İstanbul

Son DakikaGüncelDünyaEkonomiSporYaşamBilim-TeknolojiSanatEğitim

Yazarlar > Sevil NURİYEVA



Sevil NURİYEVA

snuriyeva@stargazete.com

Reza Zarrab üzerinden İran dizayn mı ediliyor

26 Mart 2016 Cumartesi

paylaş

tweetle

paylaş

A

Amerikalı savcının; Türkiyeli **kaçak savcıyla hareket ve tutumlarında bir benzerlik** sezdiğimi yazarak, olayın İran boyutuna dikkat çekmek isterim. Özellikle konumuna uygun olmayan ahvali ve sözüm ona **"kahraman havası"**, aynı merkezden idare edildikleri yönünde bir kanı uyandırdı. Bu bile, **algı** için yeterli bir görüntü oldu.

Mesele esasında, İran'daki **"Amerikancı"** bilinen isimlerin elini güçlendirme amacı güdüldüğü, **İran Devrim Muhafızları'nın itibarını zedelemeye yönelik bir operasyonun olduğu** yorumlanmaktadır.

Ayrıca Türkiye'de hükümete yönelik **kara propaganda makinasını** çalıştıran, Doğan medyasının devreye sokulmasının da bu tabloda bir anlamı vardır.

Meselenin Türkiye'ye aidiyeti olmamasına rağmen, ısrarla bu durum üzerinden **algı operasyonu** yürütme gayreti, devreye sokulacak yeni olayların da habercisi olarak okunmalıdır. Reza Zarrab, **İran** asıllı bir **Türk'tür. İran Devleti'nin desteği ve isteği** ile de eski ambargoların delinmesi yolunda çabalar harcamıştır.

İran'a uygulanan bu ambargoyu, ABD zaten kaldırdı. Hatta ambargo döneminde bile İran'ın; Fransa, Almanya, Çin ve Rusya üzerinden çeşitli operasyonları olmuştur, bu da **sır değildir!** Bu durumu, İran medyasını araştırdığımızda, satır arası analiz ve haberlerden de anlıyoruz.

Şimdi olayı İran perspektifinden bakarak okuyalım.

Ruhani'nin iktidara getirilmesi ve tüm açılımların onun eliyle gerçekleştirilmesini; bir zamanlar Perestroyka isimli projenin mimarı Sovyetler Birliği'nin Başkanı Mihail Gorbacov'a benzetilebilir. Bu ve benzeri operasyonların, zeminlerinin, kollarının; Ruhani'nin

Kaynak:<http://www.star.com.tr/yazar/reza-zarrab-uzerinden-iran-dizayn-mi-ediliyor-haber-1098662/>

Resim 45:

Kaynak:<http://www.star.com.tr/yazar/zarrab-atilla-caglayan--pis-kokular-haber-1253494/>

Resim 46:

104

17/25 Aralık operasyonundan yaklaşık 3,5 buçuk yıl sonra yapılan bu haberde, iktidara yakın olmasına rağmen, Star Gazetesi Bakanlar Kurulu toplantısının ardından, Zafer Çağlayan ve Rıza Sarraf açıklaması yaptığını dile getirmiştir. Bakanlar Kurulu sonrası kritik açıklamalarda bulunan hükümet sözcüsü, Bekir Bozdağ'ın ifadelerine yer veren gazete 'ABD'de Türkiye'ye yönelik açılan davalarda Fetö parmağı olduğunu söyledi ve Rıza Zarrab olayını Fetö terör örgütü ile birlikte hareket ettiğini' belirtti. Star Gazetesi burada haber de herhangi bir yorum yapmadı. Bekir Bozdağ'ın ifadelerine yer vererek Bakanlar Kurulu toplantısında Zafer Çağlayan veya Rıza Zarrab'ın tartışıldığını okuyucularına duyurdu.

Resim 47:

Star Foto Video 20° İstanbul İkindi 03:13:52 İstanbul Son Dakika Haberleri 16

Son Dakika Güncel Dünya Ekonomi Spor Yaşam Bilim-Teknoloji Sanat Eğitim Yazarlar \$ 4.0987 € 5.0637

POLİTİKA

Haberler > Politika 18.11.2017 00:39 - Güncelleme: 18.11.2017 02:41

Reza Zarrab davasında hedef Türkiye

Prof. Şen, ABD'nin Türkiye'yi kuşatma operasyonunun bir parçası olan Zarrab davasının, milli bir mesele olduğunu belirterek "Bu davada hedefin Türk devleti ve milleti olduğunu söyleyebilirim" dedi.

SELİM EFE ERDEM

paylaş tweetle G+ paylaş A

Hukuk profesörü Ersan Şen, FETÖ'nün 17-25 Aralık ihaneti başarısız kalınca, kumpasa kendisi devam eden ABD'nin kurduğu Reza Zarrab tezgahını deşifre etti. 27 Kasım'da ABD'de görülecek Zarrab duruşması öncesinde Star'a konuşan Prof. Şen, davada sunulan delil ve iddiaların yasadışı toplanması nedeni ve uluslararası hukuk ile iki ülke arasındaki anlaşmalara göre geçersiz olduğunu söyledi. ABD'deki dosyada daha önce gündeme gelmeyen yeni ses kayıtları ve 2015 yılına ait e-mail yazışmalarının da yer aldığı iddiasına dikkat çeken Prof. Şen, "ABD Türkiye'yi uzaktan dinlediye veya takibe aldıysa, bu hukuk dışı bir delildir ve ABD yasalanna göre de geçersizdir. Burada, üç beş kişinin yolsuzluğu tartışılıyor gibi konuşuluyor ama bir hukukçu olarak burada delillerin geçersiz olduğunu ve hedefin Türk devleti ve milleti olduğunu söyleyebilirim" diye konuştu.



Türk Yıldızları ve SOLOTÜRK nefes kesti



ABD'nin vurduğu yerler uydudan görüntülendi



Sırcalı Kanyon'daki 'taş teras' ziyaretçi akınına uğruyor



Kaynak: <http://www.star.com.tr/politika/reza-zarrab-davasinda-hedef-turkiye-haber-1276467/>

Resim 48:

Kaynak: <http://www.star.com.tr/guncel/zarrabdan-itaraf-mahkemedende-once-fbi-ile-prova-yapiyoruz-haber-1282980/>

06.12.2017 tarihinde yapılan haberde 'Zarrab'dan itiraf: Mahkemeden önce FBI ile prova yapıyoruz' ifadesi başlıktan verilerek; Rıza Zarrab davası hakkında son bilgiler okuyucuya duyurulmuştur. Yapılan haberde olumlu veya olumsuz yorum yapılmamaktadır. Sadece haberin içeriği olduğu gibi aktarımı yapılarak okuyuculara duyurulmuştur.

Resim 49:



Star Foto Video 20° İstanbul İkinci 03.09.44 İstanbul Son Dakika Haberleri 16

Son Dakika Güncel Dünya Ekonomi Spor Yaşam Bilim-Teknoloji Sanat Eğitim Yazarlar 177.23 110.521

DÜNYA

Haberler • Dünya 15.12.2017 22:58 - Güncelleme: 16.12.2017 00:06

eski Halkbank Genel Müdür Yardımcısı Hakan Atilla ifade verirken gözyaşlarını tutamadı

New York'ta tutuklu bulunan Halk Bankası eski Genel Müdür Yardımcısı Atilla duruşmanın 14. gününde ifade vermeye başladı.

AA

paylaş tweetle G+ paylaş A A

New York'ta tutuklu bulunan Halk Bankası eski Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Hakan Atilla, kendisine yönelik suçlamalara açılan davada ifade vermeye başladı.

New York'ta tutuklu bulunan Halk Bankası eski Genel Müdür Yardımcısı Mehmet Hakan Atilla, kendisine yönelik suçlamalara açılan davada bugün ifade vermeye başladı. Atilla, FBI ajanları tarafından kendisine sunulan şikayet dilekçesinde yer alan ses kaydı dökümünün kendisine değil, Hakan Aydoğan'a ait olduğunu söyledi.

Avukat Fleming'in FBI tarafından sorgulanmasını hatırlatarak "şikayet belgelerinde bir hata var mıydı?" sorusu üzerine Atilla, "Hata bana ait olmayan bir konuşmanın bana ait olarak yazılmasıydı" şeklinde konuştu. Atilla şikayet dilekçesinde yer alan ses kaydıyla ilgili "Bu Hakan Aydoğan'a ait olan 10 Nisan tarihli konuşmaydı." dedi.

Atilla, sorgulama sırasında FBI'a hiç yalan söylemediğini sözlerine ekledi.

Fleming'in, "Rıza Sarraf'la yaptırımları delmek için işbirliği yaptınız mı?, Herhangi bir hukuk kuralının delmeye çalıştınız mı?, Herhangi bir bankaya yönelik sahtecilik yaptınız mı?, Sarraf'a ve şirketlerine sahte evrak hazırlamayı öğrettiniz mi? sorularına "asla" diye karşılık veren Atilla, "Sarraf'ın çizdiği sahtekarlık tablosunun mimarı siz misiz?" sorusunda ise "değilim" şeklinde cevap verdi.

Avukatı Fleming'in "Hiç rüşvet aldınız mı? Hiç rüşvet talep ettiniz mi? şeklindeki

Türk Yıldızları ve SOLOTÜRK nefes kesti

ABD'nin vurduğu yerler uydudan görüntülendi

Sırçalı Kanyon'daki 'taş teras' ziyaretçi akınına uğruyor

Kaynak: <http://www.star.com.tr/dunya/eski-halkbank-genel-mudur-yardimcisi-hakan-atilla-ifade-verirken-gozyaslarini-tutamadi-haber-1286483>

İktidara yakın olan 2. Gazete Star gazetesinde en son inceleyeceğimiz habere gelmiş bulunmaktayız. 15.12.2017 tarihinde yapılan haberde ‘Eski Halkbank Genel Müdür Yardımcısı Hakan Atilla ifade verirken gözyaşlarını tutamadı’ başlıklı bir haber yapılmıştır. Haberin aktarımında New York'ta tutuklu olan Halkbank Eski Genel Müdür Yardımcısı Atilla'nın ifadelerine yer verilmiştir ve haber olduğu gibi aktarılmaya çalışılmıştır. Haberde kilit bir ifade yer almaktadır. ‘Zarrab'ın çizdiği sahtekarlık tablosunun mimarı siz misiniz? sorusuna ben değilim’ şeklinde cevap verilmiştir. Aslında bu ifade Rıza Zarrab davasının genel bir özetini oluşturmaktadır. Her ne kadar Rıza Zarrab davası ile ilgili iktidara yakın olan Star ve Türkiye gazeteleri haber yapmış olsalar da muhalefet gazetelerin kadar eleştiride bulunmamışlardır. Siyasetin bir gereği olarak eleştiri yapmak, medya organlarının bir görevi durumundadır. Bu dava ile alakalı Star ve Türkiye Gazetesi'nde internet arşivleri incelendiğinde; Rıza Zarrab'ın 17 ve 25 Aralık öncesindeki haberleri ya kaldırılmış ya da çok az miktardadır. Ama muhalefet gazetelerinde Rıza Zarrab ile alakalı 2010 yılına dair, magazinsel boyutu olan haberler bulabilmekteyiz. Buda iktidar ve muhalefet çatışmasında ki medyanın rolünü bize örneklemektedir. Her Medya grubunun beslendiği ekonomik ve siyasal bir güç bulunmaktadır Rıza Zarrab davasında da bunu görmekteyiz. Özetle gazeteler ideolojileri, fikirleri ve yapısı itibariyle çıkarları doğrultusunda haber yapmaktadır. Haberin şekli, içeriği ve dizaynını, istedikleri gibi oluşturmaktadırlar.

SONUÇ

Toplum yapısı itibariyle yönlendirilmeye ve yönetilmeye ihtiyacı vardır. Çünkü toplumun ihtiyaç ve gereksinimlerini gidermek için belli bir düzenin olması gerekir. İnsanlar tek başına yaşayamayacakları için birlikte hareket etmeleri, paylaşımında bulunmaları, bir toprak parçası üzerinde hayatını devam ettiren insanların o toprak parçasını anlamlı kılmak ve hizmet sağlayacak, yaşamın idame etmesi için güvenlik, sağlık, eğitim hizmetleri gibi unsurları yerine getirebilecek bir yapıya sahip olması gerekir. Bu görevi ise, devleti dizayn ederek yani planlı ve organizasyonlu, bürokrasi ve diplomasiyi uygulayan, kolluk kuvvetlerine sahip olan örgütlü bir sistemle yapar.

Siyasal sistemlerin içinde var olan, iktidar ve muhalefet kavramları demokratik bir yönetim sisteminin en önemli unsurlarıdır. Klasik demokratik ülkelerde bir seçim yapılır ve bu seçim sonrası ya tek başına hükümetler kurulur ya da koalisyon yönetim şekli biçimlenir. Ülkemizde 2002 3 Kasım seçimlerinden, 2015 7 Haziran seçimlerine kadar olan süreçte Ak Parti tek başına iktidar olmuştur. 2015 7 Haziran seçimlerinde Ak Parti tek başına iktidar olamamış ve koalisyonda kurulamamıştır. Fakat 1 Kasım 2015 seçimlerinde Ak Parti tekrar tek başına iktidar olmuştur. Yani uzun yıllar boyunca Ak Parti tek başına iktidar olmayı başarmıştır. Uzun zaman boyunca tek başına iktidar olmasının temel nedenleri vardır. Bunlardan en önemlisi, tezin temel noktalarından biri olan medyanın etkin kullanımıdır.

Siyasal partilerle ile medya arasında görmezden gelinmeyecek kadar mutlak bir ilişki vardır. Her medya grubunun beslendiği, ideolojik ve siyasi olarak yakınlık hissettiği, sermaye ve ekonomik olarak bağımlı olduğu ve grift bir ilişki düzeyinde olduğu siyasi bir düşünceye sahiptir. Klasik demokratik düşünce anlayışında, siyasi partiler medya grupları üzerinde hakimiyet kurarak hem siyasi iletişim sürecini sürdürmek hem de daha az eleştirilmek için etki alanına alınmak istenmektedir.

Tezin hipotezlerinden en önemlisi iktidar muhalefet çatışmasında medyanın aldığı roldür. Medya grupları, doğası gereği bir siyasi görüşe sahiptir. Medya, seçim dönemlerinde ve siyasi iletişim sürecinde vazgeçilemez bir kitle iletişim aracı olarak göreve almaktadır. Medyanın bu yapısı, toplum üzerinde etkili olmak için siyasi partiler tarafından bir araç olarak kullanılmak için tercih edilmektedir. Bu tercih siyasi sistemlerdeki, iktidar muhalefet arasında toplumu değiştirmek ve dönüştürmek için

önemli bir basamak haline gelir. Bununla beraber; toplumu yönlendirmek için siyasal partiler arasında bir çatışma çıkar bu suni çatışma ortamıyla birlikte siyasal partiler medyayı etkin kullanmak tercih ederler. Örnek olay, Rıza Zarrab meselesinde de iktidara yakın ve muhalefete yakın gazetelerin yaptığı haberler, 17/25 Aralık olayının sırasında sergilediği tutum ve arasında ve okuyucuların etkileyip etkilemedikleri incelenmiştir.

İktidara yakın Star ve Türkiye gazetelerinin ve muhalefete yakın Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinin internet sitelerinde ulaşılarak, arama butonlarına Rıza Zarrab yazıldığında yaptıkları ilk tarihli haberden konuyla alakalı son habere kadar incelenmiş içerik analizi yapılarak, eleştirel söylem tekniği uygulanarak tezin ana şekli dizayn edilmiştir.

İlk olarak muhalefete yakın olan gazetelerde Hürriyet gazetesi incelenmiş içerik analizi yapılmıştır. Buna göre Hürriyet gazetesinde arama butonuna Rıza Zarrab yazıldığında; 1837 haber karşımıza çıkmaktadır. Bu haberlerin internet sitesinde kapladığı toplam sayfa 184 sayfadan meydana gelmektedir. Rıza Zarrab'la ilgili ilk haber 27.07.2012 tarihinde yapılmıştır. Yapılan ilk habere bakıldığında Zarrab'ın uçak aldığından bahsedilmektedir. Yani bu habere ve sonraki haberlere baktığımızda, yani 17/25 Aralık olayına kadar Zarrab'ın iş adamı, tüccar ve ihracat rekoru kıran bir kişilik olan haberlerde konu edilmektedir. Zarrab'ın 17/25 Aralık öncesine kadar sanatçı, Ebru Gündeş ile yaptığı evlilik haberlerin içeriğine taşınarak, magazinsel bir boyut kazanmıştır. Sonraki haberlerde ise 17/25 Aralık konulu olarak düzenlenmiş ve okuyucuya duyurulmuştur. 17/25 Aralık olayının patlak verdiği dönemde Rıza Zarrab ile ilgili haberlerde çok büyük bir yükseliş olmuş ve Hürriyet gazetesi ile birlikte tüm Türkiye'nin gündeminde günlerce hatta aylarca yer alarak bütün ülkede tanınan bir sima haline gelmiştir. 17/25 Aralık'tan önce Hürriyet gazetesinde haberlere çok fazla konu olmazken, bu süreçten sonra siyasal bir mesela haline geldiği için haberlerde sıkça yer verilerek iktidarı zor durumda bırakmak için eleştirel bir söylem kullanılarak okuyuculara haber yapılmıştır. Hürriyet gazetesinin Zarrab ile ilgili haberlerini genel çaplı değerlendirdiğimizde; giriş , gelişme ve sonuç olarak ayırabiliriz. İlk haberden başlayarak son habere kadar Zarrab meselesi, irdelenerek bir haber anlayışı oluşturmuş.

Hürriyet gazetesinin Zarrab ile ilgili haberlerini ele aldığımızda giriş bölümünde iş hayatı ve magazinsel bir kişilik olma özelliğine değinerek, haberler oluşturulmuştur. Zarrab'ın tüm Türkiye'de olduğu gibi gerçek anlamda ülke gündemine geldiği dönem ise

gelişme dönemidir. Bu dönem 17/25 Aralık dönemine tekabül etmektedir. Hürriyet gazetesinin 17/25 Aralık döneminde, Zarrab ile ilgili haberlerde ülkedeki diğer medya gruplarının olduğu gibi başta olaya şaşkınlıkla yaklaştı sonrasında ise eleştirel bir söylem kullandı anlaşılmaktadır. Zarrab meselesiyle alakalı 17/25 Aralık'tan sonraki haberlere bakıldığında 3 aylık süreçte 548 habere konu edildiği bu da günlük ortalama 6 habere denk geldiği anlaşılmaktadır. Hürriyet gazetesinin bu denli haber yapması, Zarrab meselesine verdiği önemin ortaya koymaktadır. Gelişme bölümünde yani 17/25 Aralık döneminden sonraki zaman zarfından yapılan haber sayısının yüksek olması Hürriyet gazetesinin siyasal bir meseleye yaklaşımını göstermektedir bu yaklaşım, gazetenin muhalif bir söylemle haberlerini yaptığını ve toplumu kendi tarafınca bilgilendirdiğini ya da yönlendirdiğini göstermektedir.

Hürriyet gazetesinin sonuç bölümünü ise Zarrab'ın ABD'ye gittiği dönem oluşturmaktadır. Sonuç bölümünde yer alan haberlerin sıklığı ise 2017 yılının Kasım ve Aralık aylarında artış gösterdiği anlaşılmaktadır. Çünkü Zarrab, ABD'de tutuklanması ve Türkiye'yi zor durumda bırakacak ifadeler kullanılarak, ülkemizi ABD'ye karşı gizli devlet bilgilerini verdiğinden dolayı, tüm medya organlarında olduğu gibi Hürriyet gazetesinde de haber sıklığı artmıştır. Zarrab'ın ABD'de tutuklanarak cezaevine konulması muhalefete yakın olan gazetelerle birlikte, iktidara yakın olan gazetelerin söylemlerinin ortak bir paydada bulaşmasını sağlamıştır. Her Muhalif gazetede olacağı gibi Hürriyet gazetesinde de Zarrab meselesiyle ilgili, iktidara karşı aslında Zarrab'ın eleştirilmesine hep doğru olduğunu savunarak şimdi iktidarın ve medya organlarının, muhalif bir söylem kullanarak aynı fikirde olmalarını eleştirmişlerdir.

Hürriyetin Zarrab meselesiyle ilgili son haberi ise 5 Nisan 2018 tarihinde yapılmıştır. Bu haberi araştırmanın Hürriyet gazetesinin ile ilgili son haber olarak alınmıştır haberin içeriğine baktığımızda doğrudan bir aktarım yoluna gidilmiş, Zarrab'ın Amerika'da yargılanmasına dair bilgiler verilmiştir. Hürriyet gazetesinin Zarrab meselesiyle ilgili yapmış olduğu habere bakıldığında ve bu haberi dönemlere ayırdığımızda giriş bölümünde magazinsel boyutu yer alırken, gelişme bölümünde 17/25 Aralık sonrası olarak incelenmiş ve bu bölümde yapılan haberlerde genellikle eleştirel bir söylem kullanıldığı anlaşılmıştır. Sonuç bölümüne baktığımız ise; ABD'de tutuklanan Zarrab'ın yargılanmasına dair, mal varlıklarına el konulması gibi ya da Ebru Gündeş'le evliliğine konu alan haberler yapılarak okuyucuya duyurulmuştur.

Muhalif olarak araştırmada değerlendiren ikinci gazete ise Cumhuriyet gazetesinin konuyla ilgili internet sitesindeki yaptığı haberlerdir. Buna göre; cumhuriyet gazetesinin internet sitesinde Zarrab meselesiyle ilgili 622 tane haber yapılmıştır. İlk haber 11 şubat 2010 tarihinde Zarrab'ın sanatçı Ebru Gündeş ile evlilik haberi okuyuculara duyurulmuştur. 622 tane haber değerlendirildiğinde, 42 sayfa halinde verilmiş durumdadır. Araştırmanın rnek olayı olan Zarrab meselesi göz önüne alındığında diğer muhalefet gazetesinde olduğu gibi giriş, gelişme ve sonuç olarak ele alınmıştır. Giriş bölümü; 17/25 Aralık öncesine dayanmaktadır. Zarrab bu süreçte iş adamı ve magazinsel bir kişilik olarak öne sürülmüş haberlerin içeriği bu şekilde oluşturulmuştur. Diğer medya gruplarından olduğu gibi Zarrab ilgi çeken ve yeni tanınan bir kişi konumundadır. Zarrab bu zaman zarfında, serveti, yaptığı astronomik harcamalar gibi özelliklerle tanıtılmış durumdadır. Cumhuriyet gazetesinin araştırmayla alakalı giriş bölümünde, eleştiri düzeyi çok sınırlı olup popüler bir karakter olarak muhalif ve muhalif söylemlerden uzak bir şekilde topluma sunulmuştur.

Cumhuriyet gazetesinin gerçek anlamda muhalif bir söylem kullanarak eleştiri yaptığı bölüm ise 17/25 Aralık dönemi ve sonrasıdır yani araştırmanın gelişme bölümüdür bu bölümün içerik analizi yapıldığında, 17/25 Aralık döneminde Zarrab ile yapılan haberlerin sayısının hızla arttığı anlaşılmaktadır. 17/25 Aralık dönemi ve sonrası olarak 3 aylık bir sınır konulduğunda, internet sitesinden yapılan 622 haberin 130'nun günlük 1.4 habere denk geldiğini görmekteyiz. Yani, Cumhuriyet gazetesi 17/25 Aralık döneminden sonra her gün Rıza Zarrab'la ilgili haber yaptığı yapılan araştırma sonucu ortaya çıkmıştır. Buda demek oluyor ki Zarrab'la ilgili muhalif bir söylem kullanılarak, iktidarı zor durumda bırakabilecek haberler yapıldığını görmekteyiz.

Cumhuriyet gazetesi, yaptığı haberlerde sadece nitelik olarak bir artış olmamış iktidar-muhalefet çatışmasında muhalif partinin safında yer alarak, sert bir eleştiride bulunmuştur. Haber içeriklerine bakıldığında ise, iktidarı toplum nezdinde küçük düşürebilecek belgelere sahip olduğunu iddia ederek, eleştirel bir habercilik anlayışını savunmuştur. Cumhuriyet gazetesi sadece bu süreçte haber aktarımları değil aynı zamanda köşe yazarları vasıtasıyla da Zarrab meselesinin sorumlusunun iktidar olduğunu iddia ederek yazılar yayınlamışlardır.

17/25 Aralık esnası ve sonrasında yapılan haberlerin tamamında eleştiri yapılarak muhalefet çıkarına bir habercilik anlayışı uygulanmıştır. Araştırmadaki diğer gazete olan hürriyet gazetesi gibi Cumhuriyet’ te konunun üstüne giderek eleştiri seviyesini arttırmıştır.

Cumhuriyet gazetesinin, araştırmanın sonuç bölümüne dair bulguları ise şu şekildedir; yapılan son haber 10 Nisan 2018 tarihine aittir. Bu bölümde Zarrab’ın Amerika’ya kaçıışı ve tutuklanıp gece evine konulmasını kapsamaktadır. Sonuç bölümünde Zarrab’ın Amerika’da tutuklanmasının ardından özellikle 2017 yılının son iki ayı göze alındığında bir kara kutu, sırlarla dolu bir ajan olduğu iddia edilmektedir. Bu bölümde, Cumhuriyet gazetesi Zarrab’ın daha önce eleştirilmesinde haklı olduklarını savunarak, gerçek yüzünün ortaya çıktığını dile getirilmektedir. Araştırmada bu sonuca varılmasının nedeni ise Zarrab’ın Amerika’ya kaçtıktan sonra internet sitesinden yayımlanan haber içerikleri ve köşe yazılarıdır.

Cumhuriyet gazetesinin, Zarrab meselesi ile ilgili yaptığı haberler giriş, gelişme ve sonuç olarak içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiş ve eleştirel söylem tekniği ile bir varsayıma ulaşılmıştır. Araştırmanın raporuna göre; konuyla ilgili 622 adet haber yapılmıştır. Özellikle, araştırmanın 17/25 Aralık dönemi yani gelişme ve 17/25 Aralık’tan 10 Nisan 2018 tarihine kadar olan bölümde iktidarı eleştirerek, muhalefet partisini destekleyecek bir yayıncılık stratejisini uygulamıştır.

Araştırmanın bu kısmında ise iktidara yakın olan gazetelerden biri olan Star gazetesinin içerik analizi yapılmıştır. Daha sonra, eleştirel söylem tekniği kullanılarak, Zarrab meselesine dair yorumlamalarda bulunulmuştur. Star gazetesinin Zarrab meselesi ile ilgili internet sitesindeki ilk haberi 16.07.2014 tarihinde yaptığı görülmektedir. Yapılan ilk haberin tarihine baktığımızda ise Zarrab ile alakalı haberlerin internet sitesinden ya kaldırıldığı ya da hiç yapılmadığı anlaşılmaktadır.

17/25 Aralık öncesi ve esnasında Zarrab haberlere konu edilmediği ve bu şekilde iktidarın menfaatine yakın bir habercilik anlayışı sergilendiği sonucuna varılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın sınırlılığını 16.07.2014 tarihinden son haber olan 15.12.2017 tarihine kadar olan zaman zarfı alınmış durumdadır. İktidara yakın bir gazete olduğundan dolayı haberlerinde eleştirel bir söylem tercih edilmemiştir. Muhalefet gazetelerinde olduğu gibi zaman ve içerik açısından giriş, gelişme ve sonuç paylaşımı sağlıklı bir şekilde yapılamamıştır. Bunun sebebi ise, içerik ve done yetersizliğidir. Sadece Zarrab’ın

Amerika'ya kaçışından itibaren haberler okuyucuya duyurulmuş ve konunun adli takibinin haberlere yansıtılarak çok fazla yorum yapılmamıştır.

Zarrab'ın Amerika'ya kaçışından sonra yapılan haberlerde Türkiye Cumhuriyeti'ni zor durumda bırakacak bilgilerin ABD'ye verildiğini ve bu durumun Türkiye'yi diplomatik anlamda zor durumda bırakarak, ülkemizin menfaatlerine ters düşecek eylemlerin oluşmasına sebep olduğunu iddia etmektedir. Bu iddialar, muhalefet gazetelerinin sonuç bölümüne dair çıkarttıkları varsayımlarla ortaklık taşımaktadır. Kısaca, iktidara yakın olan gazeteler, muhalefete yakın olan gazetelerle Zarrab'ın Amerika'ya kaçışından sonra aynı düşüncüyü paylaşarak bir yayın politikası izlemiştir.

İktidara yakın olan bir diğerk gazete ise Türkiye gazetesidir. Türkiye gazetesinin Zarrab meselesiyle ilgili internet sitesinde mevcut olan ilk haber 20.12.2013 tarihindedir. Muhalif gazetelerde uygulanan giriş, gelişme ve sonuç bölümlerini bu gazete içinde kısmen olsa da uygulanabilir. Zarrab'ın 17/25 Aralık'tan önceye dair hiçbir haber yapılmamış veya kaldırılmış durumdadır. Yapılan içerik analizi sonucu, internet sitesindeki arama butonuna Zarrab yazıldığında 86 tane haber çıkmaktadır. Bu 86 haberin 3/1'ine yakın oranı 17/25 Aralık sürecine aittir. Bu süreçte Türkiye gazetesi iktidara yakın bir yayın politikası izlediğı için söylemlerinde eleştiri bulunmamaktadır. Haber aktarımlarında doğrudan adli sürece yönelik bir kitle iletişim aracı olarak haberler hazırlanmıştır.

17/25 Aralık sürecinden sonraki bölümde ise, Zarrab'ın ABD'ye kaçış süreci ve tutuklanıp yargılanmasına dair bilgiler verilerek doğrudan haber yapma biçimi benimsenmiştir. İktidara yakın olunmasına rağmen Zarrab'ın Amerika'ya kaçış sürecinden sonra tıpkı muhalif gazetelerde olduğu gibi Zarrab hakkında Türkiye Cumhuriyetinin devlet bilgilerini ABD'ye verdiğı ve diplomatik anlamda Türkiye'yi zor durumda bıraktığını ileri sürerek, bir yayıncılık anlayışı oluşturmuştur.

Zarrab meselesinin tekrar Türkiye gündemine geldiğı 2017'nin son aylarında gerek köşe yazıları, gerekse haberlerin içeriğinde sert eleştirilerde bulunulmuştur. Değışen ve dönüşen siyasal gündem göz önünde bulundurulduğunda hem Star hem Türkiye gazetesi diğerk muhalefet partisinin de desteğini alan iktidarın menfaatine yakın haberler yapmışlardır. Bu haberlerde hem diğerk muhalefet partisinin yöneticilerinin konuyla ilgili yaptığı açıklamaları gündeme getirerek hem de iktidarın açıklamalarını haberlerinde konu edinmişlerdir.

İktidara yakın olan diğer gazeteler Sabah ve Yeni Şafak incelendiğinde Zarrab meselesiyle alakalı, haberlerin çok az olduğu ve gündeme taşınmadığı anlaşılmaktadır. Bu araştırmanın sonucuna göre iktidar-muhalefet çatışmasında medyanın rolünün ne kadar önemli olduğu içerik analizi ve eleştirel söylem tekniği kullanılarak anlaşılmaya çalışılmıştır. Medya, siyasete yön veren bir güç olarak, toplumu yönlendiren ve şekil veren bir araç olduğu anlaşılmaktadır. Medya organları, ideolojik ve siyasal çıkarları için örnek olay Rıza Zarrab meselesinde olduğu gibi yayın politikalarını belirlemektedirler. Tercih edilen bu yöntem, toplum tarafınca bilinmesine rağmen hala tartışılmaktadır. Çünkü toplum haber kaynağının aktarım yaparken açık, net ve yalın olmasını talep etmektedir. Medya organlarının, siyasal sisteme dayanarak yaptığı yayıncılık ilkesi, objektiflikten uzak bir tutum, toplum tarafından kabul görmemektedir.

KAYNAKÇA

- Aktaş, H. (2004). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet. Konya: Tablet Kitabevi.
- Atabek, Ü. (1999/3). Akademik İlgi Alanı Olarak Siyasal İletişim, Ankara:Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi.
- Aziz, A. (2013). İletişime Giriş (Dördüncü Baskı), İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Aziz, A. (2014). Siyasal İletişim, İstanbul: Nobel Yayınları.
- Bauman, Z. (2015). Sosyolojik Düşünmek. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bogart, L. (1995). Cool Words, Cold War: A New Look At USIA's Premises For Propaganda, Washington DC, American University Press
- Cantril, H. (Mar.1938). Propaganda Analysis, London:The English Journal.
- Çam, E. (2005). Siyaset Bilimine Giriş. İstanbul: Der Yayınları.
- Dahlgren, P,(2005), "The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation", Political Communication
- Demir, V. (2007). Türkiye’de Medya Siyaset İlişkisi. İstanbul: Beta Yayınları.
- Erdoğan İ, -Alemdar, K. (1990), İletişim ve Toplum, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Erdoğan, İ. (1997), İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş, Ankara: İmge Kitabevi.
- Erdoğan, İ. (1997), İletişim Egemenlik Mücadeleye Giriş, Ankara: İmge Kitabevi.
- Foucault, M. (2013), Güvenlik, Toprak, Nüfus (Çev. F. Taylan), İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Foucault, M. (2014a), Özne ve İktidar, (Çev. I. Ergüden, O. Akınhay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Foucault, M. (2014b), Bilginin Arkeolojisi, (Çev. V. Urhan), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Gülseren A. Şendur, (1999/3), Türkçe Siyasal İletişim Kaynakçası, İletişim, Ankara:Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi
- Herman, E. S. Chomsky, N. (2012). Rızanın İmalatı Kitle Medyasının Ekonomi Politikası, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Heywood, A. (2016). Siyaset. Ankara: Adres yayınları.
- Işık, M. (2012). Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri (Üçüncü Basım). Konya: Eğitim Yayınevi.
- İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Jowett, G.S. and V. O'Donnel. (2012). Propaganda and Persuasion, Sage Publications, USA: Fifth Edition.
- Karaçor, S. (1999). Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi. Yönetim ve Ekonomi.
- Kecskemeti, P. (1973). Propaganda, In I.D.Pool (F.W. Schramm, N. Maccoby and E.B. Parker Eds.), Chicago: Handbook of Communication, Rand McNally.
- Kentel, F. (1991). Demokrasi Kamuoyu ve Siyasal İletişime Dair. Birikim Dergisi.
- Kılıçarslan, E. Ç. (2011). Siyasal İletişim İdeoloji ve Medya İlişkisi (İkinci Baskı).
- Kongar, E. (2018, 2 15).
- Köker, E. (1998), Politikanın İletişimi İletişimin Politikası, Ankara: Vadi Yayınları.
- Küçük, M. (1994). Medya, İktidar, İdeoloji. Ankara: Ark Yayınevi.
- McQuail, D. (1992). Media Performance: Mass Communication and the Public Interest. London: Sage Publications Ltd.
- Necati Özkan, (2004), a.g.e.
- Oktay, M. (2002). Politikada Halkla İlişkiler. İstanbul: Derin Yayınları.
- Özkan, N. (2004). Seçim Kazandıran Kampanyalar, İstanbul: MediaCat
- Özkan, N. (2014). Seçim Kazandıran Kampanyalar (Dördüncü Basım). İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Öztuğ, F. (2004). Yönetici Siyasal İletişim, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- P. C. Schmitter/ T.L Karl. (1999).(Demokrasi Nedir, Ne Değildir?) Sosyal ve Siyasal Teori, (Der. Atilla Yayla), Ankara: Siyasal Kitapevi.
- P. C. Schmitter/ T.L Karl. (1999).(Demokrasi Nedir, Ne Değildir?) Sosyal ve Siyasal Teori, (Der. Atilla Yayla), Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Pazarcı, N. G. (2004). Türkiye'de Kitle İletişimi. Ankara: Turhan Kitabevi.

Pratkanis, A. ve E. Aronson. (2008). Propaganda Çağı İknanın Gündelik Kullanımı ve Suistimali(Çev. N. Haliloğlu), İstanbul: Paradigma Yayınları.

Russel, B. (2004). İktidar (Çev. G. Zeybek). İzmir: İlya Yayınevi.

Sandıkçıoğlu, B.(2012) Siyasal iletişim, Eskişehir: Açıköğretim Fakültesi Yayını.

Tellan, T, (1999), İletişim Gelişme Yazını ve Globalizm, 99/Güz-Kış/4 Ankara: İletişim Dergisi.

Tokgöz, O (2008). Siyasal İletişimi Anlamak, İstanbul: İmge yayınları.

Tortop, N. (2009). Halkla İlişkilere Giriş (Onuncu Basım). Ankara: Nobel Yayınları.

Tunç, H.(1997). Parlamento İçi Muhalefet, Konya: Günay Ofset Matbaacılık.

Tunç, H.(1997). Parlamento İçi Muhalefet, Konya: Günay Ofset Matbaacılık,

L.(1973) Politika Biliminin Temel Sorunları (çev. Tuncer Karamustafaoğlu), Ankara.

Wolton,, D. (1991). Medya, Siyasal İletişimin Zayıf Halkası. Birikim Dergisi.

İnternet Kaynakları

İnternet: Kongar, E. (2010), Aydınlanma: Böyle Demokrasi de Olmaz Böyle Siyaset de.

URL:http://www.kongar.org/aydinlanma/2010/979_Boyle_Demokrasi_de_Boyle_Si

yaset_de_Olmaz.php, 15 Ocak 2015'den alınmıştır.

http://www.yordamkitap.com/doc/books/preface_74.pdf 15.11.2017

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. , Marc Prensky Ağ Sitesi: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> Erişim: 24.11.2017

İnternet: Mora, N. Haberin Sosyolojik Boyutu: Kamusal Söylemin Üretimi ve Kamuoyu Oluşumu, (Ocak,2011). Web:<http://www.dorduncukuvvet.com/medya-arastirmalari/2830-haberin-sosyolojik-boyutu-kamusalsoylemin-uretimi-ve-kamuoyu-olusumu.html> Erişim:12.01.2018

https://ipfs.io/ipns/tr.wikipedia-on-ipfs.org/wiki/T%C3%BCrkiye'de_yay%C4%B1nlanan_gazeteler_listesi.html Erişim:15.02.2018

- Resim1. <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/yetenekli-bay-reza-25417734>
Erişim 15.04.2018
- Resim 2. <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/yetenekli-bay-reza-25417734>
Erişim 15.04.2018
- Resim 3. <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/yetenekli-bay-reza-25417734>
Erişim 15.04.2018
- Resim 4. <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/yetenekli-bay-reza-25417734>
Erişim 15.04.2018
- Resim 5. <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/altin-kariyer-25394985>
Erişim 15.04.2018
- Resim 6. <http://www.hurriyet.com.tr/ebru-dolarla-dolu-havuzda-yuzuyor-17501148>
Erişim 15.04.2018
- Resim 7. <http://www.hurriyet.com.tr/ebru-dolarla-dolu-havuzda-yuzuyor-17501148>
Erişim 15.04.2018
- Resim 8. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/4-5-milyon-dolar-neden-evde-kutundaydi-25416701>
Erişim 15.04.2018
- Resim 9. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/4-5-milyon-dolar-neden-evde-kutundaydi-25416701>
Erişim 15.04.2018
- Resim 10. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/her-sey-yananmis-26361065>
Erişim 15.04.2018
- Resim 11. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/her-sey-yananmis-26361065>
Erişim 15.04.2018
- Resim 12. <http://www.hurriyet.com.tr/ak-parti-genel-baskan-yardimcisi-ozdag-37263161>
Erişim 15.04.2018
- Resim 13. <http://www.hurriyet.com.tr/ak-parti-genel-baskan-yardimcisi-ozdag-37263161>
Erişim 15.04.2018

Resim 14. <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/reza-zarrabin-otobusu-miamiden-yola-cikti-ilk-durak-tallahasse-40088526>

Erişim 15.04.2018

Resim 15. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/ilhan-cihanerden-17-aralik-basvurusu-40109290>

Erişim 15.04.2018

Resim 16. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/bozdagdan-kilicdaroglu-ve-zarrab-aciklamalari-40662856>

Erişim 15.04.2018

Resim 17. <http://www.hurriyet.com.tr/chpli-tezcan-sayin-erdogan-geregini-yaparim-40662443>

Erişim 15.04.2018

Resim 18. <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/kilicdaroglundan-ak-partili-vekile-cagri-kendisini-hanimefendiyle-beraber-evime-davet-ediyorum-40668456>

Erişim 15.04.2018

Resim 19. <http://www.hurriyet.com.tr/kilicdaroglu-riza-sarraf-icin-niye-telasa-kapi-40653257>

Erişim 15.04.2018

Resim 20.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/diger/118998/Ebru_Gundes_evlendi.html

Erişim 15.04.2018

Resim 21.

<http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/19939/>

[Turkiye_yi_sarsacak_bomba_iddia_.html](http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/19939/Turkiye_yi_sarsacak_bomba_iddia_.html) Erişim 15.04.2018

Resim 22.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/20195/Zarrap_dinlenip_dinlenmedigini_ba_kana_sormus.html

Erişim 15.04.2018

Resim 23.

http://www.cumhuriyet.com.tr/koseyazisi/21075/Sakin_Olun_Canlarim_Yandaslarim_...html

Erişim 15.04.2018

Resim 24.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/22683/Bela_okuyan_bakan_Riza_Sarraf_a_soguk_davranmis.html

Erişim 15.04.2018

Resim 25.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/19897/_Kime_uzaniyorsa_sonuna_kadar_g_itmelidir_.html

Erişim 15.04.2018

Resim 26.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dunya/23817/Sunday_Telegraph_Erdogan_in_imparatorlugu_tehlikede.html

Erişim 15.04.2018

Resim 27.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/39309/Turkone_den_Basbakan_Erdogan_a_cok_sert_yanit.html

Erişim 15.04.2018

Resim 28.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/38063/Kilicdaroglu_Sarraf_iceriden_AK_P_ye_haber_gonderdi_.html

Erişim 15.04.2018

Resim 29.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/turkiye/886709/Riza_Sarraf_in_3_calisani_tutuklandi.html

Erişim 15.04.2018

Resim 30.

http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/dunya/888842/CHP_den_yeni_belgeler..._FETO_cu_sirkete_para_aktarildi_.html

Erişim 15.04.2018

Resim 31. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/117036.aspx>

Erişim 16.04.2018

Resim 32. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/editorunsectikleri/118135.aspx>

Erişim 16.04.2018

Resim 33. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/editorunsectikleri/137012.aspx>

Erişim 16.04.2018

Resim 34. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/148954.aspx>

Erişim 16.04.2018

Resim 35. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/150520.aspx>

Erişim 16.04.2018

Resim 36. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/ekonomi/154680.aspx>

Erişim 16.04.2018

Resim 37. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/372577.aspx>
Erişim 16.04.2018

Resim 38. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/ekonomi/521596.aspx>
Erişim 16.04.2018

Resim 39. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/gundem/523759.aspx>
Erişim 16.04.2018

Resim 40. <http://www.turkiyegazetesi.com.tr/politika/524020.aspx>
Erişim 16.04.2018

Resim 41. <http://www.star.com.tr/medya/reza-zarrab-kizina-hara-hediye-etti-haber-954005>
Erişim 16.04.2018

Resim 42. <http://www.star.com.tr/guncel/abdde--75-yil-hapis-istemiyle--tutuklandi-haber-1097576/w.star.com.tr/guncel/bakanliktan-reza-zarrab-yalanlamasi-haber-965410/>
Erişim 16.04.2018

Resim 43. <http://www.star.com.tr/yazar/reza-zarrab-gercekleri-haber-1098379/>
Erişim 16.04.2018

Resim 44. <http://www.star.com.tr/yazar/reza-zarrab-uzerinden-iran-dizayn-mi-ediliyor-haber-1098662/>
Erişim 16.04.2018

Resim 45. <http://www.star.com.tr/yazar/zarrab-atilla-caglayan--pis-kokular-haber-1253494/>
Erişim 16.04.2018

Resim 46. <http://www.star.com.tr/guncel/bakanlar-kurulu-toplantisinin-ardindan-zafer-caglayan-ve-reza-zarrab-aciklamasi-haber-1253946/>
Erişim 16.04.2018

Resim 47. <http://www.star.com.tr/politika/reza-zarrab-davasinda-hedef-turkiye-haber-1276467/>
Erişim 16.04.2018

Resim 48. <http://www.star.com.tr/guncel/zarrabdan-itiraf-mahkemeden-once-fbi-ile-prova-yapiyoruz-haber-1282980/>
Erişim 16.04.2018

Resim 49. <http://www.star.com.tr/dunya/eski-halkbank-genel-mudur-yardimcisi-hakan-atilla-ifade-verirken-gozyaslarini-tutamadi-haber-1286483>
Erişim 65.04.2018