

TÜRKİYE'DE HÜKÜMET ve MEDYA İLİŞKİSİ: AKP ve DOĞAN GRUBU ÖRNEĞİ

Levent YAYLAGÜL*
Cengiz ÇİÇEK**

Giriş (Sorun, Konu, Amaç)

Kapitalist toplumlarda medya, siyaset, sermaye ve iktidar ilişkileri gerilimli bir konudur. Özellikle hükümet ve medya, sermayenin egemenliğinin ve iktidar ilişkilerinin parçasıdır. Aralarında özel ekonomik ve siyasi tabanlı ilişkiler vardır. Hükümetlerin ekonomik ve siyasal kararlarla bazı medya kuruluşlarını ödüllendirmesi ya da cezalandırması, medyanın hükümet[ler]e ideolojik destek vermesi gibi konular malumun ilanıdır.

2009 yılında AKP hükümetinin Maliye Bakanlığı tarafından Türkiye'nin en büyük medya kuruluşu olan Doğan Holding'e, vergi usulsüzlüğü gerekçesiyle 5 milyar liralık bir vergi cezası kesilmiştir. Bu miktar, 2002-2006 dönemine ilişkin kayıtların incelenmesi neticesinde kesilen birden fazla cezanın toplamıdır. Hükümet bütün bu gelişmeleri rutin bir inceleme sonucunda yapılan bir işlem olarak yansıtırken, muhalefet ve hükümet karşıtı kişi ve kurumlar bu konuyu, siyasal iktidarın kendisine muhalif olan bir medya kurumunu yok etme ya da susturma operasyonu olarak değerlendirmektedir.

Bu bağlamda bu makalenin amacı, AKP hükümetinin medya ile ilişkilerini Aydın Doğan medyası örneğinde inceleyerek, kapitalist toplumlarda iletişimsel faaliyetlerin, liberal paradigmanın iddia ettiği gibi "pazar mekanizması" çerçevesinde arz ve talebe göre biçimlenmediğini, bilakis devletin bu alanda ekonomik ve siyasi bir aktör olarak aktif bir şekilde yer alarak, medya sektörünü sınıf mücadelesinin bir parçası olarak nasıl biçimlendirdiğini ortaya koymaktır. Bunun için öncelikle AKP'nin gelişimini sağlayan tarihsel ve toplumsal koşullar çerçevesinde bu partinin ekonomik ve siyasal temelini, Türkiye'de medyanın doğuşunun

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

** Öğretim Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü.

ve gelişiminin ana hatlarını, bu çerçevede Doğan Grubunun doğuşu ve gelişimini, medya-hükümet ilişkilerini, buna dayalı olarak AKP-Doğan Grubu ilişkisini ve kavgasını tarihsel bir perspektifle incelemek amaçlanmıştır.

Kuramsal Çerçeve

Medya konusundaki bilimsel araştırmalarda egemen olan temel paradigma liberal çoğulcu yaklaşımdır. Bu yaklaşım, medya da dahil olmak üzere her türlü ekonomik ve siyasal olayı pazar mekanizmasına referansla analiz eder. Buna göre, piyasa mekanizması devletin dışarıdan müdahalesi olmadan, rasyonel bireylerden oluşan satıcı ve alıcıların pazarda karşılaşması sonucu arz ve talebe göre optimum faydanın yaratılacağı varsayımına dayanır. Bu açıdan, Pazar mekanizması aynı zamanda her türlü özgürlüğün de garantisidir.

Bu makalenin temel amacı, medya kurumlarının içinde yer aldıkları ekonomik, siyasal ve kültürel ortamın medya mesajlarının biçimlendirilmesinde belirleyici güçler olduğu görüşünden hareketle, hükümet ve medya ilişkilerini analiz etmek olduğu için, kuramsal bakış açısı olarak eleştirel ekonomi-politik yaklaşım benimsenmiştir. Ekonomi politik yaklaşım, temelde medya çıktılarını biçimlendiren güçler arasında ekonomik ve siyasal güçlere vurgu yapar. Ekonomi politik yaklaşımın vurgu yaptığı ekonomik unsurlar arasında Pazar mekanizması ve medyanın mülkiyet yapısı önemlidir. Medya kuruluşları da her şeyden önce, birer endüstri ve kapitalist pazarın mantığına göre kar peşinde koşan işletmelerdir. Bu bağlamda medya kuruluşları da emtia üretir. Ancak bu emtiaları diğerlerinden ayıran en temel özellik, bu emtiaların aynı zamanda ideolojik birer aygıt olmasıdır (Murdock, 1982). Buna göre, kapitalist Pazar mekanizması ve siyasal bir aktör olarak devletin bu sürece müdahale etmesi, medya içeriklerinin ideolojik olmasını belirleyen temel toplumsal ve tarihsel dinamiklerdir. Bu bağlamda, ekonomi politik yaklaşım medya mesajlarının sembolik boyutlarını biçimlendiren, ekonomik [ve politik] güçleri incelerken medyanın ekonomik ve sembolik boyutları arasında ilişki kurar. Bunun yanında eleştirel ekonomi politik yaklaşım temelde toplumu üretim, dağıtım, bölüşüm ve tüketim ilişkilerinin bütünlüğü içerisinde analiz eder ve bu sürecin kapitalist toplumlarda eşitsiz olan doğasına vurgu yapar. Bu açıdan medyanın kendisi de ekonomik ve sembolik kaynakların eşitsiz bir biçimde dağıtıldığı iktidar ilişkilerinin bir parçasıdır. Onun için medyanın gerek endüstriyel yapısının, gerekse de içeriklerinin biçimlenmesinde iktidar ilişkilerinin nasıl işlediğinin analiz edilmesi gerekir (Boyd-Barret, 1995).

Kapitalist toplumlarda rekabet tekelleşmeye yol açar. Medya piyasası oligopolist güçlerin egemenliğinde birkaç büyük sermaye grubu tarafından kontrol edi-

lir. Bu durum, özü itibariyle kamusal bir faaliyet olan iletişimsel etkinliklerin kapitalistlerin kişisel ve sınıfsal açıdan ekonomik ve siyasi çıkarlarına hizmet edecek şekilde biçimlenmesine neden olmaktadır. Bu durumu göstermek için Edward S. Herman ve Noam Chomsky (1988), Amerikan haber medyasını ampirik olarak inceleyerek Propaganda Modeli adını verdikleri bir model geliştirmişlerdir. Bu modele göre, medya haberlerinin (içeriklerinin) doğasını ideolojik olarak biçimlendiren beş temel yapısal unsur olduğunu belirtirler. Bunlar sırasıyla, (i) Medyanın mülkiyet yapısı, büyüklüğü, ve kar amaçlı olmasıdır; Medyanın mülkiyeti kapitalist sınıfa aittir, sadece büyük sermaye bu alana yatırım yapabilir ve medyanın kar amaçlı endüstriyel bir yapı olması, medyanın kapitalist kültür ve ideolojiyi yeniden üretmesinin temel nedenidir; (ii) Reklam verenler; reklam ve tüketim doğrudan kapitalizmle ilgilidir ve reklam verenler kapitalist sistemi eleştiren medya kuruluşlarına reklam vermezler; (iii) Medyanın Haber Kaynakları (Bunların çoğu devletin ve hükümetin üst düzey görevlileri ve yetkilileridir ve onların beyanatlari sorgusuz bir şekilde doğru ve verili kabul edilir, ancak bunlar doğrudan egemen sınıfın çıkarlarının temsilcileri ve sözcüleridir); (iv) Yaptırımcı Kurumlar ve Tepki; Kapitalist sistemin parçası olan büyük kurum ve kuruluşlar egemen düzeni eleştiren medya kuruluşlarına tepki gösterip yaptırım uygulayabilirler; (v) Anti Komünizm: Kapitalist düzende medya komünizme karşı olan kurumlardan birisidir ve içeriklerinde her zaman anti komünist bir söylemi yeniden üretir (Herman ve Chomsky, 1988).

Ekonomi politik yaklaşıma göre sermaye sahipleri [hem medyanın sahibi hem de medya kuruluşlarına reklam veren büyük şirketlerin sahipleri] ve siyasal aktörler, medya içeriklerinin belirlenmesinde önemli bir rol oynarlar. Bu durum, medyanın ekonomik ve siyasal seçkinlerin çıkarları doğrultusunda egemen ideolojiyi yeniden üretmesine neden olur. Bu açıdan ekonomik ve siyasal aktörler arasındaki ilişki, medyanın biçimlenmesi açısından oldukça önemlidir. Medyanın ekonomik (mülkiyet ve sahiplik ilişkileri) yapısının yanında medyanın örgütsel, kurumsal ve hukuki açıdan içinde yer aldığı siyasal ortam ve iklim de çok önemlidir. Bu bağlamda medya analizlerinde medyayı biçimlendiren temel güçler, ekonomik ve politik güçlerdir. Politik güç olarak hükümetlerle medya arasındaki ilişkinin doğası çok önemlidir.

Özellikle 1980'li yıllardan itibaren yeni sağ hükümetler, uyguladıkları ekonomi politikaları ve yaptıkları yasal düzenlemelerle, günümüz medyasının ve içeriklerinin biçimlenmesinde etkin olmuşlardır. Bu gelişmeler özellikle radyo ve televizyon üzerindeki kamu tekeli uygulayan ülkelerde, 1970'li yıllardan 1980'lere kadar süren ekonomik krizin neticesinde, yeni bir sermaye birikim modeli olarak

refah devleti anlayışından, de-regülasyon ve özelleştirmelerle kendisini gösteren neo-liberal politikalarla, kamusal bir hak ve hizmet olan kitle iletişim alanının sermaye gruplarına açılması ile sonuçlanmıştır (Kaya, 2009a). Bu durum, özellikle küresel sermaye alanında Amerikan hegemonyasının daha da pekişmesine yol açmıştır. Küresel sermaye bir yandan küresel medya pazarını kontrol ederken, yerel sermayeler de kendi pazarlarına girmiş ve kimi zaman da küresel sermaye grupları ile işbirliği içerisinde bunu gerçekleştirmiştir. Reklam verenlerden sağladıkları gelire dayanan medya şirketleri üzerinde büyük sermaye grupları bir yandan sahiplik ve ortaklık ilişkileri ile egemenlik kurarken, diğer yandan reklam ve sponsorluk mekanizması da medya içeriklerini biçimlendiren temel güç olmuştur. Bu durum, giderek medya içeriklerinin ticarileşmesine neden olurken, kamusal yayınların oranı giderek azalmış ve en çok izleyici kitlesine ulaşmayı amaçlayan medya içeriklerinin düzeyi de, gittikçe en düşük ortak paydaya hitap edecek şekilde kitle kültürü olarak gerçekleşmiştir.

Medyanın mülkiyet ve içeriğini biçimlendiren temel kurumlardan birisi de devlettir. Sınıflı toplumlarda devlet, üretim araçlarını kontrol eden sınıfın egemenliğini ve ayrıcalığını garanti altına alan en temel aygıttır. Bu anlamda devlet bağımsız bir güç değil, belli bir sosyo ekonomik formasyona denk düşen sosyo politik bir oluşumdur. Devlet öncelikle egemen sınıfın mülkiyetini koruyup kollar, artı değer üretim mekanizmasını garanti altına alır (Buhr ve Kosing, 1999). Bu bağlamda eleştirel yaklaşım, devleti, sınıf mücadeleleri çerçevesinde biçimlenen bir oluşum olarak ele alırken liberal paradigma devleti görece özerk, ekonomiden ve sınıflardan bağımsız bir kurum olarak görür. Dolayısıyla liberal paradigma, iletişimsel süreçler de dahil olmak üzere, her şeyi pazar mekanizması ve sivil toplum/devlet karşıtlığı içerisinde ele alır. Liberal paradigmanın kurucu babalarından Adam Smith (2006), ekonomiyi, görünmez elin biçimlendirdiği ve doğal bir düzene denk gelen Pazar ilişkileri çerçevesinde değerlendirirken, devletin işlevini de Pazar mekanizmasına müdahale etmeden onun işleyişini garanti altına alacak temel güç olarak görür. Bu bağlamda devletin görevlerini de savunma, altyapı ve bayındırlık hizmetleri gibi sermayedarların ilgilenmedikleri konularla sınırlandırmasını ister. Öte yandan Gramsci (1997: 322) liberal yaklaşımın devletin işlevlerini siyasal ve hukuksal olarak gören anlayışını eleştirmektedir. Gece bekçisi devlet anlayışının yetersiz olduğunu ve devlet ile sivil toplum arasındaki ayrımın geçersiz olduğunu, [kapitalist] devlet olmadan sivil toplumun işleyemeyeceğini belirtmektedir. Gramsci'ye göre devlet sivil toplumun ta kendisidir. Liberal yaklaşım iletişim faaliyetlerini ifade özgürlüğüne indirger. Bu alandaki tekelleşme, holdingleşme gibi ekonomik oluşumları dikkate almaz. Oysa devlet, kapitalist toplumlarda kamu mülkiyetindeki iletişim araçlarını kontrolünde tutar, çıkardığı yasalarla

iletişimsel içerikleri belirler ve sınırlandırır, iletişimsel mülkiyet haklarını garanti altına alır. Kontrol ettiği ekonomik ve siyasal güçler aracılığıyla, medya pazarının düzenlenmesini ve mülkiyet ilişkilerini biçimlendirir. Üretim ilişkileri çerçevesinde sınıf egemenliğinin bir aracı olarak devlet, burjuva sınıfının işlerini yürüten bir komiteden başka bir şey değildir. Marx ve Engels (1993)'in Komünist Manifesto'da yaptıkları bu tespite rağmen, Marx (1990) Louis Bonaparte'ın 18 Brumair'inde devletin, bir bütün olarak egemen sınıfı temsil etmeyebileceği, egemen sınıf içerisinde bir grubun temsilcisi de olabileceği uyarısını yapar. Bu yaklaşım, özellikle günümüzde AKP ve sermaye ilişkilerini açıklamada önemlidir. Aşağıda daha detaylı inceleneceği üzere, AKP sermayenin temsilcisi olmasına rağmen blok olarak bütün sermayenin değil, sermaye içerisinde belli bir fraksiyonun temsilcisidir. AKP-Doğan Holding kavgasını sermaye içi bir egemenlik mücadelesi olarak görmek gerekir. Althusser (1971) Devleti bir baskı aygıtı ve ideolojik aygıtlar toplamı olarak görür. Oysa kapitalist toplumlarda devlet, sadece ideolojik manipülasyon ve baskı işlevinin dışında ekonomik bir işlev de yerine getirir. Ekonomik bir aktör olarak kaynak aktarımı, vergi borcu öteleme ya da ötelememe, kredi verme ya da vermeme, kamu ihalelerine sokma ya da sokmama gibi yollarla, iletişim pazarında da mülkiyet ve pazar ilişkilerini değiştirebilecek yegane güçtür. Aşağıda inceleneceği üzere, AKP'nin iktidara geldikten sonraki uygulamaları bu durumun açık kanıtıdır.

Araştırmanın Bulguları

AKP'nin Gelişimi ve İdeolojisi

AKP, 2001 yılında kurulmuş, 2002 seçimlerinde aldığı %34'lük oy oranı ile seçimlerden birinci parti olarak çıkmıştır. AKP siyasal alanda yeni bir parti olmasına rağmen, partinin kurucuları uzun zamandır siyasal arenada yer almış ve siyasi yaşamlarının büyük bir bölümünü "milli görüş" geleneği içerisinde geçirmiş kimselerdir. Ancak daha önce içerisinde yer aldıkları siyasal yapının sürekli siyasal hayattan tasfiye edilmesi sonucunda bu hareketten 'koparak', kendi partilerini kurmuşlar ve merkez sağ bir parti oldukları iddiasıyla kendilerini muhafazakar demokratlar olarak tanımlamışlardır.

1950'li yıllardan günümüze Türkiye'de siyasal yaşamı genelde birkaç istisna dışında merkez sağ partiler yönetmişlerdir. Ancak 1990'lı yıllarda yaşanan önce 1994 krizi ve ardından 2001 ekonomik krizi, merkez sağ ve sol partilerin bu krizleri yönetemeyişi ve bu sürece eklenen yolsuzluk iddiaları, sağ seçmeni 'merkez'den uzaklaştırmış ve bu boşluğu "adalet" ve "kalkınma" söylemiyle dolduran AKP iktidara gelmiştir (Menderes, 2009).

AKP, 2001 yılındaki ekonomik krizin ardından yeni bir siyasi umut olarak doğmuştur. 2002 seçimlerinden birinci parti olarak, Avrupa Birliği'ne girme projesine dört elle sarılarak ekonomik, sosyal ve siyasal reformları AB normları çerçevesinde gerçekleştirmeye çalışmıştır. O dönemde AKP'ye toplumsal desteğin yükselmesindeki en önemli faktör, ekonomik büyüme, Avrupa Birliği'ne girilebileceği, milli gelirin artacağı, yani sahip olunacak refah ve mutluluğa yönelik beklenti ve daha sonraki seçimlerde bunlara ilaveten iktidar olanaklarıyla yapılan seçim yatırımlarıdır (Akyol, 2009).

2007 seçimi öncesi yaşanan olumlu gelişmeler ve bunun sağladığı rüzgarla yeniden iktidar olan AKP için 2008 yılından sonra işler tersine dönmeye başlamıştır. Önce 2008 yılındaki küresel kriz, içi boş çıkan Kürt açılımı, ulaşım ve enerji alanında yapılan fahiş zamlar, çalışan sınıfların yaşam koşullarının giderek bozulması, işsizlik, Ergenekon davası, kurumlar arası çatışma, toplumun kutuplaşması, siyasal istikrarsızlık ve deniz feneri ve benzeri yolsuzluk haberleri, AKP'nin meşruiyetinin ve politikalarının sorgulanmasına neden olmuştur. 2009 yılında yapılan yerel seçimlerinde AKP yüzde sekiz civarında bir oy kaybetmiştir.

AKP, iktidar olmanın kendisine sağladığı avantajları da kullanarak, kendi dünya görüşünü desteklemeyen ve eleştiren kişi kurum ve yapıları baskı altına almaya çalışmaktadır. Bu kurumlardan birisi de medyadır. Buradaki temel amaç, kendisini desteklemeyen medya kuruluşlarının, AKP'nin çıkarları ve görüşleri doğrultusunda ekonomik ve siyasal baskılarla (Cindoruk, 2009) hem mülkiyet hem de içerik açısından yeniden biçimlendirilmesidir. Bu anlamda AKP, iktidar olmanın olanaklarını kendi çıkarları doğrultusunda baskı unsuru olarak kullanmaktadır. Buradaki temel amaç medyanın AKP'leştirilmesidir. AKP yandaş medya söylemiyle kendi medyasını yaratmaktadır. Kendisini eleştiren bütün kişi kurum ve kuruluşları "ideolojikler" söylemiyle eleştirerek kendi hegemonyasını kurarken, muhalefeti suçlu ilan etmektedir. Muhalifleri seçkincilikle ve halk düşmanı olmakla suçlarken, kendisini bütün çıkarlardan ve ideolojilerden arınmış, "millete hizmet etmek"ten başka hiçbir amacı olmayan, adeta kanatsız bir melek olarak sunmaktadır.

AKP, iktidara geldiği 2002 yılından bu yana neo muhafazakar, liberal politikalar çerçevesinde hem toplumsal yapıyı, hem (ordu, üniversiteler, yargı gibi) devletin kurumları yanında medyayı da bu politikalar çerçevesinde dönüştürmek için çalışmaktadır. AKP, kendisine karşı olan toplumsal dinamikleri (Kürtler, Aleviler vb.) demokratik açılım söylemiyle pasifize edip, onlar üzerinde kendi hegemonyasını kurarken, medya ve bazı yapılar üzerinde de iktidar olmanın kendisine sağladığı imkanları ekonomik ve siyasal baskı amaçlı olarak kullanmaktadır.

AKP, çökmüş bir ekonomik ve siyasal yapıda neo-liberal ve muhafazakar bir söylemle AB uyum programı çerçevesinde reformlar yapıp toplumu sivilleştirip özgürleştirerek AB'ye girmeyi sağlama ve toplumsal refahı piyasa mekanizması ve özelleştirme politikaları yoluyla geliştireceği teziyle toplumsal gündemde yer alırken, kendisine karşı olan herkesi özgürlük ve refah düşmanı, darbeci, orducu, anti demokratik ve ulusalcı olma suçlamasıyla, gayri meşru ilan ettiği bir söylemle hayat bulmaktadır. Bu söylemle her türlü toplumsal muhalefeti pasifize ve tasfiye eden AKP, küresel sermaye tarafından desteklenen güçlü bir iktidar olma/oluşturma çabasıdadır (Kurt, 2009).

AKP'nin uyguladığı politikalarla ulusal egemenlik küresel sermayeye devredilirken, ulusalcılık, terör, darbe ve anti demokratik tutum ve dünyadan koparak içe kapanma söylemleriyle gayri meşru ilan edilmektedir. Cumhuriyetin kurumlarıyla kavga edilerek, bu kurumlar özgürlük karşıtı ve baskıcı olmakla suçlanmakta, çalışanlar örgütsüzleştirilerek kemer sıkma zorlanmakta ve piyasa mekanizması bütün sorunların tek çözüm yeri olarak sunulurken, kamu kesiminin ve kamuya yönelik devlet girişimlerinin etkinliği azaltılmaktadır. Sosyal devlet tasfiye edilirken, yerine konan sadaka kültürü, 'Müslüman kardeşliği, dayanışması ve paylaşım' söylemiyle meşrulaştırılmaktadır. Bir yanda tüketim yoluyla bireycileşme (kredi kartlarıyla) azdırılmaktadır. Öte yanda emeklilik yaşının kademeli olarak yukarı çekilmesi, sağlık hizmetlerinin ücretli katılım payının artırılması, enerji konusundaki yüksek zamlar, yolsuzluklar, büyüyen bütçe açığı AKP açısından iktidarı sürdürülemez hale getirmektedir. Ayrıca çalışanların büyük bir kesiminin toplu sözleşme hakkının olmaması, olanların da yandaş sendikalar eliyle işleme hale getirilmesi ve milyonlarca çalışanın kaderinin ve geleceğinin Başbakan'ın iki dudağının arasında olması, işçi sınıfının tepkisini azaltarak onları pasifize etmekte ve siyasete aktif katılımdan mahrum bırakmaktadır.

Bütün bu gelişmelerin kökeninde, AKP'nin temsil ettiği yapının sınıfsal kompozisyonu bulunmaktadır. 2002 ve 2007 seçimlerinde tek başına iktidar olmayı başaran AKP'nin kendisini, İslamcı kökenini yadsıyarak muhafazakâr demokrat olarak nitelenmesi manidardır. Aslında bir sermaye partisi olan AKP, Avrupa Birliği'ne girme ve toplumu modernleştirme savıyla sadece muhafazakârların değil, sol liberallerin de ideolojik desteğini almış ve bu desteği kendi hegemonyasını tesis etme sürecinde iyi kullanmıştır. Bu bağlamda sol liberallere demokrasi ve özgürlükler alanını genişleteceği imajını yaratmıştır (Kurt, 2009).

22 Temmuz (2007) seçimlerinde yüzde kırk yedi oy oranına ulaşan AKP'nin arkasında geniş bir sınıfsal oydaşma vardır. Uyguladığı neo liberal ekonomi politikaları ile küresel sermayenin ve onun yerli temsilcilerinin partisi olan AKP hem

TÜSİAD gibi büyük ve laik sermayenin, hem de MÜSİAD gibi görece daha küçük Anadolu sermayesinin desteğini alarak iktidara gelmiştir. Bu bağlamda AKP, İslamcı Anadolu sermayesi ile İstanbul'un laik ve büyük sermayesinin ortak çıkarlarını bir süreliğine bir potada eritmeyi başarmıştır. AKP, uyguladığı neo liberal politikaların yoksullaştırdığı kitleleri ise uyguladığı sadaka kültürü ile kendisine bağımlı hale getirip onların desteğini de almayı başarmıştır. AKP bir taraftan sosyal devleti tasfiye etmekte, fakat öte yandan kendi yandaşı Deniz Feneri, Kimse Yok mu?, İHH ve AKP'nin denetimindeki belediyeler aracılığıyla sağladığı yardımlarla, yoksul bıraktığı kesimlerin rızasını üreterek onların oylarını almayı başarmaktadır (Kurt, 2007:5-9).

AKP, sermayenin temsilcisi olmasına rağmen bütün sermaye yapılarını değil, sermaye içerisindeki belli bir bloğun asıl temsilcisidir. Bu bağlamda AKP, İstanbul'daki büyük laik sermaye kesiminin doğrudan değil, Anadolu'daki daha küçük ve tutucu İslamcı sermayenin siyasal temsilcisidir. Fakat AKP'nin uyguladığı neo liberal politikalar her iki sermaye bloğunun çıkarlarına hizmet etse de, uzun vadede ve ideolojik düzlemde AKP daha muhafazakar olan Anadolu sermayesinin temsilcisidir (Akyol, 2009:22).

TÜSİAD gibi büyük sermaye kuruluşları kendi çıkarları gereği AKP'nin uyguladığı ekonomi politikalarını destekleseler de, AKP'yi doğrudan kendi siyasal temsilcileri olarak görmemektedirler. AKP'ye karşı büyük sermayenin seçkinci, küçümseyici bir tavrı mevcut. İslamcı dünya görüşünden gelen AKP ve üyelerinin taşralı dünya görüşleri ve yaşam biçimleri, büyük sermaye tarafından tasvip edilmektedir. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi, AKP'nin neo-liberal politikaları sadece İslamcı Anadolu sermayesine değil, İstanbul'un büyük ve laik sermaye gruplarının çıkarlarına da hizmet etmektedir (İlıcak, 2009:83).

İdeolojik düzlemde, İslamcı bir geçmişten gelmesine rağmen AKP, kendisini "Muhafazakar Demokrat" bir parti olarak yansıtmaktadır. Bu ideolojik dışavurum, kendisini ekonomik tabanın bir göstergesi olarak dile getirmektedir. Büyük sermaye ile hiçbir zaman çatışmasız ve doğrudan bir ilişki kuramayan AKP'nin uyguladığı ekonomi politikaları ile Türkiye'nin sermaye bloğunun iç dengelerini değiştirmeye çalıştığı görülmektedir. Neo liberal ekonominin ihracata dayalı rekabetçi anlayışına uygun olarak, Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (KOBİ) dayanan Anadolu sermayesi ağırlıklı bir ekonomi modeli uygulayan AKP, TÜSİAD'ın temsil ettiği laik ve büyük sermaye kuruluşları ile doğrudan çatışmasa da, daha resmi ve mesafeli bir ilişki yürütmüştür. AKP'nin iktidara geldiği 2002 yılından 2010 yılına kadar geçen sekiz yıllık süreçte, AKP'ye yakın Anadolu sermayesi oldukça büyümüştür (Küçükkaya, 2009).

Ulusal Türk Basınından Küresel Türk Medyasına

Osmanlı'da yönetim işlevinden yani yönetimin kendi icraatlarını ve reformlarını topluma anlatma ihtiyacından dolayı ortaya çıkan resmi basına daha sonra özel gazeteler de eklenmiş, Cumhuriyet'in kuruluşundan 1950'li yıllara kadar olan dönemde devletin resmi ideolojisinin dışına çıkamayan basın, 1950'li yıllardan itibaren önemli bir ticari etkinliğe dönüşmeye başlamış ve bu yıllarda yavaş yavaş basın dışından gelen insanlar, siyasi ve ticari amaçlarla basınla ilgilenmeye başlamışlardır. Bu durum, DP hükümetlerinin kendi 'besleme basını'nı' yaratmasına neden olmuştur (Kaya,2009a). Türkiye'de 1990'lara kadar elektronik yayıncılık kamu tekelindeydi. Basında ise; mülkiyeti gazeteci ailelere (Simavi, Nadi, Ilıcak) ait olan gazeteler (Hürriyet, Cumhuriyet, Tercüman) bulunmaktaydı (Dağtaş, 2009).

12 Eylül 1980 askeri darbesi, 24 Ocak 1980'de alınan ekonomi kararlarını fiilen hayata geçirmeyi garanti altına almıştır. Bu tarihte yeni bir sermaye birikim modeline geçilmiş, basının sermaye ve mülkiyet ilişkileri dönüştürülerek Türk basını, Türk medyası haline gelmiştir. Darbe yönetiminin temel amacı, bu yeni sermaye birikim modelini tesis ederken, ortaya çıkabilecek örgütlü yapıları ve onların muhalefetini yok etmektir. Ayrıca medya, neo liberal ideolojiyi topluma egemen kılmada başvurulacak en önemli kurumlardandır. Bu dönüşüm çerçevesinde gündemin belirlenmesi, kamuoyunun oluşturulması ve yönlendirilmesi medya aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Bu dönemde medya kamusal bir hizmet olmaktan çıkmış, bir iş ve endüstri ve ideolojik bir manipülasyon aygıtına dönüşmüştür; basının sosyal sorumluluk anlayışı yok edilirken karlılık medyanın en temel anlayışı olmuştur. Bir yandan, 12 Eylül baskı rejiminin gereği olarak eleştirel siyasi faaliyetler askıya alınırken, yeni medyanın sunduğu popüler kültür ürünleri ve reklamlarla tüketim ve eğlenceye dayalı bireyci ve nemelazımcı görüş topluma egemen kılınmıştır. Medyanın mülkiyet ve sahiplik yapısı, medya çıktılarının nihai belirleyicisi haline gelmiştir (Kemaloğlu, 2009).

Yukarıda da değinildiği gibi, 1980'li yıllardan günümüze kadar Türkiye'de gazetecilik önemli değişiklikler geçirmiştir. Bu değişikliğin başında da mülkiyet ve sahiplik ilişkisi gelmektedir. Eskiden gazeteler, temel işleri gazetecilik olan ailelerin mülkiyetindeydi. Ancak 12 Eylül ve akabinde uygulanan neo-liberal politikalarla önce basın, daha sonra deregülasyonla ya da re-regülasyonla elektronik yayıncılık alanında kamu tekelinin kaldırılmasıyla, medya büyük sermayenin etkinlik alanı olmuştur (Kaya, 2009a). Bu noktadan itibaren medya, hem bir iş hem de bir endüstri olmasına rağmen, medyayı kontrol edenlerin ilk amacı medya işletmeciliği yaparak bu alandan para kazanmak değildir. Bu dönemde medya sahi-

bi olan patronlar, sahip oldukları kuruluşları ilerideki ticari ve siyasi faaliyetlerinde birer silah (şantaj, tehdit, provakasyon ve manipülasyon) olarak kullanmak için satın almışlardır (Doğan, 2010).

Bu dönemdeki en önemli gelişmelerden birisi de sermayenin giderek uluslararası hale gelmesidir. Yani Türkiye gibi ülkeler açısından yerli sermayenin giderek küresel sermayeye eklenme ve onların yerel şubeleri ve işbirlikçileri olma konumuna girmeleridir. Bu açıdan medya içerikleri de, giderek küresel sermayenin ürettiği malların pazarlanması ve küresel sermayeye ideolojik destek sağlamak için yapılan işlere dönüşmüştür. Bu bağlamda medyanın amacı da, küresel sermaye için paketlenmiş bir tüketici ve seçmen kitlesi yaratmaktır.

1980'lerde başlayan ve 1990'lı yılların hemen başında elektronik yayıncılıkta kamu tekelinin fiilen ortadan kaldırılmasıyla, bugünkü küresel Türk medyasının temelleri atılmıştır. Belli sayıda sermaye grupları geçtiğimiz yirmi yılda bu alana egemen olmuşlardır (Doğan Grubu, Çukurova Grubu, Doğuş Grubu, Turgay Ciner Grubu, Dinç Bilgin Grubu, Uzan Grubu, Erol Aksoy Grubu, İhlas Holding vb.). Ancak AKP'nin iktidara geldiği 2002'den günümüze Türkiye'nin medya kompozisyonu değişmiş ve tekelleşme olgusu daha da artmıştır. Günümüzde medya alanı "holding medyası" olarak biçimlenmektedir. Bunlar laik sermaye gruplarının egemenliğindeki medya gruplarıdır. Bu grupların bazısı zaman içerisinde el değiştirirse de 2000'li yılların ilk on yılı sonunda bu alanda başta Doğan Grubu olmak üzere, Doğuş, Çukurova ve Çalık grubu egemenliklerini sürdürmektedir (Kaya, 2009a).

Bunun yanında, bir de İslamcı sermaye gruplarının kontrol ettiği medya grupları bulunmaktadır. AKP'nin sermaye tabanını iyice güçlendirdiği İslamcı medya oldukça güçlenmiştir. Bu grup içerisinde STV, Burç FM, Haber 24, Kanal 7, Kanal a, TV Net, Ülke TV, Bugün TV kanalları ile Yeni Şafak, Vakit, Star, Bugün, Aksiyon gibi gazete ve dergiler sayılabilir (Kaya,2009a). Bu son grup yani İslamcı medya açık bir şekilde AKP iktidarını desteklerken İslamcı olmayan medya grupları çeşitli teşvik ya da baskı yöntemleri ile pasifize edilmektedir.¹

¹ AKP iktidara geldikten sonra holding medyasından ikisi siyasal ve ekonomik müdahalelerle el değişmiştir. AKP iktidarının ilk yıllarında siyasal alanda da Genç Parti ile AKP'nin rakibi olan Cem Uzan'ın Star televizyonu ve Gazetesine (başka varlıklarının yanında) el konulmuştur. Bu süreçte büyük sermaye ile arasını iyi tutan AKP hükümeti Star televizyonunun Doğan Holding'e geçmesini sağlamıştır.

Daha sonra Dinç Bilgin'in Etibank'tan kaynaklı borçları nedeniyle Sabah gazetesinin gizli ortağı olduğu gerekçesiyle TMSF tarafından Sabah Grubu'nun önce yönetimine sonra da mülkiyetine el konulmuştur. Turgay Ciner konuyu yargıya götürüp davayı kazanmasına rağmen ATV-Sabah grubunun satışı, başında yönetici olarak Başbakan'ın damadının bulunduğu Çalık Grubuna bankalardan kredi kullanılarak sağlanmıştır (Semerci, 2009).

Her ne kadar emek sermaye çelişkisinde, çalışma yaşamında ve özelleştirme gibi temel konularda gerek laik gerekse de İslamcı medya anında emek düşmanı bir pozisyonda birleşseler de (Kaya,2009a) bu durum sermayenin kendi iç çelişkilerini ve mücadelelerini engellememektedir.

Doğan Grubu'nun Gelişimi

İstanbul'da Yüksek Ticaret Okulu'nda Okuyan Gümüşhane Kelkitli Aydın Doğan, 1959 yılında Ticaret hayatına atılmıştır. Otomotiv ve Taşımacılık sektöründe faaliyet gösteren Aydın Doğan, 1979'da önce Milliyet gazetesinin hisselerinin yüzde yetmiş beşini, bir yıl sonra yani 1980'de ise tamamını satın alarak Doğan Şirketler Grubunu kurmuştur. Şirket bugün Doğan Şirketler Grubu Holding AŞ adıyla faaliyetlerini sürdürmektedir. Holdingin on uluslararası sermaye grubuyla ortaklığı bulunmakta, yirmi bin civarında çalışanı bulunan grup, on üç ülkede faaliyet göstermektedir. Aydın Doğan 1994 yılında ise Erol Simavi'den Hürriyet Gazetesini satın almıştır (Topuz, 2003).

<http://www.doganholding.com.tr> adlı kendi internet sitelerinde yer alan bilgilere göre Doğan Grubu başta medya olmak üzere (Ulusal Kanallar; Kanal D, Star TV, TNT Haber Kanalı, CNN Türk; İnteraktif Kanallar, Fix TV (içerik sağlanmaktadır), Mixx TV (içerik sağlanmaktadır), D Shopping; Gazeteler: Hürriyet, TME Gazeteleri (Iz Ruk v Ruki, Expressz, Oglasnik), Referans, Hürriyet Daily News, Milliyet, Radikal, Posta, Fanatik, Vatan; Dijital TV Platformu D-Smart Tematik Kanallar: Moviesmart, Movies 24, Comedysmart, Sinema Tv, Sinema Tv2, Sinema Tv Aile, FX, Coolsmart, Beyaz Perde, D Yeşilçam, D Max, Pembe Smart, Discovery World, Discovery Science, Travel and Living, Da Vinci Learning; Football Smart, D Spor, BJK TV, FB TV, GS TV, T.A.Y TV, Eurosport, ESPN CLASSIC, NASN, Cartoon Network, D Çocuk, Nickelodeon, Kidsco, Luli TV, DOG TV, Fashion TV, World Fashion, Style Network, Bebeğim, Dream TV, Dream Türk, D Shopping, Fix Tv, Loca 1, Loca 2, Loca 3; HD Kanallar; Kanal D HD; HD-Tv Smart, Discovery HD, Eurosport HD;

Radyo Yayıncılığı: Radyo D, CNN Türk Radyo, Slow Türk, Radyo Moda

TV ve Müzik Yapımcılığı: D Productions, Kanal D Home Video, DMC

Haber Ajansı: DHA

Dergi ve Kitap Yayıncılığı: Doğan Burda Dergi, Doğan Egmont, Doğan Kitap, Bravo!

İnternet: hurriyet.com.tr, milliyet.com.tr, yenibiris.com, insankaynaklari.com, hurriyetemlak.com, emlak.milliyet.com, hurriyet-oto.com, arabam.milliyet.com.tr,

sendeyolla.com, blog.milliyet.com.tr, milliyet internet tv, anneyiz.biz.com, TME web siteleri (nekretnine.hr, auti.hr, irr.ru, job.ru, expressz.hu, mojedelo.com, og-lasnik.hr, posao.hr), Kanald.com.tr, Startv.com.tr, Cnnturk.com.tr, Herevela-zim.com.tr, Dreamtv.com.tr, Kanaldhaber.com.tr, Doyun.net, Kanaldhomevide-o.com, Gamegarden.net, Sendinle.com, Dsmart.com.tr, Dshopping.com.tr

Dijital Hizmetler: Doğan Platform, Doğan Telekom, Smile ADSL, Birpa Müş-teri Hizmetleri (Call Center)

Dağıtım ve Perakendecilik: Yaysat (Dogan Dağıtım), Dergi Pazarlama Plan-lama, D&R, Smile Holding

Basım: Doğan Printing Center (DPC), Doğan Ofset

Avrupa Faaliyetleri: DMG International, Hürriyet Invest BV, Kanal D Roma-nia, Euro D, Euro Star

Diğer Faaliyetler: Doğan Dış Ticaret (Foreign Trade), Doğan Factoring

Sosyal Faaliyetler: Aydın Doğan Vakfı

Medya sektöründeki yoğun faaliyetlerinin yanında Doğan Holding'in Elektrik enerjisi üretim ve dağıtımı, Petrol ürünleri üretimi ve dağıtımı (Petrol Ofisi), Çelik halat, otomotiv yedek parça üretimi, organik tarım ürünleri üretimi, otomobil ve dayanıklı tüketim malları pazarlama, sigortacılık, konut finansmanı ve finansal fonlar ile turizm (tatil köyü, yat limanı ve seyahat acentası) alanında yatırımları bulunmaktadır.

Bütün bunlar göstermektedir ki, Türkiye'de en büyük medya grubu olan ve aynı zamanda en büyük sermaye gruplarından olan Doğan Holding, sadece medya sektöründe faaliyette bulunmamaktadır. Bankacılıktan (grup daha sonra Dışbank olarak bilinen Türk Dış Ticaret Bankasını elinden çıkararak bu sektörden çekilmiştir) enerji ve otomotive, turizm ve ticarete kadar pek çok alanda faaliyet göstermektedir. Bu durum medyanın temel faaliyet alanı olmadığı, ekonomik ve siyasi etki ve nüfuz için medyanın iktidarlara karşı bir aygıt ve silah olarak görül-mesine neden olmaktadır.

Medya ve Hükümet İlişkilerinin "Duygusal" Boyutu

1979'da Aydın Doğan'ın basın sektörüne girişinden, AKP'nin iktidara geldi-ği 2000'li yıllara kadar geçen dönemde, Aydın Doğan ve Doğan Holding ekono-mik açıdan dev bir büyüklüğe ulaşmıştır. Yazılı ve görsel basının neredeyse yarısı- nı kontrol eden bir konuma yükselmiştir. Bir nevi medya sektöründe tekelleşme- nin örneği olarak ortaya çıkmaktadır Aydın Doğan medyası. Doğan Grubu'nun POAŞ ve Hilton otelinin arazisi, enerji ihaleleri ve özelleştirmeler konularında ta-

kip ettiği büyük yatırımlar bulunmaktadır. Ekonomik büyüme öte yandan ticari, hukuki ve siyasi sorunları da beraberinde getirmektedir (Çölaşan, 2007).

Ekonomik olarak hükümete bağımlı konumda olan bir medya kurumunun hükümeti eleştirmesi beklenemez. AKP'nin iktidara gelme sürecinde ve 2002 seçimlerinden sonra Doğan Medya birkaç eleştirel köşe yazarı ve sunucu dışında, uzunca bir süre AKP'ye ve onun uygulamalarına karşı çıkmamıştır. Çünkü AKP'nin izlediği Avrupa Birliği, IMF ve Dünya Bankası politikaları ile uyumlu neo-liberal ekonomi modeli, Aydın Doğan'ın da çıkarlarına hizmet etmektedir. Bu bağlamda hükümet, izlediği politikalarla genelde sermayenin ve bu arada büyük sermayenin çıkarlarına [da] hizmet etmektedir. Ancak Türkiye'de, Batı'daki gibi yerleşik bir sermaye yapısı ve bloğu yoktur. Batıda büyük sermaye sınıfı, siyaseti doğrudan belirleyip biçimlendirirken, Türkiye'de siyasal hareketler zaman zaman sermayenin el değiştirmesine neden olabilmekte ya da belirli siyasal hareketler kendi sermayedarını yaratabilmektedir. Bu anlamda sermaye grupları içerisinde ideolojik olarak dönemin hükümetine yakın olan bazı sermaye grupları korunup kollanırken, bazılarının engeller çıkarılabilmektedir.

Bu bağlamda Türkiye'de yerleşmiş ve kemikleşmiş bir sermaye yapısı yoktur. Sermaye sıkça el değiştirebilmektedir. Onun için Türkiye'deki kapitalistlerin temel amacı, öncelikle ellerindeki sermayeyi korumak, daha sonra mümkün kanallardan geçerek onu büyütmektir. Bu kanalların başında da devlet ihaleleri ya da her türlü siyasal kayırmalar gelmektedir. Sermayeyi koruma ve büyüme de, ancak mevcut siyasal iktidarlara uyum içerisinde olmakla mümkündür. Onun için Türkiye sermayedarları her dönemde değişen hükümetlerle uyum içerisinde olmuşlardır. Özellikle AKP iktidarı, laik sermayedarların karşısında kendi İslamcı sermaye tabanını güçlendirmekte ve onlara her türlü ayrıcalığı sağlamaktadır. Özetle söylenecek olursa AKP bir sermaye partisi olmasına karşın, blok olarak sermayenin tamamını temsil etmemektedir (Cindoruk, 2009).

Medyanın kendi içerisinde ve arasında ve hükümetle olan ilişkisinde belirleyici olan çıkar ilişkileri ve çatışmalarıdır. Çıkarları örtüştüğü sürece belli bir statüko koruyan kurumlar, çıkar çelişkisi olduğu durumlarda rakibine ya da hükümete yüklenebilmekte ya da tam tersi olmaktadır.

AKP ve Doğan Kavgası

Aydın Doğan, Taraf Gazetesinden Amberin Zaman (2009)'a verdiği röportajda "Tayyip Bey'le ilişkilerimde hiçbir meselem yoktu. Ta ki 2008 Eylül'ündeki Deniz Feneri olayına kadar" diyerek sorunun başlangıcını ortaya koymaktadır. Ancak bu tarihten sonra ne olmuşsa Aydın Doğan medyası ile Başbakan Recep

Tayyip Erdoğan'ın ve AKP'nin arası açılmıştır. Sorunun kaynağının rant kavgası olduğu, Başbakan'ın basına yansıyan ifadelerinden anlaşılmıştır. Başbakan, Doğan Grubu'nun yayınlarında yer alan AKP'ye karşı olumsuz tavrın, Doğan Grubu'na ait Hilton otelinin ruhsat alımıyla ilişkili olduğunu belirtmiştir. Hilton arazi-sinde yapılacak bir plan tadilatı ile, Doğan Grubu lehine 3 milyar dolarlık bir rant sağlanmış olacaktı (Duvaklı, 2009). Bu değişiklikler yapılmadığı için Aydın Doğan, AKP ve Başbakan Erdoğan'a karşı elindeki medyayı silah olarak kullanmış ve Deniz Feneri e.v. yolsuzluğunun AKP ile ilişkili olabileceği yönünde haberlere yer vermiştir.

29 Mart 2009 Yerel seçimleri öncesi, Başbakan Erdoğan, kendi partisinin seçim çalışmaları için düzenlenen altmış bir mitingin tamamında Aydın Doğan medyasına yönelik olumsuz eleştiriler yapmış ve kendisini izlemeye/dinlemeye gelen seçmen kitlesine, Doğan medyasını izlememelerini/okumamalarını/dinlememelerini/tıklamamalarını istemiş, kısaca tabanına Aydın Doğan medyasını boykot etme çağrısında bulunmuştur.

Bu dönemde sadece Başbakan boykot çağrısında bulunmamış, Maliye Bakanlığı ve vergi memurları da harekete geçerek Doğan Holding bünyesindeki kurumsal yapıların mali işleyişlerinde, vergi kanununa uymayan usulsüz işler yapıldığı gerekçesiyle çok büyük miktarlarda vergi cezaları kesilmiştir. Daha önceden AKP-Doğan ilişkilerinde sorun yaşanmadığı dönemde, Doğan Grubunun mali açıdan en önemli kuruluşlarının başında gelen Petrol Ofisi'nin borçları ertelenmiş, faiz borcu silinmişti. AKP-Doğan Holding ilişkisi bozulduğunda da, Petrol Ofisine kesilen borcun yanında, bu kuruluşun bir yıl boyunca kamu ihalelerine girmesi yasaklanmıştır. 29 Mart 2009 Yerel seçimleri sürecinde AKP'ye karşı eleştirel yayınlar yapan Aydın Doğan Grubuna karşı başlatılan bu siyasi ve ekonomik yaptırımlar sonucunda, hem kamuoyunda hem de ekonomik açıdan borsada Doğan Grubu büyük kayıplar yaşamıştır (Kaya, 2009b).

AKP Doğan Holding kavgasında hükümet, piyasa mekanizmasına siyasal bir müdahalede bulunarak, önce Petrol Ofisine maddi bir ceza uygulamış, daha sonra Petrol Ofisi'nin kamu ihalelerine girmesi bir yıl süreyle yasaklanmış;² bu uygu-

2 22.04.2009 günü Sabah Gazetesinde "Doğan Holding'e Yasak Geldi" başlıklı habere göre POAŞ'ın kamu ihalelerine girmesinin bir yıl yasaklanma sebebi olarak Enerji Bakanlığı Elektrik Üretim AŞ'nin POAŞ'tan fuel oil alırken POAŞ'ın şartnameye uymaması gösterilmektedir. Buna göre şirket POAŞ'tan 600 bin tonluk alım yapmış ancak bu miktarın sadece 110 bin tonu şartnameye uygun olarak 5 no'lu fuel oil olarak teslim edilmiş geriye kalan 490 bin ton ise şartnameye aykırı olarak 6 no'lu fuel oil olarak teslim edilmiştir. 6 no'lu fuel oilin kü-kürt oranı daha yüksektir. Bu olay üzerine Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Elektrik Üretim

lamanın sonucunda da Doğan Grubu'nun yayınlarından hükümetin duyduğu rahatsızlık olduğu görüşü eleştirel kamuoyunda ön plana çıkmaya başlamıştır. Özellikle Deniz Feneri e.v. olayına yönelik Doğan medyasından gelen eleştirel haberler hükümeti rahatsız etmiştir. Öncelikle Doğan Grubuna şirketlerin mali varlıkları kadar vergi cezaları kesilmiş, başbakan tarafından Aydın Doğan medyası boykot edilmiş; bürokratik baskı ve engellerle hak arama mücadelesi sürünce medede bırakılmış; Aydın Doğan medyasının hükümet karşıtı içeriği, hükümetin siyasal ve ekonomik müdahaleleriyle değiştirilmeye çalışılmıştır. Bütün bu gelişmeler sonucunda AKP kendi siyasal hegemonyasını tesis etmek için bir yandaş medya yaratmaya çalışmaktadır (İlseven, 2009).

Doğan medyasının cezalandırılması süreci, Doğan Yayın Holding'in hisselerinin yüzde yirmi beşinin 2006 yılında Alman Axel Springer grubuna satışı sırasında "vergi kaçakçılığı yapıldığı" iddiasına dayanan raporla başlamıştır. Bu raporda vergi kaçakçılığı iddiası vurgulandığı için, grup sadece mali olarak cezalandırılmamış aynı zamanda cezai işlem de içerdiği için Doğan Yayın Holding, hisselerinin % 54'üne denk düşen 914 milyon liralık teminat göstererek kendilerine karşı sürdürülen ceza işleminin durdurulması için mahkemeye dava açmıştır. Ancak süreç burada durmamış; DYH'ye kesilen cezaya ilaveten Doğan TV ve ortaklıkları da incelenerek yeni bir vergi cezası daha kesilmiştir. Gelirler kontrolörlerinin raporları doğrultusunda Mart 2009 tarihinde Doğan Yayın Holding teminat göstermiştir (Müderrişoğlu, 2009).

Aydın Doğan medyasında önceleri hükümeti eleştiren kimi yazarların yazılarına hükümetten gelen baskılar sonucunda editoryal olarak müdahale edilmiş, buna direnen bazı köşe yazarları hükümetin baskısı ile tasfiye edilmiştir. Hatta hükümet tarafından Aydın Doğan'a kimlerle çalışması gerektiğine dair bir liste verildiği iddia edilmiş, böyle bir belgeye ulaşılamasa da Oray Eğin (2009) bu durumu köşesine taşımıştır. Buna göre, Aydın Doğan'ın ekonomik ve siyasal baskıdan kurtulabilmek için, AKP'yi ideolojik olarak destekleyen liberal yazarlarla çalışması isteniyor. Eğin (2009)'e göre, hükümet Aydın Doğan'dan Uğur Dündar, Melih Aşık, Yılmaz Özdil, Yalçın Bayer gibi AKP'ye karşı eleştirel yaklaşan gazetecilerin tasfiye edilmesini; buna karşılık Mehmet Ali Birand, Cengiz Çandar ve İsmet Berkan gibi AKP'yi her platformda destekleyen gazetecilerin korunmasını istiyor.

AŞ Genel Müdürlüğü Petrol Ofisi AŞ'nin 10 şirketini 4735 sayılı Kamu İhale Sözleşme Kanunu'na göre birer yıl süreyle kamu ihalelerine girmekten men etmiştir. Petrol Ofisine kesilen 1.2 milyar TL lik para cezası ise Doğan Grubu tarafından Maliye'den talep edilen uzlaşma çağrısıyla 280 milyon TL ceza ödemesi ile kapatılmıştır.

Bu bağlamda önce 2007 yılında Hürriyet Gazetesi'nin en çok okunan yazarlarından Emin Çölaşan gerilimli bir sürecin ardından, bundan iki yıl sonra da bir başka muhalif yazar Bekir Coşkun, on altı yıldır çalıştığı Hürriyet gazetesinden ayrılmak zorunda kalmıştır. Hükümetin baskısıyla Hürriyet gazetesinin Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök, köşe yazarlarının yazılarına müdahale ederek bazı konularda yazmamalarını söylemiş ya da yazılardaki bazı ifadeleri çıkarmıştır. Örneğin, Bekir Coşkun'a Bülent Arınç hakkında yazı yazmaması söylenmiştir. Çünkü Aydın Doğan medyasını da ilgilendiren RTÜK (Radyo, Televizyon Üst Kurulu), Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç'a bağlıdır. 10 Eylül 2009 günü Cem TV saat 18:00 Haberlerine bağlanan Emin Çölaşan, yazı içeriklerinde AKP değil, Ak Parti demesi için Doğan Grubu yayın organlarına merkezden emir geldiğini belirtmiştir. Yani, Emin Çölaşan'ın da belirttiği gibi "Yedi tane gazetesi, üç tane televizyon kanalı olan Aydın Doğan'ın hükümetle yüzlerce işi vardır" (akt., Gedik, 2009).

AKP (Başbakan Erdoğan) Doğan medya kavgasının son aşamasında, yani 2009 yılının son günlerinde Doğan Holding Yönetim Kurulu Başkanı Aydın Doğan ve Hürriyet Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Ertuğrul Özkök, bu kavgayı daha fazla sürdürememiş görevlerinden ayrılmak zorunda kalmışlardır. 22.02.2010 tarihli sol.org.tr sitesinin haberine göre, bu gelişmelerden sonra artık Doğan Holding'in Onursal (her ne demekse?) başkanı olan Aydın Doğan, eşi Sema Işıl Doğan, kızı Hanzade Doğan Boyner ve damadı Osman Boyner ile birlikte özel jetleriyle umreye gitmişlerdir. Yaklaşık beş milyar liralık ceza karşılığında hükümetle uzlaşabilmek için önemli (eleştirel ve çok okunan) köşe yazarlarını işten bile çıkarmıştı. Ancak bu adımlar bile başbakanı tatmin etmemişti. Yine habere göre, kendisini ve Ertuğrul Özkök'ü de görevden alan Aydın Doğan, Halk partili bir ailenin çocuğu ve Bektaşî kökenli olmasına rağmen, AKP hükümetiyle uzlaşabilmek için umreye gitmek zorunda kalmıştı.

Netice itibarıyla Doğan Holding hakkındaki 772 milyon TL'lik ilk vergi cezası için Doğan Holding tarafından 6. Vergi Mahkemesine açılan dava, Doğan Grubunun lehine sonuçlansa da 3 milyar 800 milyonluk ceza davası henüz mahkeme sürecindedir. Vergi Daireleri gecikme faizi ile birlikte kesilen 4.8 milyar liralık ceza ile ilgili teminat istemişlerdir (Sabah, 07.10.2009). Yargılama ve kararların temyiz edilmesi durumlarında yıllarca sürececek bir dava sürecinde, Doğan Holding'e kesilen ceza kadar bir malın teminat olarak haczedilmesi ve şirketin bu mallardan yararlanma hakkından mahrum bırakılması ve böylece Doğan Holding'in işsiz kılınması amaçlanmaktadır.

Doğan Holding, sadece medya alanında değil bankacılıktan (daha sonra grup bu alandan çekilmiştir) enerjiye, turizmden sigortacılığa kadar pek çok alan-

da yatırımları olan bir holdingdir. Özelleştirme ve ihalelerden pay alma, teşvik ve kredi ile vergi borçları gibi sebeplerle hükümetle ilişkileri bulunmaktadır. Bütün bunlar hükümet tarafından Doğan Holding'e karşı bir baskı ve yıldırma silahı olarak kullanılmıştır. Çünkü Hükümet istediği medya grubuna el koyma ve bir anda belli bir sermaye grubunu yok edecek bir ekonomik, siyasi ve hukuki güce sahiptir. Hükümet bu gücü kendi medyasını yaratmak ve muhalifleri susturmak için baskı aracı olarak kullanmıştır (Çölaşan, 2007).

Sonuç ve Değerlendirme

AKP hükümetinin Doğan medya grubuna uyguladığı ekonomik ve siyasal baskı, İstanbul'un büyük ve laik sermaye grubu ile Anadolu'nun daha küçük ve muhafazakâr sermaye grupları arasında yani sermayenin farklı blokları arasında bir egemenlik mücadelesidir. Bu süreçte hükümet eden AKP, laik sermayenin yerleşik egemenliğini kırarak, İslamcı sermayenin egemenliğini tesis etmeye çalışmaktadır. Laik sermaye gruplarına ekonomik ve siyasal engel ve baskılar uygulanırken, İslamcı sermaye gruplarına imtiyaz ve mali destekler sağlanmaktadır. Aydın Doğan'a şirketlerin kendi mali değerlerine yakın vergi cezaları kesilerek, bu yayın grubu ya hükümete tamamen boyun eğmeye ya da kapanmaya ve el değiştirmeye zorlanmaktadır. Hükümet tarafından kendisini desteklemeyen ve muhalefet eden bir gruba karşı vergi, baskı aracı olarak kullanılmaktadır.

AKP, hükümet olmanın kendisine sağladığı siyasal ve ekonomik gücü, kendisine ideolojik olarak yakın sermaye gruplarını desteklemek ve kendisine karşı olanları baskılamak için kullanmaktadır. Çünkü kendi egemenliğini kurmanın bir aracı da, medya ve onun ideolojik içerikleridir. AKP iktidara geldiği günden 2009 yılına kadar geçirdiği sürede, Türkiye'nin medya yapısını mülkiyet ve içerik açısından kendi lehine olacak şekilde değiştirmiştir. Öncelikle ekonomik ve siyasal baskılarla muhalifleri yok etmiş, Aydın Doğan'ın temsil ettiği laik medyanın içeriklerini magazinleştirip apolitikleştirmiş, buna karşın kendisini destekleyen medya kuruluşları ve aktif olarak kullanılan liberal köşe yazarları ve programcıları aracılığıyla, kendi ideolojik propagandasını yaparak kendi hegemonyasını topluma egemen kılmıştır.

Bu yaşananlar çerçevesinde AKP (daha doğrusu Başbakan Erdoğan), bir yandan kendi kişisel iktidarını ve otoritesini kurmakta, öte yandan kendi kapitalist sınıfını ve tabanını daha da zenginleştirmekte ve bu uygulamaları meşrulaştırmak için kendi medyasını yaratmaktadır. Bu çerçevede kendisine muhalif olanlar da susturulmaktadır. Bu süreçte AKP iktidarına ideolojik destek sunan gazete ve televizyonların sayısı oldukça artmıştır (Birand, 2009). Şu anda AKP Türkiye med-

yası üzerinde siyasal ve ekonomik gücünü kullanarak egemenlik kurarken, kendi egemenliğine aldığı medya kuruluşları ile de kendi piyasacı ve gerici ideolojisini topluma dayatmaktadır.

AKP iktidarı boyunca bazı medya şirketlerinin mülkiyetine el konulmuş, bunlar kendilerine yandaş olan akraba ve dost şirketlere kamu kaynakları kullanılarak satılmış, sermayenin İslamcılaştırılması ile medyanın dincileştirilmesi aynı anda gerçekleştirilmiş (Kongar, 2008), yani AKP'yi destekleyen İslamcı sermaye ekonomik açıdan büyürken medya da el değiştirerek İslamcı sermayenin denetimine girmiştir. Bütün bunlar hükümetin ekonomik ve siyasi işlemleri ile gerçekleştirilmiş ve böylece neo-liberal söylemin iddia ettiği aksine, kendi kendini düzenleyen bir medya piyasası olmadığı, medyanın ekonomi politiğinin bir parçası olarak, devletin iletişimsel süreçleri düzenlediği görülmüştür. Çünkü devlet, liberal paradigmanın iddia ettiği gibi piyasa mekanizmasının dışında ya da üzerinde bir kuruluş değil, piyasa mekanizmasının işleyişini garanti altına alan, sınıf mücadeleleri çerçevesinde maddi ve düşünsel kaynakların dağılımını gerçekleştiren, toplumsal güç ve iktidar mücadelelerinin gerçekleştiği ve sosyal süreçlere müdahale ederek yapılan reformlarla mevcut sistemin istikrarını sağlayan en temel aktörlerdendir.

KAYNAKÇA

- Akyol, Taha (2009). "AKP Büyük Sermayenin Değil, Yükselen Anadolu Sermayesinin Temsilcisidir". AKP Yeni Merkez Sağ mı? (içinde). Ed.: Ümit Kurt. Ankara: Dipnot. 13-32.
- Althusser, Louis (1971). "Ideology and Ideological State Apparatuses" (in) *Lenin and Philosophy and other Essays*. Translator: B. Brewster. New York: Monthly Review Press.
- Boyd-Barret, O. (1995). "The Political Economy Approach". (in) *Approaches to Media*. Editors: O. Boyd-Barret and Chris Newbold. New York: Auckland. (186-192).
- Birand, Mehmet Ali (2009). Mehmet Ali Birand Yazıyor: "2009'un Kazananları: Erdoğan, Gülen ve Öcalan". Milliyet.com.tr. 31 Aralık.
- Buhr, Manfred ve Kosing, Alfred (1999). *Bilimsel Felsefe Sözlüğü*. Çeviren: Veysi Bildik. İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları.
- Cindoruk, Hüsamettin (2009). "AKP Dinci Bir Parti". AKP Yeni Merkez Sağ mı? (içinde). Ed.: Ümit Kurt. Ankara: Dipnot. 33-66.
- Çölaşan, Emin (2007). *Kovulduk Ey Halkım Unutma Bizi*. 50. Baskı. Ankara: Bilgi.
- Dağtaş, Banu (2009). *Reklam, Kültür, Toplum*. Ankara: Ütopya.
- Doğan, Aydın (2010). "Aydın Doğan Bursa'da Konuştu".
<http://www.milliyet.com.tr/aydin-dogan-bursa-da-konustu/turkiye/sondakika/07.04.2010/1221921/default.htm>

- Duvaklı, Melih (2009). "İbretlik Bir Medya Hükümet Kavgası". <http://www.porttakal.com/haber-ibretlik-bir-medya-hukümet-kavgasi-142149.html>
- EğİN, Oray (2009). "Aydın Doğan Kimi Tutsun Kimi Kovsun?". Akşam. 15 Eylül.
- Gedik, Dilek (Haz.) (2009). "Emin Çölaşan Anlatıyor 1". Akşam. 15 Eylül. s.: 12.
- Gramsci, Antonio (1997). Hapishane Defterleri. Çeviren: Adnan Cemgil. 3. Baskı. İstanbul: Belge Yayınları.
- Herman, E. S. ve Chomsky N. (1988). Manufacturing Consent: The Political Economy of The Mass Media. New York: Random House.
- İlıcak, Nazlı (2009). "AKP'nin Görüşü Liberal Hür Teşebbüse İş Üretmesi". AKP Yeni Merkez Sağ mı? (içinde). Ed.: Ümit Kurt. Ankara: Dipnot. 67-92.
- İlseven, Nebil (2009). "Doğan Holding: Sindirme Kampanyası Dehşet Verici, Yayın Çizgimiz Değişmez". Hürriyet. 22 Nisan.
- Kaya, Raşit (2009a). İktidar Yumağı: Medya Sermaye Devlet. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kaya, Ümit (2009b). "Erdoğan Doğan Grubu ile Barıştı mı?". <http://www.haber5.com/articles?id=185>
- Kemaloğlu, Nihal (2009). İtiraz: "12 Eylül Üretimi Medya ve Basın Özgürlüğü". Akşam. 15 Eylül.
- Kongar, Emre (2008). "Medya Notu: İktidar Medyayı Yozlaştırırken". <http://www.cumhuriyet.com/cumhuriyet/m/c0309.html> 10 Nisan.
- Kurt, Ümit (Ed.) (2009). 'Giriş'. AKP Yeni Merkez Sağ mı? (içinde). Ankara: Dipnot Yayınevi. 5-11. ,
- Küçükkaya, İsmail (2009). "AKP'nin 'Beyaz Türklerle' İmtihanı". http://www.aksam.com.tr/2009/03/18/yazar/12044/ismailkucukkaya/akp-nin-beyaz-turklerle_imtihani.html# 18 Mart.
- Marx, Karl ve Engels Friedrich (1993). Komünist Partisi Manifestosu. Çeviren: Ahmet Sarı. İstanbul: Yordam Yayınları.
- Marx, Karl (1990). Louis Bonaparte'ın 18 Brumaire'i. Çeviren: Sevim Belli. Ankara: Sol.
- Menderes, Aydın (2009). "Seçmen Merkez Sağ Partilerden Kaçıyor ama Gittiği Partiler Onları Tekrar Alıp Merkez Sağa Götürüyor". AKP Yeni Merkez Sağ mı? (içinde). Ankara: Dipnot Yayınevi. 93-122.
- Murdock, Graham (1982). "Large Corporations and the Control of the Communications Industries". Culture, Society and the Media. Editors: M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran, and J. Woollacott. London and New York: Methuen. (118-150).
- Müderrişoğlu, Okan (2009). "Doğan Dosyası Ne Olur?". Sabah. 12 Ekim.
- Smith, Adam (2006). Milletlerin Zenginliği. Çev: Haldun Derin. İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- Semerci, Yavuz (2009). "Medyanın İktidarla Dansı! Doğan ve Ciner'in Hükümetle İlişkisi Üzerine Bir Analiz". <http://medya.webim.ev/?=21781> 8 Temmuz.
- Topuz, Hıfzı (2003). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi. 2. Baskı. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Zaman, Amberin (2009). "Aydın Doğan, Tayyip Erdoğan ile İlişkisinin Geçmişini Anlattı: Başbakan Bana Abi Derdi". Taraf. <http://www.turkish-media.com/forum/loversian/index.php/t155676.html> 07.08.2009.