

GEZİ PARKI EYLEMLERİ BAĞLAMINDA YAZILI MEDYADA TİRAJ VE TOPLUMSAL HAREKETLER İLİŞKİSİ ¹

The Relationship Between Circulation And Social Movements In Written Media In The Context Of Gezi Park Actions

Araş. Gör.Serhat KAYA

İstanbul Esenyurt Üniversitesi, Sanat ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü, İstanbul/TÜRKİYE
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9508-140X>

ÖZET

27 Mayıs 2013'te İstanbul Taksim Meydanı Yayalaştırma Projesi çerçevesinde başlatılan çalışmalar, Gezi Parkı'nda ağaçların sökülmesini durdurmaya yönelik bir çevre tepkisi olarak doğmuş ve nerdeyse ülke genelinde toplumsal eyleme dönüşmüştür. Kuşkusuz bu toplumsal eylemlere gazetecilik pratiği açısından yazılı medyada genişçe yer ayırmıştır. Toplumsal eylemler/hareketler, gelişme ve olaylar gazetelerin tirajlarını belirleyen önemli unsurların başında gelmektedir. Toplumsal gelişmeler ve toplu eylemler gazetelerin içeriğini beslerken, bu olayların haber şeklinde sunum biçimi ise gazetelerin tirajını belirlemekte etkili olabilmektedir. Her türlü toplumsal eylem ve hareketler daima yazılı medyaya malzeme verirken, gazeteler de bu toplumsal eylemlerin yayılıp büyümesine ve daha çok insan tarafından bilinmesine hizmet edebilmektedir. Ortaya çıkan bu sembiyotik ilişki sonucunda gazeteler tirajını yükseltip kâr sağlamaya hedeflemektedirler. Türkiye, bu süreci toplumsal eylemler ve gazete tirajları ilişkisinin belki de en iyi örneğini Gezi Parkı Eylemleri ile yaşayarak deneyimlemiştir.

Türk medyasını başladığı an itibarıyla ne yapacağı konusunda açmaza sürükleyen Gezi Parkı Eylemleri, ülkemizi siyasal, ekonomik ve sosyolojik gibi birçok konuda olduğu gibi, yazılı medyayı da tiraj konusunda önemli ölçüde ve derinden etkilemiştir. Bu çalışmayla toplumsal gelişmelerin gazetelerin tirajına etkilerinin olup/olmadığı Türkiye'de beş ulusal gazetenin dört yıllık tirajları incelenerek ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yöntem olarak nitel araştırma yöntemlerinden olan betimsel analiz tekniği kullanılmıştır ve içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Çalışmada Gezi Parkı Eylemleri, gazetelerin tirajlarında önemli dalgalanmalara sebep olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gezi Parkı Eylemleri, Medya Ekonomisi, Tiraj, Toplumsal Hareketler.

ABSTRACT

Effects of Social Movements on Newspaper Circulation Gezi Park Actions Events Example On May 27, 2013, studies initiated within the framework of Pedestrianization Project at Taksim Square in Istanbul was born as an environmental response to stop uprooting of trees in Gezi Park. Circulation is one of the most important pillars of the written media. While social developments and collective actions feed the content of newspapers, the way these events are presented in the form of news can be effective in determining the circulation of newspapers. While all kinds of social actions and movements always give material to written media, newspapers can serve to spread these social actions and to be known by more people. As a result of this symbiotic relationship, newspapers aim to increase their circulation and make a profit.

Turkey, we had perhaps the best example of this process Gezi Park Actions of social action and newspaper circulations relationship. In this context, the objective of this study, "The Relationship between Circulation and Social Movements in Written Media in the Context of Gezi Park Actions" is to reveal whether social developments have an effect on circulations of newspapers by means of examining circulations of 5 national newspapers in Turkey. This study was prepared by descriptive analysis technique, which is one of the qualitative research methods, and content analysis were carried out. As a result of the study, it was found that Gezi Park events caused fluctuations in the circulation of newspapers.

Keywords: Gezi Park Protests, Media Economy, Circulation, Social Movements.

¹Bu çalışma 558157 nolu "Toplumsal Hareketlerin Gazete Tirajlarına Etkileri Gezi Parkı Eylemleri Olayları Örneği" Yüksek lisans tezinden faydalanılarak üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Yazılı medya, raf ömrü kısa günlük yayınlardır ve sürekli günceli takip etmek zorundadır. Belli dönemlerde yaşanan ve toplumun büyük bir kesimini ilgilendiren önemli toplumsal olaylar ve gelişmeler her zaman gazete tirajlarını etkileyebilmektedir. Bu önemli toplumsal hareketler, olaylar; savaşlar, doğal afetler, büyük skandallar, seçimler, önemli buluşlar vb. birtakım siyasal, sosyal, ekonomik vb. olaylardır. Gazete tirajları belirli bir düzeyde seyrederken ekonomik, siyasal, toplumsal konularda ortaya çıkan bir olay veya yaşanan bir gelişme, gazete tirajlarını da değiştirebilmektedir. Aynı toplumsal olayların radyolardan, televizyonlarda ve dijital medyadan sunulmasına karşın, insanlar daha ayrıntılı bilgiye ulaşabilmek için gazetelere yönelebilmektedirler. Gazeteler, gelişmelerin, enformasyonun ve gerçeklerin insanlara iletilmesinde diğer iletişim araçlarına oranla daha derinlemesine analize yer vermekte ve köşe yazarlarından dolayı da tercih edebilmektedirler. Son yıllarda yaşanan bazı toplumsal hareketlere ve eylemlere baktığımızda dünya çapında ses getirdiğini ve meydana geldiği ülkede lider/hükümet istifasına kadar etkili olduğunu, farklı coğrafyalarda da hissedildiğini ve yankı bulduğunu görmekteyiz.

Kasım 2004 yılında Ukrayna'da başkanlık seçimlerinin ikinci turunda sonuçlara kabul etmeyen ve gösterilere başlayan muhalif grubun başlattığı *Turuncu Devrim*, ekonomide istikrarsız gidişat ve siyasal karışıklığın sürdüğü Tunus'ta 2010 yılında belediye görevlisinden yediği tokadı protesto için kendini kent belediye binası önünde ateşe verip intihar eden Muhammed Buazizi isimli yurttaşın eylemi, Suriye ve Libya gibi birçok Arap ülkesindeki ayaklanmalara da örnek teşkil etmiş ve *Arap Baharı* olarak isimlendirilen süreç başlamıştı. 15 Mayıs 2011'de İspanya'da başlayan *15M Hareketleri*'nin devamında *Öfkeli Hareketleri (Indignados Movement)*, Eylül 2011'de ABD'nin finansal kalbi New York-Wall Street'te başlayan *Wall Street'i İşgal Et Hareketleri (Occupy Wall Street)*, Portekiz'de Ekim 2011'deki ekonomik kriz ve devamındaki protestolar, *Tayland Protestoları*, *Pegida Yürüyüşleri* (Almanya) ve İstanbul Taksim meydanında başlayan *Gezi Parkı Eylemleri* dünya çapında ses Fransa'daki toplumsal eylemlerin başlamasının kıvılcımı olarak değerlendirilmektedir.

17 Kasım 2018'de Fransa'da kötü ekonomik koşullar ve akaryakıtta sürekli ve üst üste yapılan zamlara tepki olarak başlayan *Sarı Yelekliler Hareketi (Yellow Vests)* Cumhurbaşkanı Emmanuel Macron'a karşı gösterilere dönüşmüştü. Bütün bu toplumsal hareketler oluşturduğu etki, yankı ve sonuçları sebebiyle belki de 21. Yüzyılın ilk çeyreğindeki en önemli toplumsal hareketleri olarak karşımızda durmaktadırlar. Söz konusu benzer toplumsal hareketlerin Türkiye'deki örneği 27 Mayıs 2013 günü başlayan Gezi Parkı Eylemleri'dir. Gezi Parkı Eylemleri, çevreci bir hareket olarak ilk belirtilerini göstermiş, farklı sivil toplum örgütlerinden, siyasi parti temsilcileri ve sivil vatandaşların katılımıyla devam etmiş ve Türkiye toplumsal ve siyasal tarihinde en büyük toplumsal hareketlerden birine evrilmiştir (Filibeli, 2016: 41-43).

Gazetelerin ekonomilerinde belirleyici kriterlerden biri olan tiraj, basın kuruluşlarının yayın politikasına ve günün gelişmelerini ayrıntılarıyla okuyucuya aktarması noktasında sunum stratejilerine yükselmekte veya düşebilmektedir. Tiraj olgusu her medya işletmesinin candamarını oluşturmaktadır. Medya işletmelerinin iki ana gelir ayaklarından biri olana tirajın basın ekonomisinde ne kadar stratejik bir öneme sahip olduğu üzerinde ve bu önemli parametrenin toplumsal eylem ve hareketlerle ilişkisi mercek altına alınmıştır. Bu sebeple çalışmamızda, gazeteler için finansal anlamda hayati önemi sahip olan tirajların toplumsal eylemlerden/hareketlerden etkilenip etkilenmediği veya etkilendiyse nasıl ve ne şekilde etkilendiği incelenmektedir. Gazetelerin ekonomisinde toplumsal eylemlerin rolü ve önemi üzerine durularak gazete-toplumsal eylemleri arasındaki ekonomik ilişki bağı detaylarıyla ortaya koyulacaktır.

Araştırmamızda incelenen beş ulusal gazetenin dört yıllık (48 ay) tirajlarının karşılaştırılması yapılarak elde edilen tiraj verileri ile Gezi Parkı Eylemleri arasında ilişki irdelenmiştir. İncelemesi yapılan Hürriyet, Sözcü, Yeni Şafak, Sabah ve Halkın Gazetesi Birgün gazetelerinin görece toplumun tamamını yakından ilgilendiren eylem, protesto ve gösterilerin başladığı ve devam ettiği zamanlarda, yaşamsal değere sahip tirajın yükselmesi veya azalması halinde gazeteye müdahale biçimlerini de görebilmek hedeflenmiştir. Söz konusu gazetelerin Gezi Parkı Eylemleri sürecinde meydana gelen gelişmeler karşısındaki tutumları ortaya konularak, toplumsal eylem ve hareketlerin gazete tirajları üzerindeki etkileri sorgulanmıştır. Betimsel analiz metoduyla yapılan çalışma, Türkiye'de günlük yayımlanan ve resmi ilan yayımlama hakkına sahip ulusal gazetelerle sınırlandırılmıştır.

2. MEDYA İŞLETMELERİNİN GENEL YAPISAL ÖZELLİKLERİ

Medya işletmeleri, tüm işletmeler gibi kâr elde etme amacıyla kurulmuş olan işletmelerdir. Diğer işletmelerle temelde ortak özelliklere sahip olmasına rağmen pazar yapısı, üretim süreçleri, mülkiyet ve maliyet yapısı bakımından diğer işletmelerden farklı özellikler göstermektedir. Medya işletmeleri ticari ve ekonomik yönleri olan kuruluşlarken aynı zamanda sosyal, bilgilendirici ve fikir oluşturan işletmeler olarak da tanımlayabiliriz. Bu açıdan medya işletmeleri, ticari işletme hüviyetine sahip olmakla beraber, aynı zamanda düşünce üreten ve kamu hizmeti gören ekonomik birimlerdir (Işık, 1989: 2).

Medya işletmelerinin diğer işletmeler gibi bir işletme olarak çerçevelenip tanımlanmasını sağlayan 3 kriterin veya olgunun olması gerekmektedir. İlki basın işletmelerinin diğer işletmeler gibi kâr amacı gütmesi, ikincisi basın işletmelerinin çalışanlar, okuyucular ve reklamcılar arasındaki üretim ve tüketim sürecinde yer alması, üçüncü önemli olgu ise üretim aşamasında, hangi ürünün, kimin için ve ne kadar üretileceğinin planlanmasıdır (Sayılğan, 2005: 68).

Basın işletmelerinin en belirgin özelliği açık sistemler olarak faaliyet göstermeleridir. Açık sistemler dışarıdan bilgi, enerji, materyal alan; çevresiyle sürekli ilişkide olan ve geri bildirim mekanizmasına sahip olan sistemlerdir. Medya işletmeleri gerek haber ve yorum olarak içerik hizmeti, gerekse fiziksel ürün olarak gazeteyi üretmek için tüm girdilerini dış çevreden sağlayan ve çıktısını dış çevre için ortaya koyan organizasyonlardır (Berberoğlu, 1991: 35).

2.1. Medya İşletmelerinin Diğer İşletmelerle Benzerlikleri

Medya işletmeleri, diğer işletmelerle temelde ortak özelliklere sahiptir. Medya işletmelerinin diğer işletmelerle benzer özelliklerini Evliyagil (1977: 24-25) şöyle sıralanmaktadır:

1. Basın işletmeleri de insan gereksinmelerinin doyumuna katılan bir ekonomik varlıktır.
2. Basın işletmeleri de her işletme gibi tek başlı (monarşik) bir yönetime bağlıdır.
3. Basın işletmeleri üretim araçları ile işbirliği yapmak zorundadır. Bunun daha açık ifadesi “basın işletmeleri de her işletme gibi üretim araçlarına sahip olmalıdır” şeklinde olmalıydı. Fakat dünyada ve memleketimizde bazı basın işletmeleri, işin yalnız fikir ve hizmet yönüyle uğraşmakta, üretim konusunda makinalara sahip başka işletmelerden yararlanmaktadır.
4. Her işletme gibi basın işletmeleri de görevlerini iyi bir şekilde yerine getirmek için hizmet ve üretim araçları arasında uygun ve uyumlu bir işbirliği kurmak zorundadırlar.
5. Basın işletmelerinin de çalışmaları şu üç işlevden oluşmaktadır:
 - a. Diğer işletmelerin ürettikleri mallar ve hizmetleri pazarlardan sağlamak. Kağıt, mürekkep, haber, fotoğraf, klişe, diğer işletme malzemesi gibi.
 - b. Yayında bulunmak. Yani üretim yapmak.
 - c. Yayınların gereksinim sahiplerine ya da diğer işletmelere sürülmesini sağlamak.

2.2. Medya İşletmelerini Diğer İşletmelerden Ayıran Farkları

2.2.1. Medya Ürünlerinin Dayanıksızlığı/ Raf Ömrünün Kısa Olması

Medya işletmelerinin diğer işletmelerden en önemli farkı görünürde tek bir mal ürettiyor olmalarına rağmen, standart üretim yapmamalarıdır. Bu bağlamda medya işletmelerinin ürettikleri ürünler, diğer işletmelerin ürettikleri ürünler gibi kalıcı değildir. Üretilen ürünler bir veya birkaç kullanımla tamamen tüketilen somut/soyut ürünlerdir ve değeri haberin süresiyle kısıtlıdır. Medya organizasyonları diğer organizasyonlardan çok farklıdır. Medya organizasyonlarının ortaya koydukları ürün çok dayanıksızdır, “raf ömürleri” birkaç saatle sınırlıdır. Yazılı medya endüstriyi kendi içerisinde dayanıklılık süreleri farklı olsa da medya ürünlerinin önemli bir özelliği, hız-zaman baskısına karşı duyarlı olması nedeniyle güncelliklerini yitirmesidir. Raf ömrü içerisinde satılmayan yazılı basın ürünlerinde yer alan enformasyon büyük oranda güncelliğini yitirirken, fiziksel ürünün ise atık kağıttan farklı bir değeri kalmaz. Bu durum, yazılı medyanın ne derece hassas bir ekonomisi olduğunu göstermektedir.

2.2.2. Piyasa Yapısı

İşletmeler için piyasalar; tam rekabet, tekel, tekeli rekabet ve oligopol yapı olarak tanımlamak mümkündür. Medya işletmeleri açısından bakıldığında; dünyada da Türkiye’de olduğu gibi oligopol bir yapının egemen olduğunu görmekteyiz. Medya işletmeleri oligopol bir yapıda olmalarına rağmen her zaman tekelleşme eğilimindedir. Büyük sermaye gruplarının medyaya ilgisi de tekelleşme eğilimine neden olan en önemli unsurdur. Oligopol yapının medya işletmeleri açısından olumsuzluklarından bahsetmek mümkündür. Bu olumsuzluklar: Sermaye birikimleri güçlü teknik olanaklara sahip olunca, insanın yerini makinalar almakta, hız ve kalite artarken, basın çalışanları işsiz kalmaktadırlar. Medya işletmelerinde oligopolleşme, her yayın organında belli sayıda üst kademe makale yazarı grubu oluşumuna yol açmakta, oligopol patronları, ünlü köşe yazarları yüksek ücretlerle istihdam ederek, kamuoyu oluşturulması bağlamında güçlenmektedir. Basın dışı sermaye grupları, iletişim alanını büyük oranda ele geçirerek oligopol yapıyı güçlendirmektedir.

2.2.3. Maliyet Yapısı

Medya ekonomisinde maliyet yapısı farklı ve değişken bir yapıya sahiptir. Medya kuruluşlarında maliyet yapısının tipik özelliği sabit maliyetlerden daha yüksek bir oranda olmasıdır. Gazete ve televizyon organizasyonlarında başlıca sabit maliyetler, ücret (yıldız isimlere verilenler de dahil), kira ve hammadde giderleridir. Değişken maliyetler ise her bir izleyici ya da okuyucu için yapılan harcamalardır. Medya işletmelerinde de maliyetler “değişken” ve “sabit” gelirler olarak incelenmektedir. Değişken maliyetler; toplam üretim hacminde kısa vadede artış ve azalmaya bağlı olarak değişen maliyetlerdir. Sabit maliyetler ise; toplam üretim hacminde artış ve azalmayı dikkate almaksızın kısa vadede değişmeyen maliyetlerdir. Medya işletmelerinde sabit maliyetler, değişken maliyetlerden daha yüksektir. Medya işletmeleri maliyet yapısı bakımından diğer işletmelerin sahip olduğu zorunlu giderlere sahip olmasının yanı sıra, maliyet yapısını etkileyen faktörler değişkendir.

2.2.4. Mülkiyet Yapısı

Farklı ülkelerin medyadaki mülkiyet yapısında farklı mülkiyet tiplerine sahip olduklarını görmekteyiz. Varlıklara ilişkin haklar özel kişilerin elinde bulunduğu özel mülkiyet, devlet elinde bulunduğuysa kamu mülkiyetinden bahsetmekteyiz. Ortak mülkiyette, hakları ellerinde tutanlar, diğerlerini dışarıda tutarak kaynağın yönetimine kendileri karar verirken son mülkiyet tipi olan açık alanlar ise ulaşılabilen herkesin kullanma şansına sahip olduğu sahipsiz mülklerdir. Hiçbir zaman bir mülkiyet yapısının diğerinden daha etkin olduğu belirtilemeyeceği gibi, bir tip mülkiyet yapısını benimsemek diğerlerini dışarıda bırakmayı gerektirmez. Mülkiyetin geleneksel ve yasal bir kurum olmasının yanında doğal bir kurum olması, kendiliğinden oluştuğu anlamına gelse de, devletlerin mülkiyetlerin korunmasında oynadıkları aktif rol, onların şekillenmesinde de etken olduklarının bir ibaresidir. İktidar sahiplerinin günün koşullarına göre aldıkları kararlar, tarih boyunca toplumlarda mülkiyet yapılarını çeşitlendirmiş ve tam da bu nedenden, farklı kalkınma hızlarına neden olmuştur. Mülkiyet yapısı, işletme sermayesinin sahipliğini ve sermaye paylarının büyüklüğünü tanımlamaktadır.

3. YAZILI MEDYANIN /GAZETENİN İŞLEVLERİ

3.1. Toplumsal ve Kültürel İşlevleri

Gazetelerin çağdaş toplumlardaki anlamı nesnel görüntüsüne rağmen özünde bir kurum ve bir varlık olduğunu söyleyebiliriz. Toplumsal gelişmişliğin de göstergesi olan gazeteler toplumlaşmada ve toplumsal bilinçlenmede önemli aktörlerdendir. Özellikle yazılı medyadaki fikirler, yorum ve konulara uzman yazar ve kişiler kazandırdığı perspektif okuyucular açısından bir referans noktası olabilmektedir. Gazete toplumlara ürettiği ürünlerle hizmet götüren fikir işçiliği yapan kurumlar olmakla birlikte toplumun aslında mihenk taşıdır. Çünkü gazete toplum ile varlığını sürdürmektedir. Gazetelerin gelişmesinde de toplumsal gelişmelere ve kitle iletişim teknolojisinin etkisi büyüktür. Bu bağlamda toplumlarda gazetelerin belli başlı görev ve ortak özellikleri vardır. Bunlar haber verme, eğitme, eğlendirme, toplumsal fayda açısından toplumsal sorumlulukla toplumsal işlevini sürdürmektir (Ay, 2013: 55). Yazılı basın ve gazeteler, toplumsal kültürün oluşmasına, olgunlaşmasına, yayılmasına, yaygınlaşıp gelişmesine önemli katkılar sunmaktadır. Kültürlerarası aktarımın ve kültürler arasındaki iletişimin de gazeteler köprü görevini üstlenmektedirler. Gazetelerin bilgi sunması eğitmesi, öğretmesi aydınlatması ve haberdar etmesi beklenir ve böyle önemli bir misyona sahiptir.

3.2. Siyasal ve Kumu İşlevi

Gazetenin siyasal işlevi özellikle gelişmiş demokrasilerde sistemin ayrılmaz bir parçası durumundadır. Demokrasi ve hukukun gelişmediği yönetimlerde gazeteler iktidar ve siyasal söylemin bir taşıyıcısı olarak görülüyorken, gelişmiş demokrasilerde ise kamuoyuna yön verme ve duyurma sistemin işleminde ve denetlenmesinde bağımsız bir rol üstlendiğini söylemek mümkündür. Gazete siyaset kurumunun bir parçası değil denetleyicisidir. Yıgımsal haberleşme araçlarında siyasal işlevsellik bağlamında siyasal oluşumlarda en çok ihtiyaç gazetelere duyulmaktadır. Batı demokrasilerinde toplumsal kurum gazetenin, siyasal işlevlerinde temel hak ve özgürlüklerin gerçekleşmesi, siyasal gözetimi ve denetimi sözkonusudur. Gazetelerin bu işlevleriyle kamunun siyasal yönetilmesinde yasama, yürütme ve yargıdan sonraki dördüncü güç biçiminde nitelendirilmektedir.

Gazetenin kamu hizmeti de diğer işlevlerini kapsayan ve onları niteleyen toplumsal işlevidir. Yazılı basın ancak tüm işlevlerini sadece kamu yararı çizgisinde yerine getirdiği oranda kamuya hizmet ettiği söylenebilir. Bu bağlamda kamuya hizmet, gazetenin olmazsa olmazı ve önemli bir niteliğidir. Bu gazeteyi sadece bir işletme veya kâr amacıyla olan bir kurumdan ayıran özelliğidir. Siyasal iktidar yerine toplumun faydası gözetilir. Bu doğrultuda tarafsız ve nesnel haber/bilgi akışı sağlanır. Toplumda gazete okuma pratikleri de genellikle gazetelerin kamu yararını ne kadar gözettiği hep ön plandadır.

4. YAZILI MEDYANIN CANSUYU TİRAJ VE TİRAJIN GAZETELER İÇİN ÖNEMİ

Tiraj, özellikle günlük gazeteler ve süreli yayınlar için tam anlamıyla, 'reyting'dir. Aslında bir anlamıyla satış artırma faaliyeti olan tiraj bir medya işletmesinin can damarıdır. Fransızca kökenli "Tirage" kelimesinden türeyen tiraj, "Bir kitap, dergi ve gazetenin bir seferde basılan nüshaların tümüdür" (Larousse, 1981: 172) Tiraj kelimesi tam olarak gazetelerin baskı sayısını ifade etmektedir. Tiraj kelimesi mesleki jargonda ve günlük kullanımda çoğunlukla satılan alınan gazete anlamında kullanılmaktadır. Tiraj Denetim Kurulu, yaptığı çalışma ve incelemelerde veya açıkladığı tiraj raporlarında tiraj = net satış ortalaması şeklinde kullanılmaktadır.

Gazetelerin ekonomik anlamda başarısı, tirajlarla hem doğrudan hem de dolaylı yoldan etkilenmektedir. Gazete satışlarından elde edilen gelir doğrudan bir kazanç olurken, tirajı yüksek bir gazete verilen reklam ve ilan ücretinin yüksek olması anlamına gelmektedir. Aynı zamanda tirajları yüksek olan gazetelerin daha prestijli ve göz önünde olan, gündem belirleyebilme gücünü de unutmamak gerekiyor. Gazetelerin ilk çıkışından günümüze kadar gelen süreçte tiraj, gazetelerin ayakta kalmalarında belirleyici kriter olarak ilk sırada gelmektedir. Tiraj, aslında mevkutelerin yayım hayatlarına devam edip etmeyeceklerini belirler. Başka bir deyişle tiraj, gazetelerin can suyu sayılmaktadır. Bu durum ve buna benzer belli başlı bir çok neden gazetelerin tirajlarının artmasına katkı sunacağı gibi tirajların azalmasına da neden olabilmektedir. Yazılı medya, gelişmelerin parametrelerini daha net şekilde uzmanlar tarafından ortaya koyabilmektedir.

Nüfus, okur-yazar oranı, eğitim seviyesi/oranı, dağıtım kanalları, içerik, gelir durum, ekonomik gibi bir çok özellik tirajı etkileyen faktörler arasında gösterilmektedir (Arik ve Şeker 2007: 139-161). Aynı şekilde ülkenin demografik özellikleri, gazete fiyat artışları, gazete içeriği, dağıtım politikaları, teknoloji, dijitalleşme ve önemli toplumsal hareketler/olaylar gazetenin tirajını değiştirebilmektedir. Gazetelerin ekonomik ve politik dirsek temasındaki sorunlar da tirajların atması veya düşmesinde önemli bir paya sahiptir. Ayrıca küreselleşme, kitle iletişim teknolojisindeki yenilikler, dijital medya, online gazetecilik, ekonomik değişiklikler ve yeni ihtiyaçlara endeksli olarak her geçen gün tirajı belirleyen faktörlere bir yenisi eklenmektedir. Türkiye'de 2019'da yapılan medya araştırmasına göre ülke nüfusunun yüzde 74'ü gazete okumuyorken sadece yüzde 26'sının gazete okuduğu ortaya konulmuştur (Konda, 2019). Basın İlan Kurumu'nun (BİK, 2019) açıkladığı rakamlara göre Türkiye'de günlük gazete net satışları 2013'teki ilk dokuz ayda 5 milyon 77 bin 178 gazeteyken 2014 yılına gelindiğinde ise yine ilk dokuz ayda 4 milyon 987 bin 544 net gazete satılmıştır. Bu verilere göre 2014 yılı 2013 yılına göre yani Gezi Parkı Eylemlerinin gerçekleştiği yıla oranla, günlük gazete net satışları % 2 daha azalmıştır.

5. TİRAJİ BELİRLEYEN FAKTÖRLER VE TİRAJIN PARAMETRELERİ

5.1. Okur-Yazar Oranı ve Demografik Yapı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2019 yılına ait adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre yaptığı çalışmada Türkiye'nin nüfusu 82 milyon 3 bin 882 kişi olduğu tespit edilmiş. Ülke nüfusu bir önceki yıla göre 1 milyon 193bin 357 kişilik bir artış gösterdiği ortaya çıkmıştır. TÜİK 2013 Yazılı Medya

İstatistiklerine göre ise Türkiye’de yayın yapan gazetelerin %3,5’i, bölgesel, %90,7 yerel ve %3,5’i ise ulusal yayım yapmaktadır. 2013 yılındaki gazetelerin tiraj sayısı bir önceki yıla yani 2012’ye göre % 6,6 oranında artış olduğu belirtiliyor. 2013 yılındaki gazete ve dergilerin toplam tirajı 2 milyar 461 milyon 783 bin 909 adettir. Bunun yüzde 93,3’ü gazete tirajlarıdır. Kısacası 2013 yılında gazetelerin toplam tirajı 2 milyar 296 milyon 844 bin 387’dir. Bir ülkede gazete okuma oranlarının artmasında ülkedeki çalışan insan sayısının toplam nüfusa oranı, okul oranı, yaşam koşulları, ekonomik refah düzeyi, sosyo-kültürel gibi koşullar etkili olduğu bilinmektedir.

Yukarıdaki TÜİK verilerine ve Türkiye’deki nüfus sayısının ülkedeki günlük satılan gazeteye, ülke içinde satılan gazetelerinin günlük toplamı yaklaşık 3 milyondur. Bu rakamı ülke nüfusuna böldüğümüzde Türkiye de günlük olarak 365 bin kişi gazete okuma pratiğini sahip olduğu sonucunda ulaşabiliriz. Cereci’ye (1996: 53) göre, Türkiye’de gazetelerin okunmamasının nedenini 3 temel başlık altında toplamaktadır. Bunlardan ilki gazetelerin nitelikten uzak olması, ikincisi sözlü kültürün yazılı kültüre tercih edilmesi ve sonuncusu ise görsel, işitsel iletişim araçlarının yaygınlığı.

5.2. Kağıt, Mürekkep Maliyetinin ve Gazete Fiyatlarını Artışı

Gazete okuyucuları, bayilere giderek aldıkları gazete fiyatlarındaki uygunluk veya artış gazete tirajlarını etkileyen faktörler arasında gelmektedir. Gazete fiyatı belirlenirken genellikle o ülkedeki, temel besin maddesi olan bir ekmeğin fiyatına göre belirlenmesi gazetenin satın alınma gücünü ve okunmasını da etkileyebilmektedir. Bu bağlamda “Bir ekmeğin ve bir gazete fiyat dengesi” (Orun, 1991: 114) politikası önem arz etmektedir. Eğer bir ülkede bir gazete fiyatı, bir ekmeğin daha pahalıysa insanlar ekmeği tercih edeceklerdir. Gazetelerin satış fiyatlarının belirlenirken kağıt maliyeti, mürekkep, matbaa, dağıtım ve diğer giderlere göre belirlenmektedir. Gazete fiyatları yükseldiğinde tirajlar da o oranda düşüş göstermektedir (Kavaklı, 1989). Ekmeğin fiyatından daha ucuza satılan gazeteler artık günümüzde nerdeyse ekmeğin fiyatının iki katına satılmaktadır. Özellikle haftasonları bazı gazeteler ek ve sayfa sayılarını artırarak haftasonu fiyatlarını da artırmaktadırlar. Belki sadece sıradan bir harcama olması gereken gazete okuyucu tarafından ekstra fedakarlık gibi algılanabilmektedir. Hele İnternet ve sosyal medyanın ceplere girdiği zamanda bu fedakarlık derecesi de yükselmektedir. Netice itibarıyla gazetenin tiraj kaybına uğraması da kaçınılmaz olmaktadır.

5.3. Gazetelerin İçeriği, Kalitesi ve Dağıtım Politikaları

Kitle iletişim araçlarının dördüncü güç olması ve gazetelerin de zihin yoluyla üretilen ürünler olması gazete okuyucusu açısından çok önemli bir yer tutmaktadır. Bu anlamda gazete içeriğinin nasıl olduğu da okuyucuya ideolojik olarak uygun olması o gazetenin tirajını yükseltebilmektedir. Tiraj grafiğinin istikrarlı biçimde yükseltmenin yolu okuyucuya istediği içeriği yüklü yayın sunmaktan geçmektedir (Kavaklı, 1989: 62). Gazetenin içeriği ve okuyucunun istediği kriterlerden bir gazete ile karşılaşması ve beğenileri ölçüsünde bir gazete bulması okuyucunun gazetede istediğini bulması okuma ve bilgi tatmini sağlayacağından o gazetenin tirajını artıracaktır. Gazetelerin tirajlarını etkileyen faktörlerden birisi de gazete dağıtım uygulamalarıdır. Üretilen fikir ürünleri kadar bu ürünlerin tüketiciye/okuyucuya zamanında ulaştırılması da çok önemlidir. Okuyuculara zamanında ulaşmayan veya geç ulaşan gazeteler işlevini yerine getirmez ve bayat haberi okuyucuya sunacağı için saygın bir yer edinemez. Gazetelerin okuyuculara ulaşması geniş bir dağıtım ve maliyet gerektirmektedir. Türkiye’de dağıtım faaliyetlerinin belli şirketler ve tekel yapılı kuruluşlarca yürütülmesi tirajları etkileyebilmektedir.

5.4. Dijital Medya, Online Haber ve İnternet Gazeteciliği

Uluslararası Telekomünikasyon Birliği’nin (ITU) verilerine göre telefon 74 yılda 50 milyon kişiye ulaşmışken; radyo 38 yıl, televizyon ise 13 yılda 50 milyon kişiye ulaşmıştır. İnternet ise bu sayıdaki insana 4 yıl gibi kısa bir sürede ulaşmıştır (Keniston, 2004: 11-12). Bilim, teknoloji ve kitle iletişim endüstrisinde meydana gelen gelişme ve yenilenmeler gazetecilik mesleğini de etkileyerek alanda köklü değişimleri de kaçınılmaz hale getirmiştir. Özellikle 1994 sonrası gelişen teknoloji ve İnternet’in bilinmeye başlanması ve kullanımının giderek hızlanması beraberinde İnternet gazeteciliğini ortaya çıkarmıştır. İletişim Çağı şeklinde bilim insanlarınca isimlendirilen 20.yüzyılda geleneksel gazetecilik veya geleneksel medya yerini dijitalleşmeye, online gazeteciliği veya İnternet haberciliğine doğru evrilen bir süreç şeklinde devam etmiştir. İnternet’in kullanımıyla büyük ve hızlı bir ivme kazanan kitle iletişimi, sosyal medya mecralarıyla geleneksel gazeteciliğin yönünü ve gazete okuma pratiklerini dijital platformlara çevirmiş sanal ve yeni bir dünyanın kapısını açmıştır. Kâğıda basılı gazeteleri okumak yerine artık cep telefonu, tablet, cep bilgisayarı

gibi mobil cihazlarla, gazete okumaya dönüşmüştür. Oluşan bu *Yeni Medya Düzeninde* kağıt/basılı gazetelerin miadının dolmasına ve basılı nüshaların döneminin bitmesi gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Gazete tirajlarını düşüren teknolojik yenilikler artık sanal ortama taşınarak *sanal tiraj* olan *tık*'lanma olarak yeni bir düzene dönüşmüştür. Teknolojik yenilik ve İnternet ile başlayan dijital gazete ve İnternet gazeteciliği, gazetelerin tiraj kaybını da beraberinde getirmiştir.

6. “CENNETE YAŞANAN SIKINTI” GEZİ PARKI EYLEMLERİ VE TOPLUMSAL HAREKETLER İLİŞKİSİ

Gezi Parkı Eylemleri/Hareketleri/Direnişi şeklinde ifade edilen olayların, 27 Mayıs 2013'te İstanbul Taksim'de başlamış ve daha sonra hemen hemen Türkiye'nin tüm bölge ve şehirlerine yayılarak ulusal bir eylem ve uluslararası bir sorun haline gelmiştir. İstanbul Büyük Şehir Belediyesi Meclisinden Taksim, Gezi Parkı *yayalaştırma projesi* bağlamında çevrede başlatılan fiziksel çalışmalar sırasında Gezi Parkı içinde yer alan duvarın bir kısmının yıkılması ve çalışmaların sürebilemesi için yine parktaki bazı ağaçlar sökülüştür. Bu olayların çevre insanları tarafından gürülmesi ve sosyal medya aracılığıyla insanlar birbirlerine duyurmuştur.

Başlangıcı itibariyle ana akım medyanın olaylara kayıtsız kalışı aktivistlerin dikkatlerinden kaçmamış olacakki Gezi Parkı Eylemleri süresince ana akım medya organları aktivistler tarafından protesto edilerek yoğun eleştirilere tutulmuştur. Gezi Olayları, toplumun bütün kesimlerinden destek aldığı gibi tepki de toplamıştır. Yani Gezi'deki eylemler taraflı tarafsız her insanın dikkatini çekmiş, farklı yorum ve eleştiriler getirilmiştir. Gezi Parkı Eylemlerinin fiziksel mekanları net olsada fikirsal anlamda topyekün bir hareket olduğunu söyleyebiliriz. Bu yeni bir toplumsal hareket biçimine işaret etmektedir. Gezi Parkı Eylemlerinin belli başlı bir öncüsü veya liderinin olmayışı yeni toplumsal hareketlerin özelliğini taşımaktadır. Yeni toplumsal hareketlerin bir arada olma ve örgütlü hareket biçimleri siyasal bir düzlemde ziyade hareketlerin amaçları yönünden bütün medyanın desteğinin ve onayını arkasına alarak bir güç unsuru haline getirmek ve bu desteğin sürekliliğini sağlamaktır. Bütün bilgiler ışığında Gezi Parkı Eylemleri yaşananlar çevre hareketinden yola çıkarak farklı bir boyuta ulaşmıştır.

Bu nedenle Gezi Parkı Eylemleri yeni toplumsal hareketler içerisinde değerlendirilmelidir. “Gezi isyanı” Türkiye'nin toplumsal mücadeleler tarihi içinde geçmişten gelen bir dizi süreklilik de barındırsa, esasen öncekilerden ayrılan bütünüyle yeni bir toplumsal hareket süreciydi ve bu isyan geleceğin toplumsal Mücadelelerin geçeceği yolların keşfedildiği bir öncü başkaldırıydı (Kürkçü, 2013: 67). Bu rastgele hafife alınacak bir direniş değildir çünkü Gezi hareketi, dinamikleri bölüşüm değil, metalaşma karşıtlığı üzerinden kurulan bir yeni hareket, tepki metalaşmaya ve piyasalaşmayadır (Tuğal, 2013: 21-22). Gezi, kentsel dönüşüme el koyma yoluyla birikme, müştereklerimizin metalaştırılmasına yani neo-liberal kapitalizmin temellerinde itiraz ve kitlesel bir kalkışmanın hikayesi ve toplumsal bir mücadele (Benlisoy, 2013: 129-130). Bu görüşler, tanım ve literatür taramasından sonra yeni toplumsal hareketlerde kültürel ve sosyal kimlik taleplerinin olduğunu görmekteyiz.

Gezi Parkı Eylemlerinin ilk çıkışı itibariyle ağaçların kesilip yerine bir alışveriş merkezinin yapılmasına karşı gösterilen çevreci tepki şeklinde başlamıştır. Daha sonraki gelişmelere bakıldığında Taksim ve Gezi Parkındaki eylemcilerin hükümeti istifaya davet ettikleri devrim hareketine dönüştüğü anlaşılmaktadır. Neoliberalizm ve küreselleşmenin getirdiği ekonomik buhran, yeni toplumsal hareketlere neden olmaktadır. İspanya, Yunanistan, Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Taksim Gezi Eylemleri ve son olarak Fransa'da yaşananlar yeni toplumsal hareketler çerçevesinde değerlendirmeye alınıp bu konuda örnek olaylardır (Bayhan, 2014: 23).

Gezi Parkı Eylemlerini “Cennete yaşanan sıkıntı” olarak değerlendiren Zizek (2013: 2-3) olaya şöyle bakmaktadır: İstanbul'da göbeğinde küçük bir parkın ticari amaçla tahrip edilmesiyle ilgili yerel bir meseleden kaynaklı gibi görünse de aslında çok derin bir öfkeye işaret ediyor, bu tepkinin nedeni vahşi neo-liberal ekonomi ile dini-milliyetçi otoriterliğin kaynaştırılması girişimidir. Avrupa çıkışlı yeni toplumsal hareket kuramına göre söz konusu hareketlerde maddi çıkarların olmayışı bundan ziyade belirlenen hayat çizgisi/tarzi konusuna yoğunlaşmaktadır aynı şekilde Gezi Parkı Eylemlerine baktığımızda maddi bir çıkarın olmadığını ve istenilen yaşamın sürdürülmesi adına yapılan eylemlerin yeni toplumsal hareketler teorisine uygunluk göstermektedir (Uysal, 2013: 30-31).

7. GEZİ PARKI EYLEMLERİNİN ÖZET KRONOLOJİSİ

Gezi Parkı ve Taksim meydanında yaşanan olayların daha iyi anlaşılabilmesi için kronolojik gidişatın net bir şekilde ortaya konulması gerekmektedir. 27 Mayıs başlayan ve 11 Temmuz 2013'ten sonra Gezi Parkı Eylemleri adı altında toplanabilecek pek çok önemli gelişme yaşanmıştır. Taksim veya Topçu Kışlası'nda yapılacak olan *yayalaştırma projesi* amacıyla Gezi Parkı Asker Ocağı caddesindeki duvarın yaklaşık 3 metrelik bölümü parkı düzenleyecek ilgili şirket tarafına gece yarısı saat 22:00 sularında yıkılmaya başlandı ve 5 ağaç yerlerinden söküldü. Bu olayın medya tarafından servis edilmesi özellikle sosyal medyada haberin bütün ülkeye yayılması ve yorumların eklenmesiyle de tepkiler oluşmaya başlandı.

Bu tepkiler üzerine çeşitli sivil toplum örgütleri ve vatandaşlar Gezi Parkında iş makinelerini durdurarak eylemi başlatmıştır. Söz konusu protestolara farklı kesimlerden sivil toplum örgütleri, siyasi partiler ve sivil vatandaşlar eyleme destek vermiştir. Bu desteklerle parkta nöbet tutularak iş makinelerinin parka girilmesi engellenmiştir. 28 Mayıs gününden sonra ise eylemlerin medya üzerinde manşetlere taşındığı ve nerdeyse birinci sayfalarını Gezi Parkı Eylemlerine ayırdıkları görülmektedir (Diken, 2019). Olayların duyulması ve desteğin artmasıyla parktaki ağaçların sökülmesini durdurmak için protestoya destek vermek amacıyla parka çok sayıda insan akın etmiştir. Dönemin Milletvekili Sırrı Süreyya Önder de iş makinesinin önüne geçerek ağaçların sökülmesine engel olmak istemiştir. İnsan sayısının artmasıyla ilerleyen saat ve günlerde çalışmalarını durdurmak isteyen protestoculara güvenlik güçleri tarafından müdahale edilmiştir. Park içinde kurulan çadırlarda nöbet tutulmaya başlanmıştır.

29 Mayıs günü ise dönemin Başbakanı Recep Tayyip Erdoğan, Yavuz Sultan Selim Köprüsü inşaatı açılışında yaptığı konuşmasında Gezi Parkında planlanan çalışmaların gerçekleştirilmesi konusunda kararlılık vurgusu yapmıştır. 31 Mayıs günü Park boşaltılırken parkın çevresinde ve Taksim Meydanında göstericilere basınçlı su ve biber gazı kullanması sonucu bir çok kişi yaralanmıştır. Protestoların artması bu protestoların Türkiye'nin farklı şehirlerine de yayılmasına yol açmıştır. Başta başkent Ankara olmak üzere çok sayıda şehirde eylemler yapılmış, gösteriler düzenlenmiştir. 1 Haziran'da Gezi Parkı Eylemlerinin ülke geneline yayılması ve polisin güç kullanımının daha da belirginleştiği bir zaman dilimine girilmiştir. Olayların devamında Ankara Güven Parktaki eylemler sırasında Ethem Sarısülük isimli vatandaşın başından vurulduğu (Amnesty/Uluslararası Af Örgütü, 2017) haberi medya aracılığıyla gündeme düşmüş ve Sarısülük'ün ölüm haberi gündemdeki yerini uzun süre korumuştur.

2 Haziran'da Eskişehir'de Gezi Parkı Eylemlerinde yer alan ve görüntüleri özellikle sosyal medya aracılığıyla gündemde gelen Ali İsmail Korkmaz'ın ara sokaklarda bir grup kalabalık tarafından darp edildiği ortaya çıkmıştır. İçişleri Bakanlığı olayların gelişimi konusunda bir açıklama daha yaparak 67 şehirde 235 eylemin gerçekleştirildiğini duyurmuştur (Gezi Raporu, 2015). 5 Haziran'da Taksim Dayanışma Platformu, dönemin Başbakan Yardımcısı Bülent Arınç ile bir görüşme gerçekleştirmiştir. Görüşmede, Gezi Parkının yine eskisi gibi bir park olarak kalmasını, Atatürk Kültür Merkezi'nin yıkılmasının durdurulması, gösterilerde polisin gaz bombası ve biber gazı gibi maddeleri kullanmasının yasaklanması, ayrıca gözaltına alınanların serbest bırakılması konusunda talepte bulunmuşlardır.

Kadir Topbaş 8 Haziran günü bir açıklama daha yaparak Gezi Parkına otel, rezidans ve alışveriş merkezinin yapılmayacağını, kent müzesi olacağı açıklamasında bulunmuştur (NTV, 2013). Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, 12 ve 14 Haziran'da Gezi Parkı Eylemlerindeki bazı grup temsilcileriyle Ankara'da bir görüşme gerçekleştirmiştir. Milli İradeye Saygı Mitinginde Ankara'da konuşan Erdoğan, Taksim Meydanı boşaltılmazsa müdahale edileceğini söylemiştir (Ete ve Taştan, 2013:26). 20 Haziran Kadir Topbaş "Artık bir otobüs durağının yeri değiştirilirken bile halka sorulacak" (T24, 2013) demiştir. Taksim Dayanışma üyelerinin Gezi Parkındaki hareketleri nedeniyle 11 Temmuz'da tutuklanmaları için sevk edildikleri mahkeme tarafından serbest bırakılmışlardır.

8. GEZİ PARKI HAREKETLERİNİN MEDYA SERÜVENİ

Gezi Parkındaki ve Taksim'deki gelişmeleri kuşku yok ki dünya üzerinden hemen hemen bütün ülkelerin medya kanalları yakından takip etti. Medya Takip Merkezi ise Gezi Parkı Eylemlerini yakın mercek altına alarak 25 Mayıs 2013'ten başlayım 31 Mayıs 2014'e kadar geçen 1 yıllık sürenin analizini yapmıştır. Geçen bir yıllık süreçte yazılı medya ve televizyon kanallarının yayınları incelenmiş, hangi medya organında Gezi Parkı Eylemlerine ne kadar yer verildiği nicel olarak ortaya konmuştur. Milliyet gazetesi, Gezi Eylemleri haberlerine ayrılan alan/cm olarak diğer gazetelere oranla en fazla haber yapan basın kuruluşu olduğu tespit edilmiştir.

Televizyon kanallarında ise CNN Türk en uzun süreli yayın yaptığı ortaya konmuştur. Medya Takip Merkezi'nin yazılı medya araştırmasında Milliyet gazetesi 1069 kez (590.702 stxcm) tam sayfa yer ayırarak sıralamada birinci sırada yer almaktadır. Cumhuriyet gazetesi ise Gezi Eylemlerini 1003 kez (478.485 stxcm) tam sayfa yer ayırdığı araştırmanın sonucunda ortaya çıkmıştır. Ayrıca Cumhuriyet gazetesi, Gezi Parkı Eylemlerini 3598 adet haberle en çok haber yapan gazete olmuştur. Milliyet gazetesi ise eylemleri 3239 haberle en fazla konu alan ikinci gazete olmuştur. 3140 haberle Hürriyet gazetesi Gezi Parkı Eylemlerini en fazla haber yapan gazete olarak üçüncü sırada yer almaktadır².

5.1. Gezi Parkı Hareketlerine Sayı ve Ölçü Olarak En Fazla Yer Ayıran Gazeteler

No	Gazete	StxCm	Adet
1	<i>Milliyet</i>	509,702	3,239
2	<i>Cumhuriyet</i>	478,485	3,598
3	<i>Hürriyet</i>	431,991	3,140
4	<i>Sol</i>	355,423	1,775
5	<i>BirGün</i>	340,136	2,150
6	<i>Aydınlık</i>	311,273	1,625
7	<i>Evrensel</i>	309,296	1,876
8	<i>Radikal</i>	300,504	1,564
9	<i>HaberTürk</i>	294,274	2,204
10	<i>Yeni Akit</i>	268,216	1,725
11	<i>Yurt</i>	241,019	1,734
12	<i>Zaman</i>	235,273	1,465
13	<i>Today's Zaman</i>	229,341	1,466
14	<i>Vatan</i>	220,644	1,395
15	<i>Sözcü</i>	217,797	1,761
16	<i>Taraf</i>	189,734	1,405
17	<i>Sabah</i>	187,856	1,340
18	<i>Posta</i>	180,196	1,527
19	<i>Star</i>	171,988	1,160
20	<i>Yeni Şafak</i>	170,737	1,176

9. ARAŞTIRMANIN EVRENİ, SINIRLILIKLARI, YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEMİ

Bir ülkedeki toplumsal hareketler veya eylemler o ülkedeki sosyo-ekonomik göstergeler, kültürel yapı, siyasal ve sanatsal koşulların daha iyi anlaşılması adına önemli olay veya olgulardır. Bu bağlamda özellikle detayları daha iyi ve derinlemesine aktardığı düşünülen yazılı medyanın önemli sorumlulukları bulunmaktadır. Bu anlayış çerçevesinde 27 Mayıs 2013 tarihinde Gezi Parkı Eylemleri ile simgeleştiği düşünülen toplumsal eylemlerin, yazılı medyanın yaşam kaynağı olan tirajları nasıl etkilediği önemli bir konu olarak karşımızda durmaktadır. Bu bağlamda toplumsal hareketler, eylemler, toplu halde yapılan protesto organizasyonları, siyasal, ekonomik ve ideolojik uzun süren gösteriler büyük ve geniş katılımlı eylemler gazete tirajları etkilemektedir² düşüncesi çalışmamızın hipotezini oluşturmaktadır. Toplumsal eylemler ile gazete tirajları arasındaki ilişkisi kuramsal çerçevede ele alınıp Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak, Sözcü ve Halkın Gazetesi Birgün gazetelerinin Gezi Eylemleri öncesi, devam ettiği yıl ve sonraki yıllar olmak üzere 4 yıllık tiraj tabloları karşılaştırılarak tiraj grafikleri incelenmiştir.

Gezi Parkı Eylemleri ilk başladı yer olan İstanbul Taksim Meydanı temel evren olarak seçilmiş ve olayların İstanbul dışına taşması Ankara, İzmir, Adana, Eskişehir ve ülkenin pek çok şehrinde gerçekleşen eylemlerle 79 şehirde yaşanmıştır. Dolayısıyla çalışmamızın evreni başta İstanbul

² Bilgiler Medya Takip Merkezi 25 Mayıs 2013 ile 31 Mayıs 2014 tarihleri arasında yapılan haber taramalarından elde edilmiştir. Gazetelerin bir sayfasının ölçüsü 477 st x cm olarak baz alındı.



olmak üzere eylemlerin gerçekleştiği diğer 78 şehirdir. Niteliksel araştırmalar yapılırken *evren* 'nin açıklanması ve tanımlanması hem kuramsal hem de pratik açıdan sorunlu bir konu olabilmektedir. Böyle araştırmalarda kesin bir istatistiksel temsil aranmamaktadır. Dolayısıyla evren ve örneklem arasında benzerlik ve orantı aramak da doğru bir yaklaşım olmayabilir. Türkiye'de Nisan 2020 yılı verilerine göre resmi ilan alan ulusal/sürelili yayım yapan 27 (BİK, 2020) gazete mevcuttur. Çalışmamızın sınırlılıkları sebebiyle Türkiye yazılı medyasını, görece hemen hemen her kesimden veya ideolojiden temsil ettiği varsayılan Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak, Sözcü ve Halkın Gazetesi Birgün gazeteleri çalışmamızın örneklemini oluşturmaktadır.

Gezi Parkı Eylemleri bütün gazetelerde genişçe yer almasına rağmen eylemlerin gazetelerdeki temsilinin farklı olması, gazetelerin genel yayın politikaları, mülkiyet yapıları, ideolojik nitelikleri, mevcut hükümete yakınlık/uzaklık mesafeleri, konuyu ele alış biçimleri ve okuyucu profilleri farklılık göstermektedir. Siyasi yelpazede liberal merkez sol kesmi temsil eden Hürriyet gazetesi ana akım medya içinde yer alırken (Özdursun, 2005: 75); Sabah (liberal, merkez sağ) ve Yeni Şafak (muhafazakar sağ, İslamcılık) gazeteleri mevcut iktidarın yanında yer alan ve iktidarı destekleyen yayın politikaları izlemektedir. Sözcü (Atatürkçülük, ulusalcılık, sekülerizm) ve Halkın Gazetesi Birgün (sasyalizm, sol) ise mevcut siyasal iktidara muhalif ve eleştirel yayımları ile bilinmektedir.

Başlangıç 27 Mayıs 2013 olarak kabul edilen Gezi Parkı Eylemlerinin daha iyi anlamak ve daha iyi analiz edebilmek için 2011, 2012, 2013 ve 2014 yılları arasında Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak, Sözcü ve Halkın Gazetesi Birgün gazetelerinin 48 ay boyunca tirajları incelenerek tirajların karşılaştırmalar yapılmıştır. Çalışmamızda literatüre dayalı tarama yapılmış ve yöntem olarak da betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz yöntemi elde edilen verilerin ve bilgilerin, belirlenen konulara için kullanılıp yorumlanması ve özetlenmeyi belirten nitel veri analiz yöntemidir. Betimsel veri analiz yöntemi özellikle sosyal bilimlerde ele alınan konu veya araştırılmak istenilen olgu ve olaylar hakkında özet bilgiler oluşturmak için başvurulan bir araştırma yöntemidir (Büyüköztürk, vd. 2018: 157).

Betimsel analiz yöntemi, "geçmişte olmuş ya da halen varolan bir olay/durumu var olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan araştırma yöntemidir" (Karasar, 2015). Bu analiz türünde temel amaç elde edilmiş olan bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır. Dört temel adımdan oluşun betimsel analiz yönteminin ilk adımında araştırmacı araştırdığı konudaki soruları, gözlemlerden veya gözlemlerden yola çıkarak araştırmanın kavramsal çerçevesini oluşturur. Bu yolla verilen nasıl ve hangi konular altında toparlanacağı belirlenir. İkinci adımda oluşturulan çerçeveye bağlı olarak elde edilen verilerin okunması yapılır. Burada veriler tutarlı bir şekilde bir araya getirilir. Üçüncü adımda ise elde edilen veriler tanımlanır. Bu tanımlamalar için doğrudan alıntılanmaya gidilebilir. Son adımda ise düzenlenip tanımlanan bulgular konu çerçevesinde açıklanır ve konuyla ilişkilendirilir. Ayrıca yapılan yorumların güçlendirmek için farklı olay/olgular arasında karşılaştırma yapılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

10. GEZİ PARKI EYLEMLERİ ÜZERİNE DÜŞÜNMEK: TİRAJLARDAN ELDE EDİLEN BULGULAR VE ONLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Her medya işletmesi gibi gazetelerin de asıl sorumluluğu halka ve toplumlara haber, bilgi servis etmek ve toplumu meydan gelen olay ve gelişmelerden haberdar etmektir. Bir nevi gazete toplumun göz kulağı gibidir. Gazete tirajları belirli bir grafikte seyrederken beklenmedik bir olay gazetelerin tirajlarında ani yükselişe sebep olabileceği gibi bir düşüşe de neden olabilmektedir. Toplumsal hareketler, görsel medyada yeterince derinlemesine ve uzun uzadıya verilmek yerine daha çok özet şeklinde verilmektedir. Konu hakkında derinlemesine bilgi almak ve fikir edinmek

isteyen okuyucular içinse gazete vazgeçilmez bir haber ve bilgi kaynağıdır. Çalışmamızda çağın önemli toplumsal hareketi olan ve artçı etkileri zaman zaman konuşulup değerlendirilen ve halihazırda üzerine çok sayıda makale, kitap ve araştırmalar yapılan ve yapılacak olan Gezi Parkı Eylemlerinin, Türkiye’de tirajları ve yayın politikası açısından önde gelen Hürriyet, Sabah, Sözcü, Yeni Şafak ve Birgün gazetelerinin 4 yıl (2011-2012-2013-2014) boyunca tirajlarına nasıl etki ettiği hangi dönem artırdığı, hangi dönem düşürdüğünü mercek altına aldık. Söz konusu bu yılların tiraj raporlarını baz almamızdaki amaç, Gezi Parkı Eylemleri’nin öncesi, yaşandığı zaman ve sonraki dönemleri karşılaştırmak, etkilerini daha net ve açık bir şekilde görebilmektir. İncelemesi yapılan gazetelerin tiraj verileri Basın İlan Kurumu (BİK) tarafından gönderilen tiraj raporlarından elde edilmiştir. Gazetelerin değerlendirme sıralamasında alfabetik düzen kriteri göz önünde tutulmuştur. Bu tiraj raporları ve yukarıda verilen kuramsal bilgiler ışığı doğrultusunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Tablo2. Gazetelerin 2011-2014 Yıllarında Günlük ve Aylık Karşılaştırmalı Tiraj Bilgileri

Gazete	2011																							
	OCAK		ŞUBAT		MART		NISAN		MAYIS		HAZİRAN		TEMMUZ		AĞUSTOS		EYLÜL		EKİM		KASIM		ARALIK	
	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık	Günlük	Aylık
Hürriyet	448.054	16.484.588	449.907	15.107.185	438.538	16.518.626	456.286	16.624.827	446.331	16.663.668	443.713	16.131.918	443.878	16.705.517	424.591	16.122.441	403.989	15.053.409	420.448	15.961.376	423.190	15.488.221	417.190	16.165.408
Sabah	349.116	13.310.914	350.612	12.107.684	370.778	14.055.989	366.710	13.784.870	353.578	13.556.058	350.920	13.331.652	320.352	12.746.559	339.238	13.071.878	324.239	12.708.849	335.972	13.346.334	337.727	12.992.189	352.815	14.132.570
Sözcü	222.972	9.620.565	228.275	8.958.210	228.700	10.008.684	229.744	9.586.230	231.582	10.057.011	250.586	10.665.654	241.166	10.354.285	243.115	10.580.535	234.105	9.916.015	225.334	9.797.914	216.540	9.094.053	215.283	9.388.958
Yeni Şafak	118.964	4.622.260	116.556	4.091.343	111.177	4.296.305	108.101	4.091.245	101.850	4.048.532	103.667	4.043.061	104.127	4.120.026	103.044	4.107.608	102.590	3.958.600	101.467	101.467	100.834	3.876.790	101.598	4.048.058
Halkın Gazetesi Birgün	5.531	439.047	5.563	394.745	5.795	441.233	5.934	434.596	5.814	461.681	5.991	442.736	5.938	466.172	6.027	464.875	6.183	496.454	6.581	509.565	6.203	454.264	6.326	449.212
2012																								
Hürriyet	424.654	15.770.788	429.074	15.116.696	420.014	15.906.198	414.603	15.170.033	402.126	15.426.959	412.948	15.279.326	395.963	15.244.937	397.773	15.164.150	398.918	14.695.785	392.794	15.175.716	419.099	15.307.166	425.078	16.182.537
Sabah	361.816	13.201.399	332.664	12.002.153	318.683	12.395.885	328.504	12.146.343	326.535	12.525.871	330.316	12.324.539	328.835	12.761.099	309.260	12.136.607	311.044	11.813.324	305.516	12.024.733	324.955	12.188.055	328.923	13.204.814
Sözcü	221.331	9.875.645	221.247	9.182.239	218.303	9.951.041	216.405	8.679.994	238.693	10.278.176	251.274	10.401.115	267.165	11.263.964	289.497	12.191.951	302.702	12.257.339	291.739	12.257.743	284.312	11.706.590	280.012	11.704.289
Yeni Şafak	100.876	4.024.577	102.747	3.819.402	103.566	4.118.577	103.259	3.979.967	102.857	4.110.437	102.886	3.981.977	102.582	4.118.250	102.502	4.109.372	101.506	3.939.317	100.629	4.055.158	100.528	3.907.209	100.779	4.044.103
Halkın Gazetesi Birgün	6.480	444.109	6.336	402.700	6.648	427.215	6.709	383.349	6.772	401.809	6.677	389.633	6.654	395.340	6.323	391.342	6.528	392.230	6.346	406.953	6.735	390.055	6.984	435.658
2013																								
Hürriyet	425.494	15.890.795	434.038	14.370.171	423.634	15.945.367	402.833	14.723.803	387.928	14.684.961	402.688	14.759.520	392.469	14.723.728	392.635	14.692.445	396.494	14.217.419	382.337	14.672.584	392.083	14.343.304	399.868	14.899.561
Sabah	331.164	12.444.066	322.221	11.307.111	325.613	12.751.195	312.865	12.033.840	314.019	12.467.044	310.770	11.944.291	307.749	12.241.487	307.867	12.139.588	303.741	11.698.211	322.879	12.644.499	320.780	12.208.738	317.258	12.703.176
Sözcü	277.043	11.385.897	273.134	10.163.885	284.571	11.509.722	285.819	11.372.773	282.618	11.946.766	267.475	15.604.437	338.704	15.116.281	365.175	15.129.795	352.154	14.038.035	330.527	12.572.577	328.412	12.663.787	333.456	14.047.571
Yeni Şafak	100.886	4.035.235	100.868	3.647.412	101.369	4.050.590	101.883	3.938.758	102.062	4.070.608	111.969	4.296.268	113.927	4.681.853	114.201	4.668.172	112.753	4.253.190	112.270	4.384.913	112.442	4.246.243	118.782	4.698.681
Halkın Gazetesi Birgün	7.418	530.028	7.900	505.358	7.900	526.813	7.760	456.710	8.288	542.928	11.223	669.872	10.801	646.810	10.801	913.851	13.665	925.381	12.453	829.821	11.620	731.295	11.143	746.355
2014																								
Hürriyet	405.437	12.568.553	400.015	11.200.437	404.649	12.544.119	393.962	11.818.877	381.992	11.841.761	384.393	11.531.800	382.606	11.860.812	379.763	11.772.678	364.175	10.925.267	356.132	11.040.119	354.217	10.626.537	355.759	11.028.540
Sabah	330.268	10.238.316	326.932	9.154.112	327.807	10.162.027	313.657	9.409.736	319.543	9.905.861	327.022	9.810.666	303.093	9.395.066	310.701	9.631.820	304.409	9.132.080	301.366	9.342.186	300.767	9.023.013	302.648	9.382.100
Sözcü	363.160	11.257.963	359.331	10.066.869	391.315	12.130.769	354.893	10.646.798	341.653	10.591.414	347.182	10.415.483	348.389	10.800.063	367.476	11.391.768	347.673	10.430.203	355.100	11.008.126	342.100	10.263.264	335.154	10.389.788
Yeni Şafak	127.244	3.944.387	127.547	3.571.336	129.830	4.025.380	127.525	3.825.735	117.607	3.645.844	109.972	3.299.168	109.240	3.386.449	111.174	3.446.418	110.156	3.304.756	109.384	3.390.929	113.439	3.403.179	113.823	3.528.518
Halkın Gazetesi Birgün	10.398	322.338	12.450	348.605	17.630	546.540	19.086	572.602	23.837	738.949	25.474	764.220	25.925	803.676	26.551	823.105	25.339	760.188	25.538	791.706	25.649	769.499	25.839	801.630

Kaynak: Basın İlan Kurumu (BİK) tarafından www.bik.gov.tr adresinden koordinasyon@bik.gov.tr adresinden 82.222.188.195 IP numarasından gönderilmiştir. Erişim Tarihi: 17.12.2019

10.1. Halkın Gazetesi Birgün

Genel toplam tiraj ortalamasıyla diğer gazetelerinin altında ve en son sırada kalan Halkın Gazetesi Birgün'ün 2013 mayıs ve haziran ayında diğer yılların aynı ayına göre tirajında yükselme yaşanmıştır. Birgün, 5 yılın haziran aylarında ise yine en yüksek tirajı Gezi Parkı Eylemlerinin yaşandığı ve devam ettiği 2013 haziran ve 2014 haziran aylarında yakalamıştır. Gazetenin 2011 ve 2012 yıllarındaki günlük tirajları 440 bin bandındadır. 2013 yılına geldiğimizde ise tiraj ortalamalarında özellikle Mayıs ve Haziran ayında genel tiraj ortalamasına göre bir artış olmuştur. Genel günlük ortalaması 440 bin olan Birgün, 2013 Mayısında 542 bin tirajını geçerken Haziran ayında ise 670 bin tiraj bandını aşmıştır.

Birgün gazetesinin tirajlarında en öne çıkan ayrıntı ise 2013 yılında Mayıs ayından sonra diğer aylarda tirajları hep yükselerek sürmüştür ve aynı yılın Eylül ayında 925 bin bandına kadar çıkmıştır. Burada da Gezi Parkı Eylemlerinin Birgün gazetesinin tirajlarında etkiler oluşturduğu ve normal bandın yukarısına taşıdığı yorumunu yapabilmekteyiz. 2014 yılına gelindiğinde ise istikrarlı yüseliş ilk altı ayda düşüş yaşansa da Haziranda sonra yükseldiği görülmektedir. Birgün gazetesinin 4 yıl içinde Mayıs ve Haziran aylarının tirajları incelendiğinde 2011 ve 2012 yıllarına göre 2013 ve 2014 yıllarında artış olduğu tespit edilmiştir. Birgün gazetesinin 4 yılın Temmuz ayı tiraj toplamına baktığımızda ise 2013 ve 2014 yıllarında yükselme meydana gelmiştir. Sonuç olarak Gezi Parkı Eylemleri döneminde Birgün gazetesini tirajlarının artış gösterdiği tespit edilmiştir.

10.2. Hürriyet Gazetesi

İncelenen gazetelerin 2011, 2012, 2013 ve 2014 yılları genel tiraj ortalamasına baktığımızda Hürriyet gazetesi ilk sırada yer almaktadır. Hürriyet, 2011'in Mayıs, Haziran ve Temmuz aylarının genel tiraj ortalamasında tirajları giderek düştüğünü görmekteyiz. Hürriyet gazetesi 2011'de toplam tirajı 193 milyon, 2012'de 185 milyon, 2013'de 177 ve 2014 yılında ise 148 milyondur. Genel olarak gazetesin tirajı Gezi Parkı Eylemleri öncesi Gezi Olayları anı ve sonrasına göre daha yüksek olduğu, başka bir ifadeyle Gezi Eylemlerinde gazete tirajlarının genel olarak düştüğünü görmekteyiz. 2011 Mayıs ve Haziran aylarının ortalamalarına baktığımızda ise Hürriyet gazetesi tiraj ortalaması 16 milyon bandı ve üzerindeyken, 2013 Mayıs ve Haziran ayında, Gezi Eylemlerinin en yoğun yaşandığı aylar, 14 milyon bandına gerilemiştir. Arada 2 milyon tiraj kaybı yaşandığı görülmektedir. 2014 yılı için Hürriyet gazetesinin tirajlarına baktığımızda 11 milyon bandında seyrettiği ortaya çıkmaktadır. Detaylı tiraj tablo analizlerinde yola çıkarak Hürriyet gazetesi Gezi Eylemleri öncesi tirajı yüksekken, Gezi Eylemlerin sürdüğü yılda tiraj kaybına uğramıştır. Aynı şekilde 2013 yılında Haziran ayını takip eden aylar ve 2014 yılında genel tirajının giderek düştüğünü görmekteyiz. Gezi Parkı Eylemleri Hürriyet gazetesinin tirajının yükseltmemiş tam tersi gazete tiraj kaybına uğramıştır.

10.3. Sabah Gazetesi

Sabah gazetesi dört yılın genel tiraj ortalaması ve gidişatına baktığımızda Hürriyet gazetesinin ardından ikinci sırada yer almaktadır. Hürriyet gazetesi gibi Sabah da dört yılın Mayıs, Haziran ve Temmuz aylık satışları giderek düşmüştür. Sabah gazetesinin genel 4 yıllık tiraj bandını analiz ettiğimizde Hürriyet gazetesinden farklı bir tablo ortaya çıkmakta olduğunu görmekteyiz. Sabah gazetesi 2011 ve 2012 yıllarının genel tiraj toplam ortalaması 12 milyon civarındadır. 2013 yılı toplam tirajı ise 13 milyon bandındadır. Gezi Parkı Eylemleri öncesine göre satışları artış gösteren Sabah gazetesi, eylemlerin sürdüğü dönemde tiraj oranlarını yükseltmiştir. 2014 yılı gazetesinin tiraj tablosunu incelediğimizde Gezi Eylemleri öncesi yani 2011 ve 2012 yıllarındaki tiraj grafiğinde benzer bir hareket olduğu ortaya çıkmaktadır. Yani Gezi Eylemleri sonrasında da gazete tirajları düşerek önceki yıllardaki gibi tiraj ortalaması yine 11 milyon bandına düşmüştür. Arada yaklaşık, 1,2 milyon tiraj farkı olduğu anlaşılmaktadır. Gezi Parkı Eylemleri, Sabah gazetesinin tirajının yükselmesinde etkili olduğu anlaşılmaktadır.

10.4. Sözcü Gazetesi

Muhafif medya işletmesi olarak değerlendirilen ve iktidar eleştirilerini manşetlerinden düşürmeyen Sözcü gazetesinin tiraj oranlarına göz attığımızda ise dört yılın genel tiraj ortalamasında üçüncü sırada yer alırken dört yılın Mayıs, Haziran ve Temmuz aylarında ortalama tirajlarını hep yükseltmiştir. 2011 yılında toplam tiraj oranı 10 milyon bandındayken, 2012'de 11 milyon bandını ulaşıırken, bazı aylarda ise 11 milyon tiraj bandını geçmektedir. Sözcü gazetesi için en dikkat çekici yıl ise Gezi Parkı Eylemlerinin başladığı Mayıs ve olayların şiddetinin en yüksek olduğu Haziran aylarıdır. Sözcü'nün Mayıs 2013'de tirajı 11 milyon 946 bin 776 adettir. Gazete 12 milyon bandına çok yakın bir tiraj yakaladığı görülmektedir. Gazetenin 2013

Haziran ayı tirajı ise 15 milyon 604 bin 437 adet tiraj yaparak söz konusu incelenen 4 yıl içinde en yüksek tirajı yakaladığı aydır ve gazete tiraj olarak Haziran 2013'te zirve yapmıştır. Bu dönem tam Gezi Parkı Eylemlerinin yoğun yaşandığı belki de yoğunlu seviyesi en üst noktada olana dönemdir. Sözcü, 2011-2012 ve 2013 yılları Mayıs ayları karşılaştırmasına göre 2013 yılında 1 milyon tirajını yükseltmiştir. Sözcü 2014 yılı genel ortalaması ise 2011 ve 2012 yıllarındaki gibi 11 milyon bandına yakın bir tiraj grafiğine sahiptir. Sözcü gazetesi toplam tirajlarına bakıldığında genel olarak 2013 Mayıs ve Haziran ayları tiraj olarak en yüksek seviyeye çıkmıştır ve Gezi Parkı Eylemlerinin en yoğun yaşandığı aylardan sonra yine eski tiraj seviyesini bulurak kemik bir tiraja sahip olduğu anlaşılmaktadır. Sonuç olarak Gezi Parkı Eylemleri Sözcü gazetesinin tirajlarını yükselttiğini söyleyebiliriz.

10.5. Yeni Şafak Gazetesi

Albayrak Grubu içinde yer Alan Ahmet Albayrak'ın gazetesi Yeni Şafak ise daha çok iktidara yakınlığıyla bilinmektedir. Genel anlamda gazetenin tiraj grafiğine bakıldığında ani yükselme veya düşme olmadığı görülmektedir. Yeni Şafak, dört yılın genel tiraj ortalamasında dördüncü sırada yer alırken 2011 yılının Mayıs ve Haziran aylarında tiraj artışı oluşturduğu diğer yılların aynı ayında ise tirajında düşüş yaşanmıştır. Yeni Şafak, sadece Gezi Parkı Eylemlerinin yoğun olarak yaşandığı 2013 yılının Haziran ve Temmuz aylarında tirajlarında küçük çapta yükselme yaşanırken diğer yıllarda yine düşüşe geçmiştir. Gazete genel anlamda daha dengeli bir tiraj grafiğine sahiptir.

Gazetenin 2011 ve 2012 yıllarının aylık ve yıllık ortalama tirajları benzerlik göstermektedir. Söz konusu her iki yılda da aylık 4 milyon tirajın üstünde olduğu ve hiçbir ayda 5 milyon tirajı yakalayamadığı görülmektedir. Gezi Parkı Eylemlerinin ceyran ettiği 2013'e geldiğimizde Yeni Şafak gazetesi bu yılın ilk altı ayında yine 4 milyonda bandında olduğu tespit edilirken, 2013'ün Haziran ve sonrasındaki aylarda yine aynı şekilde tiraj grafik tablosunda bir değişim olmadığı 4 milyon bandında olduğu görülmektedir. 2014 yılında ise küçük bir değişim söz konusudur. Yeni Şafak gazetesinin bu yıldaki tiraj tablosu ortalama olarak 4 milyona yakın olurken zaman zaman 3 milyon bandına düştüğü görülmektedir. Gezi Parkı Eylemleri, Yeni Şafak gazetesinin tirajlarında ciddi manada değişikliğe uğratmadığı anlaşılmaktadır.

11. SONUÇ

Demokrasinin egemen olduğu, fikir hürriyetinin özgürlükler içinde değerlendirildiği, gelişmişlik düzeyinin ve eğitim seviyesinin yüksek olduğu çağdaş toplumlarda gazetecilik faaliyeti haber verme, bilgi aktarma, bireyleri düşünmeye sevk etme ve gelişmeler hakkında detaylı enformasyon akışını sağlayan aynı zamanda topluma ışık tutan önemli bir çalışma alanıdır. Söz konusu bu alandaki teknolojik gelişmeler ve İnternet kullanım pratiklerinin hızla medyada kullanılması, iş yerimize, evimize ve cebimize kadar girmesi bir çok alanda ve disiplinde değişikliği ve yeniliğin beraberinde getirirken, habercilik ve gazetecilik alanında da yeniliği ve değişimi kaçınılmaz kılmıştır. İnternet ile başlayan yenilik geleneksel habercilikten sosyal/yeni/dijital medyayı ortaya çıkarmıştır. Oluşan yeni online veya dijital gazetecilik kağıt medyanın etkinliğini azaltacağı görüşü birçok teorisyen tarafından sıklıkla vurgulansa da yazılı medyanın kitleleri yönlendirme, kanaatleri yönetmek, toplumlara ulaşma ve ideolojik çalışmalar açısından hâlâ önemli derecede bir gücü elinde tuttuğu gerçeği yadsınamayacak kadar açık ve nettir. Herhangi bir toplumda okunan gazete miktarı ve çıkan gazete sayısı o ülkedeki entelektüel birikim ve seviyesi hakkında önemli ipuçları veren parametredir.

Bu bağlamda her ülkede meydana gelen önemli olaylar/gelişmeler ve toplumsal hareketlilik ilgili ülkenin yazılı medyasında kendisine detaylarıyla, köşe yazarları ve derinlemesine yapılan interdisiplinel analizlerle yere almaktadır. Yapılan analizler de fikir yürütme, olayı ve gelişmeleri geniş bir perspektiften değerlendirmede ufuk açıcı olacaktır. Söz konusu önemli toplumsal eylemlerden birisi de ülkemizde yakın tarihte yaşanan Gezi Parkı Eylemleridir. Başladığı ilk saatlerde itibaren toplumun farklı kesimlerinden destek alırken bazı kesimlerinden de tepki gören ve Türk medyasının an itibarıyla ne yapacağı konusunda çıkmaza sürükleyen Gezi Parkı Eylemlerinin, ülkemizi siyasal, ekonomik ve sosyolojik birçok konuda derinden etkilediği ortadadır.

Gezi Parkı Eylemlerinin başladığı 27 Mayıs 2013 itibarıyla Taksim meydanındaki protestolar uluslararası haber ajansları ve kanallar saatlerce canlı yayın geçerken Türk medya endüstrisi ise olayın şaşkınlığı içerisinde, haberlerin nasıl ve ne şekilde sunulması gerektiği konusunda kararsız kalmıştır. Oluşturduğu etki ve sonuçlar itibarıyla de önemli toplumsal, hukuksal, ekonomik sorunlara işaret etmiş, medya işletmeleri açısından da finansal kaynak ile haber etiği arasında sıkışan bir Türk medyası gerçeğini gün

yüze çıkardığı düşünülmüştür. Bu kadar derin etki oluşturup farklı sonuçlar ortaya çıkaran Gezi Parkı Eylemleri ile gazetelerin tirajları arasındaki ilişki ise medya işletmeleri açısından göz ardı edilemeyecek kadar önemli yere sahiptir.

Çalışmamızda çağın önemli toplumsal hareketi olan ve artçı etkileri zaman zaman konuşulup değerlendirilen ve halihazırda üzerine çok sayıda makale, kitap yazılan, araştırmalar yapılan ve yapılacak olan Gezi Parkı Eylemlerinin, Türkiye’de gazete tirajları ve yayın politikası açısından Hürriyet, Sabah, Sözcü, Yeni Şafak ve Birgün gazetelerinin 4 yıl (2011-2012-2013-2014) boyunca tirajlarına nasıl etki ettiğini hangi dönem artırdığını, hangi dönem düşürdüğünü mercek altına aldık.

Gezi Parkı Eylemleri göz önünde tutularak, söz konusu gazetelerin dört yıllık tiraj grafikleri incelendiğinde genel olarak şu çıkarımı yapabiliyoruz: Gezi Parkı Eylemlerinin başladığı, devam ettiği veya yoğun yaşandığı 2013 Mayıs ve Haziran aylarında gazetelerin tirajlarında hareketlenmeler meydana gelmiştir. Bazı gazetelerin tirajı yükselirken bazılarında düşüşler yaşanmıştır. Tiraj grafiğinin hareketli olduğu anlaşılmaktadır. Böylece toplumsal hareketlerin gazete tirajlarını etkilediği ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın tamamında elde edilen bilgiler ve verilen doğrultusunda, incelenmesi yapılan Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak, Sözcü ve Halkın Gazetesi Birgün gazetelerinin tirajları, toplumsal hareketlerden etkilendiği ve bu toplumsal hareketler doğrultusunda gazetelerin tiraj grafiği aşağı ve yukarı salınımlar gösterdiği, tirajı belirleyen okuyucu kitlesi, dağıtım kanalları, yayın politikası, toplumsal gelişmeleri ve eylemleri sonuç biçimi gibi birçok faktörün etkilediği şeklinde yorumlanabilir.

Söz konusu beş gazetenin 2011, 2012, 2013 ve 2014 yılları genel tiraj ortalamasına baktığımızda Hürriyet gazetesi ilk sırada yer almaktadır. Hürriyet, 2011’in Mayıs, Haziran ve Temmuz aylarının genel tiraj ortalamasında ise tirajları giderek düştüğünü görmekteyiz. Sabah gazetesi dört yılın genel tiraj ortalaması ve gidişatına baktığımızda 2.sırada yer almaktadır. Hürriyet gazetesi gibi Sabah da dört yılın Mayıs, Haziran ve Temmuz aylık satışları giderek düşmüştür. Sözcü gazetesi ise dört yılın genel tiraj ortalamasında 3. sırada yer alırken 5 yılın mayıs, haziran ve temmuz aylarında ortalama tirajların hep yükseltmiştir.

Yeni Şafak gazetesine geldiğimizde ise beş yılın genel tiraj ortalamasında 4.sırada yer alırken 5 yılın 2011 yılının Mayıs ve Haziran aylarında tiraj artışı oluşturduğu diğer yılların aynı ayında ise tirajlarında düşüş yaşanmıştır. Yeni Şafak, diğer yılların sadece Gezi Parkı Eylemlerinin yoğun olarak yaşandığı 2013 yılının haziran ve temmuz aylarında tirajlarında küçük yükselme yaşanırken diğer yıllarda yine düşüşe geçmiştir. Haberleriyle yaptığı eleştiri ve yorumlarla iktidara karşı bir duruş sergileyen Halkın Gazetesi Birgün’ün tirajlarının genel ortalaması diğer gazetelere oranla çok düşük seviyededir. Genel toplam tiraj ortalamasıyla beş gazetenin altında ve en son sırada kalan Halkın Gazetesi Birgün ise 2013 Mayıs ve Haziran ayında diğer yılların aynı ayına göre tirajında yükselme yaşanmıştır. Birgün, dört yılın haziran aylarında ise yine en yüksek tirajı Gezi Parkı Hareketlerinin yaşandığı ve devam ettiği 2013 Haziran ve 2014 Haziran aylarında yakalamıştır. Birgün gazetesinin 5 yılın Temmuz ayı tiraj toplamına baktığımızda ise 2013 ve 2014 yıllarında yükselme meydana gelmiştir.

Çalışmaya alınan gazetelerin dört yıllık tirajları incelendiğinde özet olarak şu çıkarımı yapabiliyoruz: Gezi Parkı Eylemlerinin başladığı, devam ettiği veya yoğun yaşandığı 2013 Mayıs ve Haziran aylarında gazetelerin tirajlarında yükseliş ve düşüş yönünden dalgalanmalar meydana gelmiştir. Türkiye’nin gazetecilik anlamında *amiral gemisi* olarak kabul edilen Hürriyet gazetesi Gezi Parkı Eylemleri zaman dilimine gelen dönemde ciddi tiraj kaybettiği, muhalif ve eleştirel medya olarak bilinen Sözcü ve özellikle Birgün gazetesi aynı dönemde tirajında ciddi oranda artış görülmüştür. Ana akım içerisinde yer alan Sabah ve iktidara yakın yayınlarla ön plana çıkan Yeni Şafak gazetelerine ise genel anlamda tiraj artışı olmamış tam tersine tiraj kaybı yaşanmıştır. Bu veriler de gösteriyor ki toplumsal eylemler ve hareketler gazete tirajlarını direkt etkilemektedir. Bazı gazetelerin tirajı yükselirken bazılarında düşüşler yaşanmıştır. Tiraj grafiğinin hareketli olduğu anlaşılmaktadır. Sonuç olarak çalışmamızda elde edilen bilgiler ışığında gazeteler için hayati önemi sahip olan tirajların toplumsal eylemlerden etkilendiği yapılan çalışmada ortaya konulmaktadır.

KAYNAKÇA

Arık, B. ve Şeker, M. (2007). *Bir Sorun Olarak Gazetecilik*. Konya: Tablet Yayınları.

Ay, M. N. (2013). *Basında Tekel ve Bunalım*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Benlisoy, F. (2013). *Gezi Direnişi: Türkiye'nin 'Enteresan' Başlangıcı*. İstanbul : Agora Kitaplığı.



- Berberoğlu, G. N. (1991). *Basın İşletmeciliği "Yazılı Basında Organizasyon Yapıları ve Yönetim Şekilleri"*. İstanbul: Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Cereci, S. (1996). *Yazıyor Yazmıyor*. İstanbul: Şüle Yayınları.
- Dedeoğlu, S. G. (2015). Gezi Eylemlerinin Türk Yazılı Basınında Temsili. *Global Media Journal TR Edition* Cilt: 5 Sayı: 10, Sf. 143-174.
- Ete, H., & Taştan, Ç. (2013). *Kurgu ile Gerçeklik Arasında Gezi Eylemleri*. Ankara: SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı.
- Evlüyagil, Ş. (1977). *Basın ve Basım İşletmeciliği Ders Notları*. İstanbul: Ajans Türk Yayınları.
- Filibeli, T. E. (2016, Aralık). Gezi Parkı Protestoları ve Haber Dili: Barış Gazeteciliği Perspektifiyle Haber Analizleri. *Galatasaray İleti-ş-im Dergisi* Sayı: 25, Sf. 39-74.
- Işık, Ö. (1989). *Basın ve Basım İşletmeciliği*. İzmir: Bilgehan Kitapevi.
- Karasar, N. (2015). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kavaklı, O. (1989). *Türk Basınında Tiraj Çıkmazı*. İzmir: Tercüman Gazetecilik ve Matbaacılık.
- Keniston, K. & Kumar, D. (2004). *Experience in India. The Four Digital Divides*, New Delhi/Thousand Oaks/London: Sage Publishers.
- Kürkcü, E. (2013). Gezi'den Sonra. Ö. Göztepe içinde, *Gezi Direnişi Üzerine Düşünceler*. Ankara: NotaBene Yayınları.
- Larousse, M. (1981). *Tiraj* (Cilt 12). İstanbul: Meydan Yayınevi.
- Orun, N. (1991). *Basın İşletmeciliğinin Yönetim ve Organizasyon Yapıları*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özdursun, S. (2005). *Türkiye'de Basın İşletmelerinin Yönetim ve Organizasyon Yapıları*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Sayılğan, Ş. (2005). *Basın İşletmelerinin Ekonomisi*. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Sayı: 22, Sf. 67-77.
- Tuğal, C. (2013). *Gezi'nin Yükselişi, Liberalizmin Düşüşü*. İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Uysal, A. (2013). Teori ve Pratik Arasında Gezi Protestoları, Bir Toplumsal Hareket midir? E. Saltık içinde, *Diren Sosyoloji*. İstanbul: Kaldırım Yayınları.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zizek, S.(2013). *Dünyadaki İsyanların Anlamı*.(O. Akinhay, Çev.) İstanbul: Agora Kitaplığı.

İNTERNET KAYNAKLARI

- Amnesty/Uluslararası Af Örgütü, www.amnesty.org.tr. Gezi Parkı Eylemleri. <https://amnesty.org.tr/icerik/gezi-parki-eylemleri> Erişim Tarihi: 12.04.2020.
- BİK, Basın İlan Kurumu ,www.bik.gov.tr <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do%3Fid%3D16122> (25.12.2019).
- Diken, [diken.com.tr](http://www.diken.com.tr), <http://www.diken.com.tr/31-mayis-2013te-gazeteler-hangi-mansetle-cikmisti/> (09.04.2020).
- TBB, Türkiye Barolar Birliği, www.barobirlik.org.tr. Gezi Hukuki İzleme Grubu. (2020). *Gezi Raporu - Demokrasi ve Totalizm Sarkacındaki Türkiye*. <http://tbbyayinlari.barobirlik.org.tr/TBBBooks/518.pdf> Erişim Tarihi: 12.05.2020.
- Konda, Konda Araştırma ve Danışmanlık, [konda.com.tr](http://www.konda.com.tr). https://konda.com.tr/wp-content/uploads/2019/12/KONDA_MedyaRaporu_HT2018.pdf Erişim Tarihi: 10.04.2020.
- T24. t24.com.tr. <https://t24.com.tr/haber/topbas-otobus-duraginin-yeri-bile-halka-sorulacak,232406> Erişim Tarihi: 12.04.2020.
- NTV, Nergiz Televizyonu, ntv.com.tr. Kadir Topbas Gezi Parkı Açıklaması. <https://www.ntv.com.tr/turkiye/topbastan-gezi-parki-aciklamasi,vH1kQT6dx0GiK0XympAnyw> Erişim Tarihi: 12.04.2020.

