

T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI

**HABER SÖYLEMİNDE SİYASAL ETKİ VE İDEOLOJİ:
2002 VE 2011 GENEL SEÇİMLERİ'NİN
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
DOÇ. DR. ŞÜKRÜ BALCI

HAZIRLAYAN
FATMA BETÜL AYDIN

KONYA-2013



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



BİLİMSEL ETİK SAYFASI

Adı Soyadı: FATMA BETÜL AYDIN

Numarası: 124222002001

Ana Bilim / Bilim Dalı: GAZETECİLİK ABD

Programı

Tezli Yüksek Lisans



Doktora



Tezin Adı: HABER SÖYLEMİNDE SİYASAL ETKİ VE İDEOLOJİ: 2002 VE 2011
GENEL SEÇİMLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Öğrencinin

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Öğrencinin imzası

(İmza)



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Adı Soyadı: FATMA BETÜL AYDIN

Numarası: 124222002001

Ana Bilim / Bilim Dalı: GAZETECİLİK ABD

Öğrencinin

Programı Tezli Yüksek Lisans Doktora

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Şükrü BALCI

Tezin Adı: HABER SÖYLEMİNDE SİYASAL ETKİ VE İDEOLOJİ: 2002 VE 2011 GENEL SEÇİMLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

ÖZET

Geçmişte basın ile ilişki içinde olan hatta basını kendine araç olarak kullanan siyaset, günümüzde büyük medya kurumlarıyla işteş bir ilişki içerisine girmiştir. Bugün medya siyasetsiz olamayacağı gibi, siyaset de medyasız olamaz. Marksist bir söylemle, medya-siyaset arasındaki bu diyalektik ilişki, haber söylemlerinde ortaya çıkmaktadır. Medya ürünü olan haberlerde egemen ideolojinin yeni bir dille ve tekrar tekrar inşa edilmesi, medya araştırmalarına yönelik çalışmalarda ‘ideoloji’ kavramını önemli bir hale getirmiştir. Bu çalışmada amaç, ‘söylemlerin saf olmadığı’ tezinden yola çıkılarak, haber söylemlerinin altında yatan ideolojik, politik ve ekonomik formların ortaya çıkarılmasıdır. Medya-siyaset ilişkisinin tarihsel geçmişi ile haber, söylem ve ideoloji kavramlarının sınırlarının çizileceği bu çalışmada, 2002 ve 2011 seçim dönemlerinde Cumhuriyet, Hürriyet, Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri üzerinden seçim haberlerindeki ideolojik, ekonomik ve politik yapının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. 2002 ve 2011 yıllarında Cumhuriyet ve Yeni Şafak gazetelerinin söylemleri aynıdır. Yani Cumhuriyet CHP odaklı gazetecilik yaparken, Yeni Şafak Ak Parti odaklı habercilik yapmıştır. Hürriyet, iktidara göre haber verirken Sabah’ın 2011’de söylemleri değişmiş ve Ak Parti odaklı yayın yapmıştır.

Anahtar Kelimeler: Haber, Söylem, İdeoloji



T.C.
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Adı Soyadı: FATMA BETÜL AYDIN

Numarası: 124222002001

Ana Bilim / Bilim Dalı: GAZETECİLİK ABD.

Programı Tezli Yüksek Lisans Doktora

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Şükrü BALCI

Öğrencinin

Tezin İngilizce Adı: POLITICAL EFFECT AND IDEOLOGY IN THE NEWS
DISCOURSE. COMPARATIVE ANALYSIS OF 2002 AND 2011 OF THE SELECTIONS

SUMMARY

Politics which was in relation with media and even used the media as a tool for itself in the past, starts to make reciprocal contact with media nowadays. Today, like media which can not be thought without politics, politics also cannot be thought without media. Through the marxist perspective, this dialectical relationship between the media and politics occurs with the discourses in the news. The fact that the ideology which is prevailing in the news which are the products of the media is generated with a new language over and over. The aim in this work is to uncover ideologic, politic and economic forms which lie behind the discourses in the news by evolving out of the thesis of ‘discourses are not pure’. In this work in which the limits of the historical past of the relation between media-politics and also the terms of news, discourse and ideology are assigned , it is intended to expose the ideologic, economic and politic forms in the news of election via newspapers of Cumhuriyet, Hürriyet, Sabah and Yeni Şafak. As a result of the reseach, discourses of Cumhuriyet and Yeni Şafak newspapers are same in the 2002 and 2011 years. Namely, Cumhuriyet newspaper advocated CHP if Yeni Şafak newspaper justified Ak Party. At the same time Hürriyet newspaper made the news according to available political power. Discourses of Sabah newspaper shifted in 2011. NAMely Sabah newspaper broadcasted in favour of Ak Party.

Key words: News, Discourse and Ideology

ÖNSÖZ

Bu çalışma, ulusal basında yer alan siyasi haberlerde egemen ideolojinin söylemlerle nasıl yerleştiğini ortaya koymaya yöneliktir. Ancak bu söylem ortaya konarken basın kuruluşunun siyaset ile ilişkisi bağlamıyla ilişkilendirilmiştir. Her medya kuruluşu haberlerinde, gerek ön plana çıkardığı konularla gerekse haber dilindeki kelime oyunları ile kendi siyasi egemen ideolojisini inşa etmektedir. Haberin sayfada kapladığı alandan fotoğraf görseline, haber dilinden verilmek istenen ve vurgulanan mesaja kadar tüm argümanlarla haber metnine yoğun bir şekilde ideoloji yüklenmektedir. Buna etki eden faktörlerde, medya sahibinin ideolojisi ve siyasi ve parasal çevrelerle olan ilişkileri önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmanın amacı, haber dilindeki ideolojik yapıyı ortaya çıkarmaktır.

Bu çalışmada bana yol gösteren ve her türlü desteği sağlayan, danışmanım Doç. Dr. Şükrü Balcı'ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca çalışmada bana destek olan arkadaşlarım Arş. Gör. Hülya Anakız Ertürk'e ve Esin Taş Koca'ya teşekkür ederim. Son olarak tüm eğitim hayatım boyunca bana maddi ve manevi desteklerini esirgemeyen ve akademik yönden bana örnek teşkil eden babam Prof. Dr. Mustafa Aydın'a ve tüm aileme teşekkürlerimi bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

| | |
|--------------------------------------|-----|
| BİLİMSEL ETİK SAYFASI | i |
| YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU | ii |
| ÖZET | iii |
| SUMMARY..... | iv |
| ÖNSÖZ | v |
| İÇİNDEKİLER | vi |
| KISALTMALAR..... | ix |
| GİRİŞ..... | 1 |

BİRİNCİ BÖLÜM

CUMHURİYET'TEN GÜNÜMÜZE BASIN VE SİYASET İLİŞKİSİ4

1. MATBUAT DÖNEMİ BASIN-SİYASET İLİŞKİSİ (1923–1960)6

- | | |
|---|----|
| 1.1. Atatürk Dönemi (1923–1938) | 7 |
| 1.2. Milli Şef İsmet İnönü Dönemi (1938–1950) | 10 |
| 1.3. Demokrat Parti Dönemi (1950–1960) | 13 |

2. BASIN DÖNEMİ VE MEDYAYA EVRİLME SÜRECİNDE BASIN-SİYASET İLİŞKİSİ (1960–1990)15

- | | |
|--|----|
| 2.1. Darbeler Dönemi (1960, 1971 ve 1980)..... | 16 |
| 2.2. ANAP Dönemi (1983–1990) | 21 |

3. MEDYA DÖNEMİ BASIN-SİYASET İLİŞKİSİ (1990–2011).....23

- | | |
|---|----|
| 3.1. 1990'lı Yıllar (1990–2002) | 25 |
| 3.2. AK Parti İktidarı'nın İlk İki Dönemi (2002–2011) | 27 |

İKİNCİ BÖLÜM

| | |
|---|-----------|
| HABER, SÖYLEM VE İDEOLOJİ-MEDYA İLİŞKİSİ..... | 38 |
| 1. HABER VE SÖYLEM | 39 |
| 1.1. Haber ve Haber'e Yönelik Farklı Yaklaşımlar | 39 |
| 1.1.1. Haberin İçeriğine Etki Eden Unsurlar | 45 |
| 1.2. Bir Kavram Olarak "Söylem" | 53 |
| 1.2.1. Haberin Söylemi | 54 |
| 1.2.2. Eleştirel Söylem Analizi | 61 |
| 2. İDEOLOJİ VE MEDYA İLE İLİŞKİSİ | 66 |
| 2.1. İdeoloji, İşlevleri ve İdeolojiye Yaklaşımlar | 67 |
| 2.1.1. Bir Kavram Olarak İdeoloji | 67 |
| 2.1.2. İdeolojinin İşlevleri..... | 71 |
| 2.1.3. 'İdeoloji'ye Yönelik Farklı Kuramsal Yaklaşımlar | 75 |
| 2.2. Söylem Üretimdeki İdeolojik Etki | 80 |
| 2.3. Medya Çalışmalarına İlişkin Yaklaşımlarda İdeoloji..... | 81 |
| 2.3.1. Farklı Kuramsal Yaklaşımlar Açısından İdeoloji-Medya İlişkisi..81 | |
| 2.3.1.1. İletişim Araçlarını Kültürel ve İdeolojik Aygıtlar Olarak Gören Yaklaşımlar | 81 |
| 2.3.1.1.1. Frankfurt Okulu | 83 |
| 2.3.1.1.2. Gramsci ve Hegemonya | 85 |
| 2.3.1.1.3. Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları | 86 |
| 2.3.1.1.4. Yapısalcı Dilbilim | 87 |
| 2.3.1.1.5. Kültürel Çalışmalar | 88 |
| 2.3.1.2. İletişimin Ekonomi Politikası | 90 |
| 2.3.2. Yazılı Basında İdeoloji: Dil ve Söylem Yoluyla İdeolojilerin Haber Metinlerine Yerleştirilmesi | 91 |

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

| | |
|---|------------|
| 2002 ve 2011 SEÇİM DÖNEMİ HABERLERİNDE SİYASAL ETKİ VE İDEOLOJİ..... | 96 |
| 1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ | 96 |
| 1.1. Araştırmanın Amacı | 96 |
| 1.2. Araştırmanın Önemi | 97 |
| 1.3. Araştırmanın Yöntemi..... | 98 |
| 2. 3 Kasım 2002 Seçimlerinden 12 Haziran 2011 Seçimlerine Türkiye’de Siyasi ve Toplumsal Ortam | 103 |
| 2.1.3 Kasım 2002 Genel Seçimlerinde Gazetelerin Siyasi ve İdeolojik Söylemleri | |
| 2.1.1. Cumhuriyet Gazetesi..... | 106 |
| 2.1.2. Hürriyet Gazetesi | 110 |
| 2.1.3. Sabah Gazetesi | 113 |
| 2.1.4. Yeni Şafak Gazetesi | 116 |
| 2.2. 12 Haziran 2011 Genel Seçimlerinde Gazetelerin Siyasi ve İdeolojik Söylemleri | |
| 2.2.1. Cumhuriyet Gazetesi..... | 120 |
| 2.2.2. Hürriyet Gazetesi | 123 |
| 2.2.3. Sabah Gazetesi | 127 |
| 2.2.4. Yeni Şafak Gazetesi | 130 |
| DEĞERLENDİRME VE SONUÇ..... | 133 |
| KAYNAKÇA | 137 |
| ÖZGEÇMİŞ | 150 |

KISALTMALAR**AB:** Avrupa Birliği**ABD:** Amerika Birleşik Devletleri**AKP:** Adalet ve Kalkınma Partisi**ANAP:** Anavatan Partisi**BDP:** Barış ve Demokrasi Partisi**CHP:** Cumhuriyet Halk Partisi**DP:** Demokrat Parti**DTP:** Demokratik Toplum Partisi**DYP:** Doğru Yol Partisi**ESA:** Eleştirel Söylem Analizi**MGK:** Milli Güvenlik Kurulu**MHP:** Milliyetçi Hareket Partisi**SCF:** Serbest Cumhuriyet Fırkası**TBMM:** Türkiye Büyük Millet Meclisi**TpCF:** Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası**TRT:** Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

GİRİŞ

Başlangıçta ticari haberleşme aracı olarak kullanılan haber mektupları, zamanla periyodik dönemlerde yayınlanan gazetelere dönüşmüş ve gitgide gelişerek başlı başına bir gazetecilik faaliyetine dönüşmüştür. Çok çeşitli evrelerden geçen gazetecilik faaliyetleri dünyanın farklı coğrafyalarında zaman zaman sansürlenme, toplatılma, damga pulu vergisi gibi engellemelerin yanı sıra bu faaliyetlerle uğraşanlara yönelik suikastlara varan müdahalelere maruz kalmıştır.

19. yüzyıl sonu ve 20. yüzyılda teknolojik gelişmelerdeki ilerlemeler haberleşme alanında da yeni çığırılar açmış; radyo, televizyon ve internetin ortaya çıkmasıyla basın kavramı, yerini kitle iletişim araçları kavramına bırakmıştır. Haber mektupları şeklinde ortaya çıkan gazeteler, gelişen teknolojinin biçim değiştirip birer medya aracı haline gelmesiyle artık cebimizde elektronik olarak taşıyabileceğimiz ve kendini sürekli güncelleyen materyaller haline dönüşmüşlerdir. Ancak kitle iletişim araçlarının ilkinin teşkil eden ve farklı toplumsal koşul ve konjonktürde varlığını bugüne dek sürdüren gazetelerin ortaya çıktığı yaklaşık dört yüz yıllık tarihsel süreçte, gazetelerin klasik habercilik anlayışı değişmiştir. Öyle ki, bu süreçte gazeteler, Fransız ve Sanayi Devrimi gibi dünyada insanî ve sınaî iki büyük değişimin fitilini ateşleyen gelişmelerin yanı sıra, dünya savaşlarına tanıklık etmiştir. Gazetelerden yaklaşık üç yüz yıl sonra ortaya çıkan radyoların yanında gazeteler de Dünya savaşlarında propaganda amaçlı kullanılmış ve hatta Lippmann'ın propaganda araştırmaları kitle iletişim araştırmalarının başlangıcını oluşturmuştur. Televizyonun ortaya çıktığı 1920'lerin ortası itibariyle kitle iletişim araçlarının görüntülü, üçüncü sacayağı tamamlanmış, Nazilerin de televizyonu propaganda amaçlı kullanması bu araştırmaların hızını artırmış, kitle iletişim araçlarının hedef kitleye etkisinin güçlü olduğu kanaati dönemin araştırmacıları tarafından kabul edilmiştir. Tüm bunlara genel olarak baktığımızda kitle iletişim araçlarının ister iç siyaset ister dış siyaset olsun bir şekilde sürekli medya ile iç içe olduklarını ve medyanın siyasi söylem ve propaganda alanında da etkin birer araç olarak kullanıldıklarını görmekteyiz.

Türkiye'de 1831'de Takvim- Vekayi ile başlayan klasik gazetecilik, zamanla dönüşüm geçirmiş olsa da bu anlayış, 1990'lardan itibaren gazetelere, radyo ve

televizyon kanallarının eklenip büyük plazalarda faaliyet gösteren medya şirketlerine dönüşüncü gazetecilik, medya organlarının ‘yazılı’ formatı haline gelmiştir. Geçmişten bugüne basın döneminde de olduğu gibi medya ve siyaset diyalektik bir ilişki içerisinde. Bu işteşliğin bir tarafında, toplumsal sistemin önemli bir unsuru olan medyanın siyasal olgular, olaylar, tartışmalı konular, kurumlar ve aktörler hakkında toplumsal/kamusal algılamayı etkileme gücü imaj çağının yükselişiyle birlikte kendisini daha çok hissettirmeye başlamıştır. Öyle ki günümüzde siyasetin medya üzerinden şekillenmesi ve toplumsal kanaatlerin belirlenmesi, kurumlara atfedilen toplumsal güvenilirliği de etkileme potansiyeline sahiptir (Damlapınar, 2008:187). Diğer yandan medya da siyasal iletişimi sağladıkları ölçüde kamuoyunu etkilemektedir. Bu nedenle geçmişten günümüze kadar her siyasal parti iletişim kanallarına hâkim olmak suretiyle düşünceleri yönlendirmek ve kamuoyunun oluşumunu etkilemek istemişlerdir (Balcı, 2008:228). Bu bağlamda medyanın özellikle haberler üzerinden kamuoyu oluşturmada önemli bir araç olduğu kabul edilen bir gerçektir. Habere yönelik araştırmalarda da haberin gerçek mi yoksa gerçeğin bir yansıması mı olduğu, haber dilinin altında yatan söylem ve ideoloji, haberler profesyonelleri, haber medyasının ekonomi politikası gibi konular eleştirel medya araştırmalarının sorunsallaştırdığı temel alanlar olmuştur.

Bu çalışmada da amaç, çalışmanın *Haber Söyleminde Siyasal Etki ve İdeoloji* adında geçtiği gibi siyasi haberin söylemlerindeki ideolojik yapıyı sergilemektir. Siyasal etkiden kasıt ise medya organının, hükümet ve muhalefet gibi diğer siyasi çevrelerle ilişkisidir. Çalışma yöntem olarak ‘söylem’ ve ‘ideoloji’ kavramlarından da anlaşılacağı üzere eleştirel bir yaklaşımla ele alınacaktır. Ancak bu çalışma ne başlı başına kültürel çalışmalar ne de salt ekonomi politik anlayış çerçevesinde değerlendirilecektir. Çünkü bilindiği üzere, sosyal bilimlerin fen bilimlerindeki gibi ampirik sonuçlara dayalı net çıkarımları yoktur ve iletişim çalışmaları açısından bakıldığında sosyoloji, psikoloji, antropoloji, felsefe, dilbilim vb gibi farklı disiplinler farklı görüşler beyan etmekte ve böylece çoklu bir literatür biriktirmektedir¹. Bu nedenle çalışma teorik olarak medyaya yönelik yaklaşımlar için

¹ Mesela ilk eleştircilerden olan Frankfurt Okulu’ndan Adorno felsefeci ve müzik bilimci, Walter Benjamin edebiyat eleştirmeni, De Saussure dilbilimci, Gramsci siyasetçi, Kültürel Çalışmaları

eleştirel yaklaşımın yanı sıra bütünlük oluşturması açısından liberal çoğulculardan kısaca bahsedilecektir. Bu çalışmanın hem kültürel çalışmalar hem ekonomi politik bakış açısıyla ele alınmasını şöyle izah edebiliriz. Çalışmanın uygulama kısmında 2002 seçimlerinde Ak Parti iktidarda değil iken haberlerde inşa edilen söylem kültürel çalışmalar açısından analiz ettiğimizde; 2011’de Ak Parti’nin iktidar olması ve en önemlisi Sabah gazetesinin 2011 seçimlerinde 2002’dekinden farklı bir sahiplik yapısında olması ekonomi politik dışında başka bir yaklaşımla izah edilemeyecektir. Kısaca, bu çalışmada amaç, gerek ekonomik gerek politik çıkar gruplarının ve onların egemen ideolojilerinin, yeniden üretilerek haberin söylemine nasıl etki ettiğine cevap aramaktır. Bu arada yandaş bir tabirle Ak Parti, muhalif bir tabirle AKP olarak kodlanan Adalet ve Kalkınma Partisi, bu çalışmada, yandaş olmak adına değil, partinin kendini adlandırdığı biçimde yani Ak Parti olarak ifade edilecektir.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. “Cumhuriyetten Günümüze Basın ve Siyaset İlişkisi” başlıklı bölümde Osmanlı’da basın faaliyetlerinin başlangıcına kısaca değindikten sonra Atatürk döneminden Ak Partili yıllara medya-siyaset ilişkisi ortaya konmaya çalışılacaktır. İkinci bölüm olan “Haber, Söylem ve İdeoloji-Medya İlişkisi”nde çalışmanın anahtar kavramları olan haber, söylem ve ideoloji kavramlarının sınırları çizilecek, söylem üretimindeki ideolojik etki ile medya çalışmalarına ilişkin yaklaşımlarda ideolojinin nasıl konumlandırıldığı ele alınacaktır. Çalışmanın uygulama kısmını oluşturan “2002 ve 2011 Seçim Dönemi Haberlerinde Siyasal Etki ve İdeoloji” başlıklı üçüncü bölümde ise, 2002’den 2011’e uzanan dokuz yıllık süreç, toplumsal ve siyasal açıdan değerlendirilecek ve Cumhuriyet, Hürriyet, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin 2002 ve 2011 genel seçim dönemi haberleri eleştirel söylem analizi ile analiz edilmeye çalışılacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

CUMHURİYET'TEN GÜNÜMÜZE BASIN VE SİYASET İLİŞKİSİ

Cumhuriyet sonrası Tek Parti yönetimi toplumu biçimlendirip yönlendirirken, basın da çeşitli şekillerde denetim altına alınmaya çalışılmış ve yönetim, bu gücü kendi ideolojik amaçları doğrultusunda kullanmaya çalışmıştır. Cumhuriyet sonrası basın-siyaset ilişkisini Osmanlı'daki basın-siyaset ilişkilerinden bağımsız düşünmek mümkün değildir. Bu nedenle Osmanlı'da basın hayatının başlangıcına kısaca değinmek bir ardalın bilgisi oluşturması açısından yararlı olacaktır.

Yazılı basın, Avrupa'da 1600'lü yılların başlarında ortaya çıkarken, Osmanlı Devleti'nde ise basın faaliyetleri Avrupa'daki örneklerinden çok daha sonra, 19. yüzyılın ikinci çeyreğinden sonra görülmüştür. 18. yüzyıl sonu ile 19. yüzyıl ortalarına kadar Osmanlı devletinde yer alan ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmelerin, ilk Türkçe gazetelerin ortaya çıkmasına yol açtığını görmekteyiz. Ancak Türk basının ortaya çıkış biçimi ve bunu hazırlayan süreçler Batı'dan farklı gelişmiştir. Türkiye'deki gelişmeler Batı'nın aksine, toplumsal dinamiklerle değil, siyasi dinamiklerle, devlet destekli olmuştur (Demir, 2007:78). Bu bağlamda, bazı projelerini topluma duyurma amacıyla II. Mahmut tarafından yayınlatılan ilk gazete Takvim-i Vakayi (1831) olmuş, bunu yarı-resmi olarak nitelendirilen Ceride-i Havadis ve diğer gazeteler izlemiştir. 1860'a kadar Türkçe gazeteler yönetime karşı eleştirel bir tavır takınmamış, Batı'dan edindikleri ideolojilerle “ulus”, “vatan”, “özgürlük”, “devrim” gibi kavramları kullanan *Yeni Osmanlılar* da (ki aralarında ayrılıklar bulunsa da Jön Türklerin devamı sayılmaktadırlar) mevcut yönetimi değiştirmek gibi radikal muhalefette bulunmamışlardır (Gürkan, 1998:25-28).

I. Meşrutiyet'in ilanı basına geçici bir özgürlük getirmiş, ancak Kanun-i Esasî'nin 14 Şubat 1878'de kaldırılması ile başlayan istibdat döneminde Meşrutiyetin tekrar yürürlüğe konması mücadelesi verilmiştir. 1908'de II. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte bir serbestlik ortamıyla karşılaşmış, serbest yayın ve tartışma ortamının yarattığı coşku, fikir yayınları furyasına neden olmuştur. Meşrutiyet'le büyük bir güce erişen İttihat ve Terakki'nin basın politikası; parti

politikası ile paralel yürütülmüştür. Parti'nin hedefleri, her türlü vasıtayı meşru gösteren bir ağırlığa sahip olmuştur. Hedeflere varmak için, kullanılan araçlar içinde basının yeri büyüktür. Öyle ki, gizli hücre tipi örgütlenmenin gerçekleştirildiği, iktidarı devirmenin hedeflendiği dönemde basın, hem taraftar çoğaltma, fikri yaygınlaştırma hem de vurulmak istenilen hedefleri küçültme, aşağılamada önemli bir vasıta (Arabacı, 2010:116).

II. Meşrutiyet'in ilanından kısa bir süre sonra, İttihat ve Terakki iktidarı, toplumu çeşitli baskılarla denetlemeye çalışmış ve düşüncelerinden ötürü öldürülen gazeteciler olmuştur. 1909 yılı Temmuz ayında yürürlüğe konan ve 1931'e kadar yürürlükte kalan Matbuat Kanunu'yla padişahı, dinleri, Osmanlı milletini koruyucu; suçu ve ayaklanmayı kışkırtıcı yazıları frenleyen maddeler konmuştur. Ayrıca 31 Mart Vakası nedeniyle ilan edilen askeri sansür 1912 yılına kadar sürmüş, 1914'te I. Dünya Savaşı'nın patlaması mütareke dönemine kadar süren suskunluğu başlatmıştır (Gürkan, 1998:29-33). Öyle ki, 1909'da 353 olan gazete sayısı, 1912'de 45'e düşmüştür (Mazıcı, 1996:137). Mütareke yıllarında bir kısım gazeteler Milli Mücadele'yi desteklerken, diğer bir grup karşı çıkmış, bunların dışında kalanlar da zaman zaman taraf değiştirmekle birlikte genel olarak Anadolu'daki direniş eylemlerine sempati duymuşlardır.

Osmanlı'da devlet memuru olan ve devletten aldıkları maaşla geçinen gazeteciler, yönetimin çıkarları dışında fikir üretmek bir yana, kamuoyunu yönlendirmek ve eğitmek amacıyla, yönetimle aynı hedefleri paylaşmışlardır. Basının ortaya çıkışından itibaren oluşan bu gelenek, Batı'ya yaklaşmak isteyen Osmanlı Devleti yöneticilerinin, gazeteleri hedeflerini gerçekleştirmek için bir araç olarak görmesinin yanı sıra, gazetecilerin kişisel konumlarıyla da perçinlemiştir. Bu bağlamda 19. yüzyıl koşullarında oluşan ideolojik-kültürel perspektif Cumhuriyet Dönemi'nde de devam etmiştir. Bu perspektif ulus-devletin yapılanmasında gazetecilerin siyasal iktidarla ilişkilerinde belirleyici bir temel oluşturmuş, onların kendilerini toplumun diğer öncü kesimleriyle birlikte gelişmenin motoru durumunda görmelerini beraberinde getirmiştir (Gürkan, 1997:85).

Ragıp Duran, toplumu yöneten siyasal-ekonomik-ideolojik sistemlerin bir sonucu olarak basının gelişimini; *matbuat*, *basın* ve *medya* olarak sınıflandırmaktadır ki, Türk Basını açısından ilk Türkçe gazetenin yayın tarihi (Takvim-i Vakayi -1831) milat olarak alındığında Türkiye toplumunun geçirdiği bu üç aşama daha kolay kategorize edilebilir (2000:38-43). Bu bağlamda Duran'a göre; Takvim-i Vakayi'den 1960'a kadar uzanan süreç *Matbuat Dönemi*'ni, 1960-1990 yılları arası *Basın Dönemi* ile *Medyaya Dönüşme Aşaması*'ni ve 1990'dan günümüze kadarki dönem de *Medya Dönemi*'ni kapsamaktadır.

1. MATBUAT DÖNEMİ (1923–1960 ARASI) BASIN VE SİYASET İLİŞKİSİ

Takvim-i Vakayi (1831)'den 1960'a kadar uzanan matbuat dönemi kendi içinde farklılıklar gösterse de, bu döneme damgasını vuran temel özellik, matbuatın esas olarak önce Saray'ın, 1923'ten sonra Ankara'nın sıkı denetiminde olmasıdır. Matbuat, Saray ya da Ankara'nın görüş, fikir ve bilgilerinin tebaaya ya da dış dünyaya duyurulmasının aracı olarak işlev görmesidir. 1923–1946 tek parti döneminde, gazete sahip ve yöneticilerinin devlet mekanizmasıyla organik bağ içinde olması, matbuatın hala yönetimin bir organı olarak temayüz etmesine neden olmuştur (Duran, 2000:38-39).

Matbuat Döneminde gazetecilik, mesleki açıdan değerlendirildiğinde, iletişimin zanaatkarlık dönemine tekabül etmektedir. Siyasi ve resmi iktidara çeşitli yollardan bağımlılığına rağmen matbuat, kendi başına bir güç oluşturamadığı gibi, okur-yazar sayısının azlığı nedeniyle de ekonomik ve mali, hatta ticari açıdan önemli sayılamayacak bir iş alan olmuştur. Zanaatın kurallarıyla yönetilen matbuat, 1831 ve 1960'da aynı konumda bulunmasalar da mesleki açıdan ağırlığını veren nitelik, o dönem gazetecilerinin aynı zamanda fikir adamı olmaları olmuştur. Gerçekten de gazete, ilke ve teorik olarak herhangi bir amaç gütmeyen, bazı görüş ve bilgileri kamuoyuna iletme amacıyla yayınlanmaktaydı. Matbuatın böyle bir işlevinin olması, çalışanlarının da niteliğini biçimlendirmiş ve matbuat, elit aydınların faaliyet alanı haline gelmiştir (Duran, 2000:39-40). Tüm bu döneme *Matbuat Dönemi* adının verilme nedenlerinden biri günlük konuşmada basınla -ya da bugünkü adıyla medya

ile- ilgili mecraya Matbuat denmesi, diğeri de 1926'ya kadar sadece yazılı basın ürünlerinin bulunmasından kaynaklanmıştır.

Türk Basın tarihinin siyaset ile ilişkisinin en iyi şekilde anlaşılması, ilk yayınlanan gazeteden günümüze kadarki sürecin bir bütün halinde değerlendirilmesiyle olacaktır. Bu nedenle, ilk gazete Takvim-i Vakayi'den Cumhuriyet'e kadar süreci yukarıda kısaca değerlendirmiştik. Cumhuriyet sonrası dönem ise kendi içerisinde; *Atatürk Dönemi*, *Milli Şef Dönemi* ve *Demokrat Parti Dönemi* olmak üzere üç başlık altında detaylandırılacaktır.

1.1. Atatürk Dönemi (1923–1938)

Milli Mücadele Dönemi'nde olağanüstü bir durumda yapılması gereken bütün fonksiyonlarını yerine getiren basın, her olağanüstü durumda olduğu gibi toplumsal bütünleşme ve dayanışmaya katkı sağlamıştır (Ayhan, 2009:115-116). Ne var ki Milli Mücadele'nin kazanılması ve Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte, basında biçimsel ve işleyiş açısından bir dönüşüm başlamıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında basınla yönetim arasındaki ilişkilerin seyri, basının eleştiri özgürlüğünün sınırlarını çizmiştir (Gürkan, 1998:34). Bu yeni yapının kurulması aşamasında basından eleştiri değil, destek beklenmiştir.

Cumhuriyetin ilanının kısa bir süre sonra, 3 Mart 1924 tarihinde Hilafetin kaldırılması, toplumun pek çok kesiminde tepkilere yol açtığı gibi, basın alanında da bölünmelere neden olmuştur. Atatürk, 1923 yılının Ocak ayında İzmit'te yapılan ilk toplantıya İstanbul basınından altı kişiyi çağırarak, toplantıda "hilafetin ilgasına" yönelik kamuoyu oluşturmak için basını ikna etmeye çalışmış ve bu konuda kamuoyu oluşturulması için gazetecileri teşvik etmiştir (Ayhan, 2009:118; Demir, 2007:116). İstanbul basını ile Ankara arasındaki ilk ciddi kriz de 1923'te hilafet meselesinde ortaya çıkmış ve Milli Mücadele döneminde kurulan ve Cumhuriyet'in ilanından bir ay sonra yeniden faaliyete geçen dönemin olağanüstü mahkemeleri olan "İstiklal Mahkemeleri"nde hilafet yanlısı gazetecilerin ilk basın davası açılmıştır (Demir, 2007:115-117). Halifeliğin kaldırılmasından 1 ay kadar sonra ise 20 Nisan 1924 tarihinde Teşkilat-ı Esasi Kanunu'nun kabulü gerçekleşmiş ve bu yasanın 77.

maddesine göre, “*Matbuat kanun dairesinde serbesttir ve neşir edilmeden evvel teftiş ve muayeneye tabi değildir*” hükmüne yer verilmiştir (Özgen, 2005:17). Bu madde “yeni” olan basının yayınlanmadan önce hiçbir teftiş ve incelemeye yani sansüre bağlı olmaması ibaresidir.

Atatürk’ün devlet başkanlığıyla parti başkanlığını bir arada yürütmesinin demokratik bir rejim açısından sakıncalı görülmesi, çok partili hayata geçiş denemelerini gündeme getirmiş (Gürkan, 1998:42), 1924 yılı içerisinde İsmet Paşa’ya ve iktidarına karşı olan hoşnutsuzluğun artması, muhalif Terakkiperver Cumhuriyet Fırkasının (TpCF) kurulmasını beraberinde getirmiştir (Güz, 1991:137). TpCF’na verilen destek nedeniyle İstanbul basını ile hükümet arasında iyice gerilen ilişkiler, 1925 yılında kopma noktasına varmıştır. Bu gergin atmosfere Doğu’da Şeyh Sait isyanının çıkması da eklenince, Cumhuriyet rejiminin kuruluşunun üzerinden yaklaşık 16 ay geçtikten sonra 4 Mart 1925’te meclisten çıkarılan ve hükümete olağanüstü durumlar için dört yıl süreyle geniş yetkiler tanıyan *Takrir-i Sükûn Kanunu*² çıkarılmıştır. Bu kanunla 6 Mart 1925 günü altı gazete birden kapatılarak basının susturulma süreci başlamıştır. Böylelikle Teşkilat-ı Esasi Kanunu’nun 77. maddesinde olan, “*Matbuat kanun dairesinde serbesttir ve neşir edilmeden evvel teftiş ve muayeneye tabi değildir*” hükmü *Takrir-i Sükûn Kanunu* ile uygulamaya pek dönüşmemiştir (Mazıcı, 1996:140). *Takrir-i Sükûn* beraberinde birçok gazetenin kapatılıp, gazetecilerin tutuklanmalarına yol açmıştır. Kapatılan bu gazetelerin yazarları ve yazı işleri sorumluları Ankara ve Elazığ’da kurulan İstiklal Mahkemeleri’nde yargılanmışlardır. Her ne kadar birçoğu beraat etmiş olsa da uzun bir süre yazı yazamamışlardır.

Cumhuriyet’in kurulmasından sonra, özellikle *Takrir-i Sükûn* kanunuyla birlikte 1946’ya kadar, zaman zaman çok partili sisteme geçiş teşebbüsünde bulunulsa da başarıya ulaşılamamış ve tek parti dönemi egemen olmuştur. Bu bağlamda devlet ve toplumun bütün kurumları tek parti ideolojisinin sınırları çerçevesinde ve bu ideolojinin hayata geçirilmesi doğrultusunda tasarlanmıştır.

² *Takrir-i Sükûn Kanunu*’nda şöyle deniyordu: “İrticaya ve isyana ve memleketin sosyal düzenini, huzur ve barışını, güvenlik ve asayişini bozmaya yönelik her türlü teşkilatı, kışkırtmaları, teşvikleri, girişimleri ve yayınları Hükümet, Cumhurbaşkanı’nın onayıyla yasaklamaya yetkilidir. Hükümet, sanıkları İstiklal Mahkemeleri’ne verebilir (Topuz, 2003:147).

Özellikle, tek partili basında giderek belirginleşen otoriter özlemler, basın eleştirilerinden fazlasıyla rahatsız olan hükümeti, otoriter bir basın kanunu hazırlamak yolunda teşvik etmiştir. CHF hükümeti, *Basın Kanunu*'nu böyle bir tartışma ve eleştiri ortamında hazırlamış, 1931 yılı Temmuz ayı başında Basın Kanunu'nu TBMM'ye sevk etmiştir (Koç, 2006:16). Burada gözden kaçırılmaması gereken noktalardan biri, ülkenin yönetim biçimidir. 1929'da Takrir-i Sükûn Kanunu'nun yürürlükten kaldırılması sonrasında, basın alanında görülen geçici özgürlük havası, özellikle Cumhuriyet Halk Fırkası'nı rahatsız etmiş, Serbest Cumhuriyet Fırkası'nın kurulması basının ikiye ayrılmasını gündeme getirmiştir. SCF'nin kendini feshinden sonra patlak veren Menemen Ayaklanması, hükümeti sert önlemler almaya itmiştir. Ülkede çok partili siyasi yaşamın şartlarının henüz oluşmadığı gerekçesiyle, tek parti yönetimine ağırlık verildiği ve güç kazandırılmaya çalışıldığı görülmektedir. Koç'a göre (2006:24-25) Basın Kanunu da bu çabaların bir ürünüdür ve bu kanunla, basın kontrol altına alınarak CHF'nin istemediği yayınların yapılması engellenmiş, böylelikle önemli bir muhalefet kaynağını etkisiz hale getirebilmek mümkün olabilmıştır.

1931 Matbuat Kanunu'nun 50. maddesi basın özgürlüğünü yok eden şu hükme yer vermiştir: “*Memleketin genel siyasetine dokunacak neşriyattan dolayı İcra Vekilleri Heyeti kararıyla gazete veya mecmuanın neşrine devam edenler hakkında 18. madde³ hükmü tatbik edilir. Bu suretle kapatılan bir gazetenin mesulleri tatil müddetince başka bir isim ile gazete çıkaramazlar*”. İstenildiği şekilde yorumlanmaya açık olan “memleketin genel siyaset” terimi ile hükümete gazeteleri kapatma yetkisini veren böyle bir hüküm karşısında basın özgürlüğünden söz etmek olanaksızdır. Türk Basını, ancak totaliter rejimlerde görülebilecek şekilde bir düzene bağlayan bu kanun, 1950 yılında iktidar değişene kadar yürürlükte kalmıştır (İçel ve Ünver, 2005:37-38).

Muhalefetsiz olarak, mecliste ve kamuoyunda yeterince tartışılıp olgunlaştırılmadan aceleyle getirilen 1931 Matbuat Kanunu, 1940 yılına kadar on yıl

³ 1931 Matbuat Kanunu'nun 18. Maddesi: “Hükümlere muhalefet eden gazete ve dergiler en büyük mülkiye amirinin emriyle derhal kapatılırlar...” (Mazıcı, 1996:149).

geçmeden eskimiş ve üzerinde altı defa değişiklik yapılmıştır. Bu değişikliklerden özellikle 1938’de gerçekleştirileni önemlidir (Arabacı, 2008:83). 1931 Basın Kanunu’nun hükümete tanıdığı genel politikaya ters yayınları yasaklama yetkisi ile 1938 yılında getirilen güvence parasal şartı gibi yasal çerçevenin getirdiği sınırlamalara ek olarak gazete kâğıdı gibi çok önemli “girdi” üzerindeki hükümet denetimi hep bağımlı bir basın ortaya koymuştur (Demir, 2007:139-141). 1938 yılında yürürlüğe giren *Basın Birliği Kanunu* ile de; basın mensuplarının haklarını, gazetecilik mesleğinin şeref ve vakarını korumak, gazetecilik okulları ve meslek kursları açmak, uluslararası mesleki temaslarda bulunmak gibi tamamen basının iç sorunlarını çözmek gibi gayeler amaçlanmıştır. Ancak Basın Birliği, basının kendi kendini denetlemesinden çok elinde bulundurduğu yasal etki ve yapısıyla, basını siyasal iktidarın mutlak hâkimiyeti altına alan bir organ olmuştur. Siyasal iktidar, bu organın en yetkili kurullarında, doğrudan kendi mensuplarını bulundurmıştır (Girgin, 2001:126). Böylece siyasal iktidar, Basın Birliği üzerinde sürekli bir egemenlik kurmuştur.

Atatürk dönemi basın-siyaset ilişkilerine genel olarak baktığımızda, demokrasi hamlelerinde hep bir olay olmuş ve basın bir şekilde sansür edilmiştir. Örneğin Terakkiperver Cumhuriyet Fırkası’nın kurulmasının akabinde Şeyh Said isyanı çıkmış, muhalif sesleri bastırmak adına çıkan Takrir-i sükûn kanunundan TPCP de nasibini almıştır. Yine 1930’da Serbest Cumhuriyet Fırkası’nın (SCF) kurulması, ikiye bölünen basın ile hükümetin arasını açmış, Atatürk’ün yoğun isteği üzerine kendi kendini fesih eden SCF’nin kapanmasından sonra da Menemen Olayı baş göstermiş, 1931 Matbuat Kanunu ile basın yine zorlu bir sürece girmiştir.

Atatürk dönemini de içine alan Tek Parti Dönemi basınında; sivil toplumun özellikle liberal, tutucu ve İslamcı güçleriyle sol eğilimli düşünceler, çeşitli önlemlerle suskun kalmaya zorlanmıştır (Girgin, 2001:122). Basın, iç ve dış politika konularında sınırlı haber verip, başyazarlar genellikle dış politika konularıyla ilgili yazılar kaleme almış, iç politika sorunlarına fazla yer ayrılması durumunda da derhal hükümetin tepkisine neden olmuştur (Demir, 2007:141). Ayhan’a göre ise (2009:212) özellikle kamuoyu oluşturma ve siyasi alanda söylemek istediğini söyletme bağlamında Atatürk, basını iyi bir araç olarak kullanmış, karışık mütareke

döneminde sansür olsa da siyaset yapmanın temel alanlarından görülen basın, Atatürk tarafından siyaset yapma ve kamuoyu oluşturma aracı olarak kullanılmıştır.

1.2. Milli Şef İsmet İnönü Dönemi (1938–1950)

İsmet İnönü'ye '*Milli Şef*' ve '*Değişmez Genel Başkan*' "unvanlarının verilmesi 1938 yılı sonuna yani, Atatürk'ün ölümünden hemen sonra toplanan CHP büyük kongresine rastlamaktadır. Ancak ardan geçen yaklaşık sekiz yıllık süre sonunda, yeni şartlar altında Mayıs 1946'da yapılan parti kurultayında İnönü'nün bu unvanları kaldırılmıştır. *Mili Şef Dönemi* olarak adlandırılan bu dönem, Türkiye'de İsmet İnönü'nün Cumhurbaşkanlığının ilk ve Türkiye Cumhuriyeti'nde tek parti yönetiminin son yıllarını kapsamaktadır.

1938'den sonraki döneme yön veren en önemli olay, Atatürk'ün ölümüdür. İsmet Paşa Cumhurbaşkanı olmuş, İnönü bir zamanlar Atatürk'e karşı olanlara yeni görevler vermiş, Atatürk'ün bazı yakınları da yerlerini kaybetmişlerdir. Bu değişikliklerin basında tepkiyle karşılanmasından çekinilse de Celal Bayar döneminde yapılan 1938 Basın Kanunu'yla basın yönetimi İnönü'nün ve hükümetin eline geçmiştir. İsmet İnönü'nün başa geçmesinden kısa bir süre sonra, 1939 Eylül ayında İkinci Dünya Savaşı başlamış, olağan üstü önlemler alınmıştır. Türkiye her ne kadar savaşın dışında olsa da, 1940 Kasım ayında İstanbul bölgesinde sıkıyönetim ilan edilmiş ve hükümet, savaş bitene kadar bu sınırsız yetkilerini kullanmıştır. Hukuki itiraz yolu kapalı olmak kaydıyla, Bakanlar Kurulu gerekli gördüğü anda, dilediği gazeteyi dilediği sürece kapatma hakkına sahip olmuştur (Topuz, 2003:169).

Türk basını, İkinci Dünya Savaşı yıllarında siyasal iktidarın bütün baskılarına rağmen rejim açısından önemli tartışmaları gündeme getirmiş ve bu tavırları yüzünden cezalandırılmıştır. Avrupa'nın savaş döneminde, faşist yönetimler ve demokrasiler olarak ikiye ayrılması, Türk basınında da benzer bir cepheleşme yaratmıştır. İktidarın basın üzerindeki denetiminin artmasına 1940 yılından itibaren sıkıyönetim de eklenmiştir (Gürkan, 1998:50-52). Böylece basın üzerinde çift yönlü bir denetim hüküm sürmüştür.

Savaş döneminde sürekli baskı altında tutulan gazetecilerden kimisinin yazı yazması engellenmiştir. Savaşın sona erdiği sıralarda, kimi gazeteler dünyadaki genel eğilim doğrultusunda çok partili demokrasiye geçmek gereğinden söz etmeye ve iktidarı eleştirmeye başlamıştır. Bu ortamda giderek artan karşıt fikirler arasında bir denge unsuru olma gayreti içinde olan hükümet, yaşanan yapısal sorunlara ekonomik tedbirler üzerinden çare aramaya çalışırken, Almanya'nın savaştan yenik ayrılması ile İnönü'de yapısal sorunların liberal çoğulcu bir anlayışla giderilebileceği düşüncesi egemen olmuştur (Kılıçatan, 2010:46-47). İkinci Dünya Savaşı'nın totaliter yönetimler aleyhine belli olmaya başlaması ve dünyada ortaya çıkan dengeler, demokratikleşme konusunda Türkiye'de yeni gelişmeler ortaya çıkmasını sağlamıştır (Demir, 2007:149). Öyle ki, 1 Kasım 1945 tarihli konuşmasında İsmet İnönü, günün değişen koşullarına uygun hale getirmek için tek partili sistemde önemli siyasi düzeltmeler yapmaya hazırlandığını ima etmiştir (Ahmad, 1996:22-27). 7 Ocak 1946 tarihinde Demokrat Parti (DP)'nin kuruluşunun resmen ilan edilmesiyle birlikte, Türkiye yeni demokrasi deneyimine başlamıştır.

Türkiye'de yeni bir dönemi başlatan Demokrat Parti, CHP'nin iktidarının yoğun baskıcı döneminde hızla örgütlenmiştir. Ancak, DP'nin kısa sürede güçlenmesini, örgütlenme yeteneğine ya da birikmiş toplumsal menfaate dayandırmanın ötesinde daha önce yaşanan başarısız bir "*çok partili yaşam*" deneyiminin bulunmasıyla ilişkilendirmek gerekmektedir. İnönü, DP'yi hem çok partili sürecin temsilcisi, hem de en azından bir süre denetleyebileceği bir muhalefet partisi olarak desteklemiştir. DP, basın özgürlüğünün en büyük savunucusu olmuş, buna karşılık DP'nin iktidara gelmesinde basın önemli bir rol oynamış ve DP'yi kurtarıcı olarak kamuoyuna sunmuştur. CHP, bu gelişmeler karşısında 1947'de yapılması gereken genel seçimleri erkene alarak (21 Temmuz 1946), DP'nin beklenmeyen yükselişinin önünü kesmeye çalışmıştır⁴ (Yıldız, 1996:483).

⁴ Bu dönemde CHP de basının desteğini sağlamak için seçim kararını açıklamadan önce, 1931 Matbuat Kanunu'nun 50. maddesindeki gazete kapatma yetkisinin hükümete verilmesine ilişkin hükmün kaldırılması hakkındaki tasarıları Meclise getirmiş 13 Ağustos 1946'da bu tasarı kabul edilmiştir. Böylece gazete ve dergilerin hükümetler yerine mahkeme tarafından, bir aydan iki yıla kadar kapatılması karara bağlanmıştır (Yıldız, 1996:483).

Her ne kadar Demokrat Parti kurulsun da, demokratik seçimler 1950 yılında gerçekleşmiş ve seçimi DP kazanmıştır. DP'nin kuruluşuyla iktidar olması arasındaki süreç “*Geçiş Dönemi*” olarak adlandırılmıştır. İnönü'nün seçimleri erken bir tarihe çekmesi, DP'nin iktidar yarışını kaybetmesiyle sonuçlanmıştır. 21 Temmuz 1946'da yapılan seçimlerde 465 sandalyenin 390'ını CHP, 65'ini DP ve 7 tanesini bağımsızlar almıştı (Ahmad, 1996:33). Ancak o zamanki genel inanç seçimlerin adil olmadığı yönündeydi.

Karpat'a göre 1946-1950 arasında ve sonrasında basın, siyasete ilgi uyandırmak ve halkın politikaya katılmasını sağlama noktasında önemli bir fonksiyonu yerine getirmiştir. Bütün gazeteler, çok partili sistemin ve demokrasinin kurulabilmesinin, vatandaşların siyasi meselelere doğrudan doğruya ilgi göstermeleri ana şartına bağlı olduğu düşüncesini yayma konusunda gayret göstermişlerdir (1965; Aktın, Demir, 2007:159). Gazeteciler sürekli siyasi parti liderleri ile konuşmalar yapmış, onların düşüncelerini halka, halkın görüşlerini de siyasilere aktarmışlardır.

Her ne kadar 1946 seçimleri yapılmış olsa da Milli Şef Dönemi basın-siyaset ilişkilerine bakıldığında yine de tek parti etkisi devam etmiştir. Siyasi parti lideri İnönü'nün aynı zamanda Cumhurbaşkanı olması, bazı milletvekillerinin aktif gazeteci olması, parti il başkanlarının aynı zamanda vali olmaları vb. bu koşullar altında bağımsız bir basından söz edilmesi mümkün değildir.

1.3. Demokrat Parti Dönemi (1950–1960)

Demokratikliği tartışmalı çok partili dönemin ilk seçimi olan 1946 genel seçimlerinden sonra dışarıdan yönelen demokratikleşme baskıları, içeride muhalefet ve basının çabalarıyla 1950 yılında demokratik bir seçim yapılması konusunda mutabakata varılmıştır (Demir, 2007:159). 14 Mayıs 1950 tarihinde Türkiye seçime gitmiş, yaklaşık 8,5 milyon seçmenin % 88'i oy kullanmıştır. 408'i Demokrat Partiden, 69'u Cumhuriyet Halk Partisinden, 1 Millet Partisinden ve 9 bağımsız adaydan oluşan bir meclis seçilmiş, böylece yirmi yedi yıl aradan sonra, CHP dürüst ve serbest bir biçimde kendisinin yenilmesine müsaade etmiş ve yenilgiden sonra iktidarı sahiplerine barışçıl bir şekilde devretmiştir (Lewis, 1961:306).

Demokrat partinin, seçimlerden iki ay sonra ele aldığı ilk sorunlardan birisi Basın Kanunu olmuştur. 15 Temmuz'da Meclis'te oy çokluğuyla kabul edilen ve 21 Temmuz'da yürürlüğe giren Basın Kanunu, üzerinde değişiklikler olsa da günümüzde halen yürürlüktedir. Buna göre; 1931 kanunu ve sonrasındaki değişikliklerle kurulan güdümlü rejim yıkılmış ve hükümetin basın üzerindeki denetimi hemen hemen kaldırılmıştır. Gazete sahiplerinin ve yazarların Menderes'ten memnuniyet duyduğu gibi, Halk Partili bazı gazeteciler de Menderes'e yakın durmuş ve hükümeti desteklemeye başlamışlardır. 13 Haziran 1952'de "basın mesleğinde çalışanlarla çalıştırılanlar arasındaki münasebetleri düzenleyen kanun" çıkmıştır (Topuz, 2003: 193–194). Bu kanuna göre gazeteciler; sendika kurmak, sosyal sigortalardan yararlanmak, haftalık tatil, ücretli izin gibi pek çok hak elde ederek sosyal hakları tanınmıştır.

Demokrat Parti, iktidara geldiği ilk dört yıl içinde basınla ilişkileri iyi olmuştur. Ancak sosyal hoşnutsuzluklarla birlikte, muhalefet partilerinin, basının ve hatta Demokrat Parti üyelerinin tenkitleri de şiddetlenmiştir. Özellikle maliye ve ekonomi politikasının iyi işlemediği ileri sürülmüş ve tenkitler, tartışmalar gündene artmıştır. Bu çerçevede gazetelerin tutumu da belli olmaya başlamış, bir kısmı iktidar çevresinde toplanırken, bir kısmı bağımsız kalmıştır. Demokrasinin savunucusu basın vasıtasıyla iktidar gelen DP, basına karşı tedbirler almaya başlamıştır. Basın Kanununa yeni hükümler eklemiş ve kâğıt sıkıntısı, kapatma tehlikesi, basının elini kolunu bağlamıştır (Demir, 2007:161). 1954⁵ ve 1956⁶ yıllarında yapılan düzenlemelerle basının elde ettiği kazanımların geri alınması ve bir

⁵ Mart 1954'te hükümet, Basın Kanununu değiştirip, yazıları devletin siyasi ve malî prestijini sarsan ya da vatandaşların özel yaşamlarına tecavüz eden gazetecilerin cezalandırılması hükmünü yasaya koymuştur (Ahmad, 1996:62).

⁶ 1956'da hükümet Basını kısıtlayan iki madde daha çıkartmıştır. Bunlardan birincisi; "Yayın Yoluyla ve Radyoyla İşlenen Suçlar Kanunu"na yeni maddeler eklenmiştir. İkinciyle de Basın Kanunda değişiklikler yapılmıştır. Buna göre, "kötü niyetle veya özel maksada dayanan devletin ya da hükümetin dışarıdaki itibar veya nüfuzunu kırarak şekilde asılsız, mübalağalı veya özel maksada dayanan haberlerin yayınlanması, Cevap ve Düzeltme yazılarında daha kısıtlayıcı bir takım koşulların yanı sıra, gizli yapılan toplantılardaki görüşmelerin ya da alınan kararların yayınlanmasının yasaklanması ile gazeteci sanıkların tutuklanmasını gerektiren hükmün kaldırılması ..." gibi maddeler bu değişikliklerden bazılarıdır (Topuz, 2003:200-201).

anlamda muhalif basının susturulmaya çalışılması, 1960⁷ askeri müdahalesine kadar uzanan sürecin yapı taşlarından birini oluşturmuştur (Işık, 2008:150-151). 1960 askeri darbesini yapan ve *Milli Birlik Komitesi* adı verilen cunta grubunu oluşturan 38 subay, Kara Kuvvetleri Komutanı Korgeneral Cemal Gürsel başkanlığında 27 Mayıs sabahı yönetime el koymuştur.

2. BASIN DÖNEMİ VE MEDYAYA EVİRİLME SÜRECİNDE BASIN-SİYASET İLİŞKİSİ (1960–1990)

Matbuat, Basın ve Medya dönemlerini kesin tarihler arasında belirtmek zor olsa siyasal, ekonomik ve ideolojik koşullar göz önüne alındığında, sembolik olarak *Basın Dönemi* 1960-1983 yılları arasında kapsamaktadır. Çünkü Ragıp Duran'a göre *Basın Dönemi* daha çok *Matbuat* ile *Medya* dönemi arasında bir geçiş dönemi olarak anılmaktadır. Mesleki açıdan bakıldığında gazetecilik faaliyetlerinin yavaş yavaş zanaat olmaktan çıkıp, sanayi haline gelmesi *Basın* döneminde başlamıştır. Aslında bu dönem, sadece basın alanında değil, tüm Türkiye ekonomisinin küçük ve orta çaplı üretimden büyük, kitlesel ve bir ölçüde sınıflı üretime geçişin başlangıç dönemidir. Aynı şekilde 1960'lar Türkiye ekonomisindeki sanayileşmeyle birlikte tarımdan sanayiye, dolayısıyla kente göç etmenin başlangıcı olarak kabul edilmektedir (2000:42-43). Böyle bir ortamda basına bakıldığında, teknolojik yatırımlara bu dönemde hız verildiği ve Avrupa'da hatta Amerika'da günlük gazeteler henüz geri teknolojilerle basılırken, Türkiye'de 1968'de dört renkli ve ofset yayının olduğu görülmektedir.

Türk basını 1960–1980 arası dönemde nitelik olarak büyük gelişme göstermiştir. Gerek ekonomik şartlar gerekse Anayasa'dan kaynaklanan olumlu ortam bu gelişmelerin itici gücü olmuştur. Bu dönemde çeşitli etkilerle gazetelerin tirajları büyük artış göstermiş ve 1979'da günde toplam ortalama 3 milyon tirajla en yüksek tiraja ulaşılmıştır. Bu etkenlerin arasında, 1961 Anayasası'nın sağladığı

⁷ 27 Mayıs 1960 darbesinden tam bir ay önce, 27 Nisan'da DP özel bir kanunla Meclis'te Tahkikat Komisyonu kurmuştur. Bu kanunun ikinci maddesinde basınla ilgili iki yeni hüküm bulunmaktaydı: (1) Bu yasağa uymayan gazete ve dergilerin basımı ve dağıtımı önlenir; (2) Yayın yasaklarına ısrarlı şekilde uymayan yayınlar kapatılır. 15 DP milletvekilinden oluşan bu kurul, savcı ve yargıçlara tanınan kimi yetkileri kullanacak, ihmal ya da suiistimali görülenler 1 yıldan 3 yıla kadar hapis cezasına çarptırılmıştır (Topuz, 2003:208-227).

özgürlüklerin gazete içeriklerine yansımaları, dağıtımda ve basmadaki tekniklerin gelişmesi gösterilebilir. 1970'lerin ortalarına doğru geldiğinde ise, basın kuruluşları önemli sanayi ve ticari kuruluşlar arasına girmeye başlamıştır. Ancak, medyanın ticari amaçlarla doğrudan kullanılmaya başlaması ve ticari çıkarların mücadele alanı haline gelmesi 1980 sonrası döneme has bir olgudur (Demir, 2007:175-176). Ancak tüm bu teknolojik ilerlemeye rağmen gazetecilik etkinliği bu kuruluşların öncelikli ve birincil işi olmaya devam etmiştir.

Şeklen bakıldığında 1980'den sonra teknik alt yapıya büyük yatırımlar yapan Türk Basını, 1980 askeri darbesinden sonra, '*anarşi ve teröre karşı çıkmak*' adı altında askeri yönetimin sözcüsü gibi davranmaya başlamıştır. Resmi görüşün, dönem gereği de askeri görüşlerin yoğun olarak propagandasının yapılmaya başlandığı bu dönem, bozulmaya karşı tepki olarak uç veren liberalizmin, dolayısıyla özelleştirme döneminin de başlangıcı olmuştur. Bu aşamada da klasik gazeteci-işveren geleneği sona ermiş, medya organları ya basın dışı işverenlerin eline geçmiş ya da basından gelme işverenler gazetecilik dışı faaliyetlerle birleşerek, gazeteciliğin zanaat dönemini kapatıp, basın sanayi çağına başlamışlardır (Duran, 2000:43).

Uzun Matbuat ve kısa Basın dönemi geçildikten sonra Medya dönemi başlarken temel özellik, basının sanayileşmesi ve devletle olan ilişkilerinin çoğullaşıp yoğunlaşmasıdır. Medyadaki teknelci eğilimler de bu dönemde güç kazanmış, basının sanayi haline gelmesi, işverenlerin bu sektöre büyük yatırımlar yapmasını gerekli kılmıştır. Duran'a göre, 1983 sonrası Turgut Özal'ın başbakanlık ve daha sonra Cumhurbaşkanlığı ile süren yaklaşık on yıllık süre, basının medyaya dönüşme aşaması olarak kayıtlara geçmiştir (2000:43-44). Bu nedenle darbeler (1960, 1971, 1980) dönemini içeren süreci Basın dönemi olarak ele alırken, 1983-1990 yılları arasının *Medya'nın Evrilme Süreci* olarak adlandırılması uygun görülmüştür.

2.1. Darbeler Dönemi (1960, 1971 ve 1980)

27 Mayıs 1960 Askeri Müdahalesi

Türkiye'nin yakın tarihinin önemli dönemlerinden biri olan 27 Mayıs 1960 darbesi, dünyadaki gelişmelere belirli ölçüde paralel olarak sanayileşme ve kentleşmeyle de çakıştığı için toplumda önemli değişikliklere yol açmıştır. Duran'ın belirttiği gibi, 1960 darbesi Türkiye'nin en ilerici anayasalarından birinin hazırlanmasına zemin sağlamış olsa da, 27 Mayıs, Silahlı Kuvvetlerin siyasal, toplumsal ve ekonomik yaşantıdaki rolünün başlangıcını oluşturmuş (2000:41), ordunun devlet içindeki konum ve işlevini anayasal açıdan kurumlaştırmıştır.

Basının 1960 askeri müdahalesine verdiği tepki, Türkiye'de yayınlanan tüm gazeteler tarafından ayakta alkışlanmıştır ve basın 27 Mayıs karşısından takındığı bu "homojen" tavır, ne 12 Mart, ne 12 Eylül ne de 28 Şubat sürecinde yaşanmıştır (Tek, 2007:90). Sözü edilen diğer üç darbelerde, askerleri destekleyenler olduğu kadar, askerlerin yanlış yaptıklarını söyleyenler de çıkmıştır.

1960 askeri müdahalesinin ardından 1961 yılında yürürlüğe giren yeni anayasa ile öngörülen politik özgürleşme yoluyla, düşünce ve basın özgürlüğünün sınırlarının genişletilmesinin iletişim alanına da olumlu yansımaları olmakla birlikte, kurulmaya çalışılan liberal-özgürlükçü ortamın sürekliliği sağlanamamıştır (Işık, 2008:151). 1961 Anayasası, çoğulcu bir düzen öngören temel düzenlemeleriyle –toplumcu düşünce ve uygulamalara konan kısıntıların sürmesine rağmen- siyasal ve toplumsal yapıyı *sivil toplum* doğrultusunda bazı güvencelere kavuşturmuştur. 'Basın Özgürlüğü' konusunda da, anayasada, geçmişin tek boyutlu kısıtlamalarını engellemek isteyen yeni güvenceler yer almıştır. Basının özgür olduğu ve sansür edilemeyeceği, basın hakkına karşı ön izin ve malî teminat zorunluluğunun konulamayacağı; gazete ve dergi kapatma, toplatma, yayın yasağı koyma gibi işlemlerin ancak anayasanın temel ilkeleri çerçevesinde çıkarılan yasalarla

düzenleneceği⁸ gibi maddeler (Gevgilili, 1983:224), 1961 anayasasının başlıca görüşlerini oluşturmuştur.

1961 Anayasası, o dönemin bütün dünya anayasaları içinde basın hürriyetine en çok yer veren metin olma niteliği taşımaktadır. 1961 Anayasası geçmişteki tecrübeleri de dikkate alarak, basın özgürlüğünü parlamento çoğunluğuna sahip siyasi iktidarlara karşı korumayı ve teminat altına almayı hedef almış, bu sebeple basın özgürlüğüyle ilgili metin çok geniş tutulmuştur (Demir, 2007:168). Ancak Milli Birlik Komitesi'nin basını kısıtlayıcı yöndeki yasaların uygulanmasını durdurması ile birlikte, rahat bir nefes alan basın organları bu kez sorumsuz yayıncılığa yönelmişlerdir. Basının sorumsuz yayıncılığa yönelmesi, basın çalışanları arasında da hoşnutsuzluğa neden olmuş ve basında *özdenetim* mekanizması oluşturulması çalışmaları başlatılmıştır (Alemdar, 1990:78, aktr, Işık, 2007:151). Bu amaçla, basınla ilgili pek çok düzenleme yapılmıştır. Bunlardan en önemlileri Anayasa'da basınla ilgili yapılan düzenlemeler, *212 Sayılı Yasa, Basın İlan Kurumu*'nun kurulması ve *basının özdenetimi* konusundaki çalışmalardır. 2 Ocak 1961'de Basın İlan Kurumu Kanunu yürürlüğe girmiş ve 212 Sayılı Yasa, Resmi Gazete'de yayınlanmıştır. Gazetecilerin iş güvenliğini sağlayan bu yasa, gazetecilere çeşitli hak ve imtiyazlar sağlamıştır. Gazetecilerin kıdem hakları, tazminatları, izin hakları bu kanunla düzenlenmiş ve gazetecilere, diğer başka hiçbir meslek grubunda olmayan ayrıcalıklar ve sosyal haklar tanınmıştır (Demir, 2007:168-169).

1961 Anayasası pek çok dönüşümü beraberinde getirmiştir. Liberal/kapitalist *Adalet Partisi*'nden sosyalist *Türkiye İşçi Partisi*'ne kadar bir dizi siyasal örgütleniş ortaya çıkmış; basında ise politik ve ideolojik boyutlar genişlemiştir. Aynı dönemde, *Sanayileşme* süreci büyük bir ivme kazanmıştır. Kırsal ve kentsel yaşamda bir geçiş toplumuna özgü gelişmeleri ortaya koyan bu dönüşümler, ortadan sola açılışları ve etkin bir çoğulculuğu yanları sıra gerçekleştirmiştir. Aynı süreç içinde Türkiye basınında nicel ve nitel değişiklikler yoğunlaşmıştır. *Yenileşme, kentleşme* ve

⁸ 1961 Anayasası'nın "Basın ve yayımla ilgili hükümler" başlığı altındaki VI. Bölümü, çok geniş ve ayrıntılı bir şekilde basın özgürlüğünü düzenlemeye çalışmıştır. Bu bölümün "Basın hürriyeti" başlıklı 22. maddesi "*Basın hürdür; sansür edilemez. Devlet, basın ve haber alma hürriyetini sağlayacak tedbirleri alır*" şeklinde başlamakta ve devamında basın ve haber alma hakkının hangi hallerde sınırlandırılabilceği hususları yer almaktadır (Demir, 2007:167).

sanayileşme insanlara artık yepyeni iletim kanalları açmıştır. Yazılı basın böylece çok daha hızlı teknolojik değişime yönelmiştir. Okuma alışkanlıkları artan, ulaştırma düzeyi yükselen toplumda, günlük gazeteler yurdun her köşesine aynı anda ulaşmış ve tümüyle ‘yığinsal’ nitelik almışlardır (Gevgilili, 1983:224).

27 Mayıs darbesini, 12 Mart, 12 Eylül ve 28 Şubat askeri müdahaleleri/muhtıraları izlemiştir. Ancak 1960 darbesi, yukarıdan aşağıya bir müdahaleyle ülkenin en demokratik anayasasının yapılmasına fırsat vermiş ve basın da bu özgürlükçü ortamdan faydalanmıştır.

12 Mart 1971 Askeri Muhtırası

12 Mart Muhtırası, askerlerin hükümete yolladığı üç maddelik muhtıra (uyarı) ile başlamış; Demokrat Parti’nin devamı niteliğinde olan ve 1965–69 seçimlerini kazanan Adalet Partisi’nin (AP) istifası ve istikrarsız koalisyon hükümetlerinin kurulması sürecini başlatmıştır.

Ordu komutanlarının gölgesinde ülkeyi yöneten hükümetin ele aldığı konulardan ilki, 1961 Anayasası’nın basın özgürlüğüyle ilgili 22. ve 27. maddelerini değiştirmek olmuştur. Gazete ve dergilerin ancak yargıç kararıyla toplatılmasını öngören değişiklikler, parlamento tarafından 22 Eylül 1971’de onaylanmıştır (Topuz, 2003:250). Bu değişiklikle⁹ basın hürriyetinin sınırlandırılabilceği hususlar genişletilmiş ve belirsizleştirilmiştir.

12 Mart muhtırasından sonra hâkim olan yarı askeri rejim döneminde sol görüşlü pek çok gazeteci, yazar ve aydın hapisanelere konularak işkencelerden geçirilmiştir. Bunun yanında muhtıra karşısında Türk basını çeşitli gerekçelerle farklı tavırlar sergilemişlerdir. 12 Mart’tan sonra kimi gazeteler muhtıraya karşı çıkarken, kimi gazeteler de, muhtırayla yetinmemiş, tıpkı 27 Mayıs’ta olduğu gibi parlamentonun feshedilmesini talep etmişlerdir. Muhtıranın istedikleri seyri takip

⁹ Bu değişikliğe göre, basın ve haber alma hürriyetinin ancak “*devleti, ülkesi ve milletiyle bütünlüğünü, kamu düzenini, milli güvenliği ve milli güvenliğin gerektirdiği gizliliği veya genel ahlakı korumak, kişilerin haysiyet şeref ve haklarına tecavüzü, suç işlemeye kışkırtmayı önlemek veya yargı görevinin amacına uygun olarak yerine getirilmesini sağlamak için kanunla sınırlandırılabilceği*” hükmü getirilmiştir (Demir, 2007:174).

etmemesi ve bazı subayların komünistlik suçlamasıyla ordudan atılması üzerine de darbecilere karşı bir tavır içerisinde girmişlerdir (Tek, 2007:129).

Işık'a göre basına önemli kısıtlamaların getirildiği söz konusu Muhtıra döneminin ardından basında görece bir özerklik de kendini göstermiştir. 60'lı yıllardan itibaren kitlesel nitelik kazanan basın organları, 70'li yıllarda ise hemen her görüşün kendini ifade etmesine imkân tanıyan bir çeşitlilik ve çok seslilik ortamı sağlamıştır (2007:154). Bu çok sesli ortamın oluşmasında kitle iletişim araçlarının gelişmesinin etkisi olduğu söylenebilir.

12 Eylül 1980 Askeri Müdahalesi

12 Eylül askeri müdahalesi, Türkiye'de başta anayasal olmak üzere siyasi, ekonomik gibi birçok yapıyı temelden değiştirmiştir. Doğan Tılıç'ın ifadesiyle 1980, Türkiye'de sosyo-ekonomik ve politik analizler açısından bir milat olmuştur. 1980 askeri müdahalesinden sonra yaşananlar, ileriki yıllarda Türkiye'ye ilişkin her analizin '80 öncesi ve '80 sonrası diye başlamasına yol açmıştır (1998:84). Dolayısıyla pek çok alanda olduğu gibi 1980 Darbesi, Türk Basını açısından da bir milat olmuştur.

Türkiye'nin 12 Eylül'e sürüklenmesinde siyasi olumsuzluklar önemli rol oynamıştır. Ülke yönetimine el koyan komutanlar, "siyasetteki tıkanıklığı, cumhurbaşkanının bir türlü seçilemeyişi, liderler arasındaki kavgaları ve toplumda kamplaşmalara neden olan siyasi söylemi" yaptıkları darbenin gerekçeleri arasında göstermişlerdir (Tek, 2007:133). Sıkı bir şekilde kontrolden geçen gazetelerde belli konuları yazmak, haber yapmak yasaklanmış, gazetelerin neyi yazıp neyi yazamayacakları sıkıyönetim komutanlarınca belirlenmiştir. Sıkıyönetim komutanları dilediklerinde bir gazeteyi kapatabilmişlerdir. Medya sahipleri de iki yoldan birini seçmek durumunda kalmışlardır: ya gazetelerini kapatacaklar ya da cunta liderlerini rahatsız etmeyen, uyumlu, cunta yanlısı, *düşük profilli* bir çizgi izleyeceklerdi (Tılıç, 1998:273). Medya sahipleri ikinci yolu seçmişlerdi.

Bu dönemde baskılardan dolayı, yayın politikaları değişen ve magazinleşen basının, halk üzerindeki etkisi azalmaya başlamıştır. 12 Eylül askeri darbesiyle

sınırlandırılan anayasal özgürlükler, güçsüzleştirilen sendikalar ve kısıtlanan basın özgürlüğü, fikir basınına çok zayıf duruma düşürmüştür. Bu zeminde basın, magazin haberlerine ağırlık vermeye başlamış ve siyasi iktidarın uygulamalarını eleştirmekten mümkün olduğunca kaçınmıştır. Bu durumda sermayenin medya alanına girmesinin önünde hiçbir engel kalmamıştır. Sendikaların zayıflaması ve basın üzerinde oluşan askeri yönetimden kaynaklanan baskılar nedeniyle, gazete ve dergilerin birer ikişer medya dışından gelen patronların eline geçmesine gazeteciler engel olamadığı gibi, gazeteciler sendikası da yayın organlarının satın alınmasına tepki gösterememiştir (Demir, 2007:185).

12 Eylül Askeri müdahalesinden sonra idareye el koyan askerler ilk iş olarak siyasi partilerin faaliyetlerini durdurmuş, parlamentoyu kapatmış, parti liderlerini tutuklamıştır. Karşı propagandanın izin verilmediği bir kampanya sonrasında yapılan bir referandumla baskıcı 1982 Anayasası kabul edilmiş, bu yeni anayasa ile da parti liderleri ve yönetici kadroya on yıl süreyle siyasi yasak konmuştur. Ancak tüm bunlara rağmen 24 Ocak Kararları'nın alınmasında ve uygulanmasında katkısı ve etkisi bulunan eski başbakanlık müsteşarı Turgut Özal'a dokunmamışlardır (Demir,2007:185). 1983'te yalnızca generallerden onay alan parti ve adayların katılımıyla seçim yapılmış ve Turgut Özal'ın kurduğu Anavatan Partisi (ANAP) oyların yüzde 40'tan fazlasını alarak seçimleri kazanmıştır.

2.2. ANAP Dönemi (1983–1990)

12 Eylül Askeri Harekâtı'nın ardından yapılan 1983 seçimlerini, iletişim alanında bugün bile etkinliği hissedilen *24 Ocak Kararları'nın*¹⁰ mimarı olan Turgut Özal'ın Anavatan Partisi'nin kazanması, kararların fiilen uygulanmasını sağlamıştır. Bu bağlamda '80'li yıllarda Türkiye'de kapitalist ekonomik mantığın yerleşmeye

¹⁰ 24 Ocak 1980 tarihinde kabul edilen kararların alındığı süreç kısaca şöyledir: 1977 seçimlerinin ardından Türkiye'de istikrarlı bir hükümet kurulamamış ve bu durum ülkeyi, siyasi, ekonomik ve toplumsal açılardan çöküş noktasına getirmiştir. Ekonomik kriz, siyasal istikrarsızlıkla eklemlenince, gruplaşmalar, sokak çatışmaları ve terör baş göstermiş ve zaten bozuk olan ekonomi, sürekli para basımı nedeniyle enflasyona ve mala kaçışa yol açmıştır. 1979'daki ara ve senato seçimlerini Adalet Partisi'nin büyük bir farkla kazanması üzerine meclisteki en büyük parti olmasına rağmen CHP hükümeti istifa etmiştir. Mecliste diğer sağ partilerin desteğini alan AP, azınlık hükümeti kurmuş, Süleyman Demirel başbakanlığındaki bu hükümette Turgut Özal Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) başkanı olmuştur. 24 Ocak Kararları olarak geçen istikrar programını hazırlayıp uygulamaya sokmuşlardır (Işık, 2007:159).

başladığı bu dönemde, basın alanında da tekelleşme olgusu ortaya çıkmaya başlamıştır.

1980 yılındaki 24 Ocak Kararları ile birlikte ekonomik alanda uygulamaya konulan liberal politikalar, ülkenin her alanında bir değişim ve dönüşüm geçirmesine yol açmıştır. 12 Eylül Askeri Müdahalesi ile ekonomik politikalardan bir sapma olmamasına rağmen, siyasal alanda çok partili sistemin geçici olarak rafa kaldırılması ile birlikte her alanda getirilen kısıtlamalar medyayı da derinden etkilemiştir. Ardından hazırlanan 1982 Anayasası her alanda ayrıntılı düzenlemeler getirdiğinden, bireysel hak ve özgürlüklerdeki kısıtlamalarla birlikte, iletişim araçlarının da depolitizasyon sürecine girmesine yol açmıştır. Diğer yandan aynı dönemin basın dışı finans kurumlarının basınla eklemlenme süreci yaşanmıştır. Dolayısıyla, siyasal ve ekonomik politikaların etkisiyle yazılı basında değişim ve dönüşümler yaşanmış, ticari-özel radyo-televizyon kanalları açılarak görece bir çeşitlenme olmuştur¹¹ (Işık, 2008:161).

1831'den 1983'e dek yazılı yayın organlarının büyük bölümü devlet desteğinde, işitsel ve görsel iletişim organları da devlet tekelinde işlevlerini yerine getirmekteyken, 1983'den sonra gelişen serbest pazar ekonomisi ve liberal rüzgârların etkisiyle basın yayın organlarının büyük bölümü tekeli sermayenin eline geçmiş ve böylece basında patron imajı büyük değişime uğramıştır (Yiğenoğlu, 1996:50). Basının Medya'ya evirildiği bu süreçte, medyadaki sermaye yapısının değişmesiyle bazı medya kurumlarının giderek artan kontrol alanı, siyasal iktidarı kimi zaman rahatsız etmiş, kimi zaman da ortak çıkarlar nedeniyle bu alan birlikte kullanılmıştır. Ancak bu noktada sermayenin işleyiş biçimi ile ideolojik kültürel yapının ulus devletin kurucu değerlerini dönüştürme sancıları açısından bir gerilim söz konusudur. Bunun yanı sıra 1980'ler, bilhassa 12 Eylül hukukunun getirdiği

¹¹ 1980'li yıllarda sermayenin medyaya ilgisini artıran, dolayısıyla sektör dışından girişimcileri de sektöre çeken ve sektörün eskilerini büyümeye zorlayan ana etkenlerden birisi, medyaya siyasi alandan yönelen ilgi olmuştur. 12 Eylül'ün biçtiği yeni siyaset yapma elbisesi parti yapılarını, yan örgütlenmeleri kısırlaştırınca kitlelerle ilişki kurma ve siyaset yapmada medyanın önemi artmıştır. Bunun ilk farkına varanlardan biri de Turgut Özal olmuş, gerek başbakan yardımcısı olduğu 12 Eylül döneminde, gerekse ANAP iktidarı döneminde toplumsal yapıdaki ekonomik, siyasal, kültürel dönüşümde toplumsal destek bulma konusunda medyaya önem atfetmiş, gazete sahip ve başyazarlarıyla birebir ilişki kurmuş, bu arada elinde tuttuğu TRT'yi de dilediği gibi kullanmıştır (Sönmez, 1996:79).

özgürlüğü kısıtlayıcı düzenlemelerden gazete ve gazetecilerin öncelikle etkilenmeleri, basın açısından sıkıntılı bir dönem oluşturmuştur. 1989 yılına gelindiği halde gazeteler hakkında açılan ceza davalarının sayısı 183'ü bulmuştur. Basın Konseyi'ne göre; Türk basını, tüm tarihi boyunca 1989 yılı içinde olduğu kadar çok ve yoğun engellemeyle ya da müdahaleyle karşılaşmamıştır (Demir, 2007:202). 1989'da beş gazetecinin silahlı saldırı sonucu öldürülmesi ise Türk basın tarihinde ender görülen hadiselerden birisidir.

Türkiye'de bu döneme basın ve siyaset ilişkilerine bakıldığında, Özal döneminde basın-siyaset ilişkilerinin çeşitlenmesi bu döneme rastlamaktadır. Birçok alandaki gelişmeler basın alanında da kendisini göstermiş, başka sektörlerde de olduğu gibi basına da birçok teşvikler verilmiştir. Bu durumu gören basın kuruluşu sahipleri bu teşviklerle en modern aletleri almışlardır. Bu gelişmelerin dışında kalan basın kuruluşları sahipleri ise ya gazetelerini satmış ya da ortak almışlardır. Bu dönemde basının ön plana çıktığını gören basın dışı sermaye sahipleri bu fırsatı iyi değerlendirmiş ve satın aldıkları gazetelerle basın sektörüne girmişlerdir. Böylece daha önce basını ilanlarla korkutan sermaye, bu kez patron düzeyinde basına egemen olmuştur. Bu şekilde basına giremeyen diğer sermaye sahipleri de televizyon kanalları kurmuşlardır. Bu dönemde basın giderek siyasetle daha içli-dışlı olmaya başlamış, sermaye gruplarının desteğini arkasına alan basın kuruluşları siyasi partilerin birer örgütü gibi çalışmaya başlamışlardır (Ataklı 1997:1250-1251, aktr. Taşdemir, 2005:177).

Mustafa Sönmez'in de belirttiği gibi, kısaca "medyanın holdingleşmesi" diye adlandırılabilen 1980 öncesi evreyi 1980'den itibaren "holdinglerin medyaya girişi" ve "yazılı-elektronik basınla bütünleşme" evreleri izlemiştir. Bu durum 1990'larda da devam etmiş, böylelikle 1980-1990'lı yıllar medya sektöründe bir kurtlar savaşı olarak yaşanmıştır. Bir yandan, medya sektöründen ilk birikimlerini yapıp palazlanan kuruluşlar kendi aralarında pazar savaşına tutuşurlarken bir yandan da medyanın kârının yanı sıra onun bir silah olarak kullanılma gücüne göz koyan holdinglerin sektöre girişiyle sektör mücadeleleri hızlanmıştır (1996:77). Özellikle 1990'ların ortalarından itibaren özel radyo ve televizyonların kurulmaya başlaması ile basın ve medyaya evrilme süreci tamamlanmış ve medya dönemi başlamıştır.

3. MEDYA DÖNEMİ BASIN-SİYASET İLİŞKİSİ (1990–2011)

1980'lerin *büyük transformasyonu* medya sahipliği açısından da önemli bir yapısal dönüşümle sonuçlanmıştır. Yeni patronlar hem Amerikan hem de Avrupa gazeteleriyle rahatlıkla rekabet edecek en son teknolojileri ithal etmişlerdir. Haziran 1993'e kadar yürürlükte kalan 1982 Anayasası'nın 133. maddesiyle¹² radyo ve televizyon yayıncılığı koruma altına alınmıştır (Tılıç, 1998:86). Ancak devlet tekeli yasası, 1990 Mart'ında fiilen delinmiştir.

1990'lı yıllarda özel televizyon kanallarının Türk toplumunun hayatına girmeye başlamasıyla oluşan gruplaşmalar, medyada holdingleşmelere, başka sektörlerdeki sermaye sahiplerinin medyaya girmelerine yol açmıştır. Böylece medyadaki mülkiyet yapısında büyük bir değişim yaşanmıştır. Bu değişimde, ekonomik gelişmelerin yanı sıra siyasi faktörler de önemli rol oynamıştır. Sermayenin basit bir mülkiyet konusu olmayıp, bir kontrol unsuru olması, onun yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal bir egemenliğin kurucu bileşeni olarak işleyiş tarzını açıklamayı zorunlu kılmaktadır (Ural, 2009:280).

Türkiye'de basın gelişimi, Batı toplumlarından farklı olmuştur. Bunun nedeni siyasal iktidarın etki ve denetimine açık olarak görülmesindedir. Türk basınının ekonomik, siyasal ve kültürel gelişme dinamikleriyle açıklanabilecek bu özelliği, siyasal merkezîyetçi yapının her şeyi yukarıdan yerleştirme geleneğiyle ciddi bir hesaplaşma ihtiyacı duymayan tavrıyla birleşmiştir. Böylece basın, siyasal gelenek ve siyasal iktidarla arasına mesafe koymak yerine onun bir parçası gibi davranarak Türk toplumunu modernleştirme misyonuna sahip yönetici elitin bir temsilcisi gibi işlev görmüştür. Sonuçta yazılı basının özelleşmesi, siyasal iktidarın basın üzerindeki denetim ve etkisini azaltarak, Batılı anlamda tam olarak bir *söylem çeşitlenmemesine* ve *çok sesliliğe* yol açmamış; radyo ve televizyon alanında 1990'lı yıllardan itibaren başlayan ticarileşme ve özelleşme akımı da çoğulcu nitelikte bir medya ortamı sağlamamıştır (Işık, 2007:169–170). Yayıncılığın, Türkiye'de hiçbir zaman öncelikli

¹² Anayasa'nın 133. maddesine dayanarak 11 Kasım 1983 tarihinde kabul edilerek 1 Ocak 1984'te yürürlüğe giren 2954 sayılı TRT Kanunu ile; "Radyo ve televizyon verici istasyonlarının kurulması, işletilmesi, yayınların düzenlenmesi ile yurt içinde ve yurt dışında yayın yapılması devletin tekelindedir. Bu tekel TRT Kurumu tarafından kullanılır" hükmü getirilmiştir (Işık, 2007:205).

bir düzenleme konusu olmaması hükümetlerin, icraat duyurma ve kamuyu “güdüp yönlendirme araçları olarak görülmesini de beraberinde getirmiştir. Askeri tedbirler, yayın politikaları ve “fili durumlar”, ulusal kimlik inşasındaki ideolojik işlevi, sorunlu olan Türkiye radyo ve televizyon yayıncılığının “filen” küresel kapitalizm bağlamına oturmasının göstergeleri olarak işlemiştir (Ural, 2009:280). Bütün bunlar basın, siyasal iktidarların etki ve denetimine açık oluşunun örnekleridir.

Türkiye’de çoğulcu nitelikli medya ortamının oluşmamasında, 1990’lı yıllarda yaşanan mülkiyet yoğunlaşmasının rol oynaması, temel etkenlerden birisidir. Bunun sonucunda, kamusal alandaki *söylemsel çokluk* medya ortamına yeterince yansımamıştır. Nitelikli medya oluşmamasının bir diğer sebebi ise, basın alanında görülen sendikasılaştırma politikalarıdır. Zira sendikasılaştırma basın mesleğini daha güvencesiz bir hale getirerek alternatif söylemlerin geliştirilmesini ve etik kodların uygulanmasını zorlaştırmıştır. 1980 yılından itibaren ortaya çıkan söz konusu gelişmeler zaman zaman basının kendisi tarafından da seminer, panel ve sempozyumlar yoluyla sorgulanmaya çalışılmıştır. Bunların da etkisiyle önceki dönemlerde başarısız olan otokontrol tartışmaları yeniden gündeme gelerek, 1998 yılında *Basın Konseyi* oluşturulmuştur (Işık, 2007:169). Fakat Basın Konseyi’nin istenilen etkinliğe bir türlü ulaşamaması, Türk basınında profesyonel etik kodları çerçevesinde etkili bir özdenetim mekanizmasından söz edilmesinin olanaksız olmasını beraberinde getirmiştir.

3.1. 1990’lı Yıllar (1991–2002)

1990’lı yıllarda basın kuruluşlarının, Babıâli’den İkitelli’deki plazalara taşınmasıyla medya holdinglerine dönüşen geçmişin Babıâli basını; araç, gereç, teknoloji ve fiziki koşullar bakımından oldukça önemli gelişmeler kaydederken, diğer yandan toplumla olan bağlantısını yitirmiş ve kendi kendini adeta “sırça medya plazaları”na mahkûm etmiştir (Özgen, 2005:21). Teknolojik gelişmelerle birlikte Türk basınında bilgisayar teknolojilerinin ve modern baskı tekniklerinin kullanılmaya başlanması bir taraftan çalışanların sayısının azalmasına neden olduğu gibi, diğer yandan basının yüksek maliyetli bir sektör haline dönüşmesine yol

açmıştır. Yüksek maliyetler nedeniyle basında el değiştirmeler yaşanırken, basının, basın dışı sermayeye ve hükümetlere bağımlılığı artmıştır (Işık, 2008:156).

1990'ların ilk yılları yeni bir kilometre taşı olmuştur. Devlet tekelden çıkarılan radyo-televizyon yayıncılığı hızla özel ve yeni yatırımlarla yatay ve dikey gelişme göstermiş, yazılı medya ile bütünleşmiştir (Sönmez, 2010:20). Devlet kaynaklarına dayalı bu gelişme ve değişim, medyayı sadece malî ve ticari olarak değil, yayın siyaseti, ideolojik yaklaşım ve genel gazetecilik kültürü açısından da devlete çok yakınlaştırmıştır (Duran, 2000:45). Medya Türkiye'de siyasal iktidarın ve resmi ideolojinin kültürel alandaki sözcülüğüne soyunmuş, seçimler üzerinde etki etmeye çalışarak bunu gerçekleştirmeye çalışmıştır. Öyle ki, bunun tipik örneklerinden biri 1991 seçimlerinde yaşanmış; ANAP iktidarı seçimlere hem TRT, hem de Star 1¹³ televizyonunun desteğiyle girmiştir.

1990'lar Türkiye'si özellikle siyasetçiler açısından ele alınırsa, zayıf siyasal yapılara ve koalisyon iktidarlarına karşı ordunun yanında yer alan medyanın kendi reflekslerini de geliştirebileceğini de hissettiği, bir başka deyişle kendi gücünün farkına vardığı bir dönemin adıdır (Özkır, 2011:98). *Medya* döneminde Türkiye için 1990'lı yıllara damgasını vuran en önemli süreçlerden birisi ise 1997'de yaşanan 28 Şubat dönemidir. Literatüre *postmodern darbe* olarak geçen ve kalıntıları bugün bile günlük hayatımızı etkileyen 28 Şubat, Türkiye'nin dönüm noktalarından birisi olmuştur.

28 Şubat 1997'de toplanan Milli Güvenlik Kurulu, dokuz saat süren toplantının ardından 18 maddelik tedbirler paketi çıkarmıştır. Demir'e göre, 28 Şubat MGK kararlarından sonraki dönemde, DYP ve Refah Partisi'nin birlikte kurduğu

¹³ 1990'lı yıllara kadar radyo ve televizyon yayın tekeli elinde tutan iktidarların, bunu dilediklerinde ve kar amacının etkisinde kalmadan kullanırlarken, 1990'dan itibaren bu alanı da özel firmalarla paylaşmak zorunda kalmışlardır (Demir, 2007:212). 1990 yılında radyo-televizyon alanındaki devlet tekelinin delinmesi ve anayasanın ihlal edilmesi sürecinde, iktidar partisinin olumsuz tepki vermediği gibi, bu durumu destekleyici (bir anlamda deregülasyon) politika uyguladığı görülmektedir. 1994'e kadar süren bu kuralsızlık döneminde, bu durumdan yararlanmak isteyen diğer grupların bu alana el atmasıyla, Türkiye'de bir anda yüzlerce radyo ve televizyon istasyonu devreye girmiştir. Sonucunda 2001 yılına gelindiğinde, Türkiye'de gazetesi olup da, radyosu veya televizyonu olmayan bir grup göstermek neredeyse imkânsız hale gelmiştir (Işık, 2007:168).

Refah-Yol hükümetinin yıkılmasında medyanın rolü belki de diğer tüm etkenlerden daha önemliydi. Demir, hükümetin yıkılmasından sonra, yeni hükümet daha güvenoyu almadan, Cumhurbaşkanıca hükümeti kurma görevi verilen Mesut Yılmaz'ın ilk ziyaretlerinden birini Aydın Doğan'a yapması, Türkiye'de medyanın gücünün nerelere uzandığının göstermesi açısından düşündürücü ve endişe verici olduğunu belirtmektedir (2007:217).

1997 yılı içinde, yaşanan bu derin siyasal krizde, medya da bu bunalımda taraflardan biri olarak yerini almıştır. Gürkan'a göre (1997:80), Refah-Yol iktidarı döneminde yoğunlaşan ve kriz, bunalım, tıkanma vb. birbirini çağrıştıran kavramlarla ifade edilen bu durumun o dönemdeki siyasal iktidarın yapısından ve RP'nin tabanı dolayısıyla "çevre"nin iktidara taşınmasından kaynaklanan temel bir nedeni vardı. Medya ile siyasal iktidar arasındaki kutuplaşma kolay kolay eşine rastlanmayacak bir düzeyde gelişmişti ve iktidar medyaya yönelik suçlamalarını kamusal alana taşıyarak bu kutuplaşmayı açıkça ilan etmişti. Sonunda merkezi bir operasyonla hem Refah-Yol, iktidarı bırakmak durumunda kalmış hem de medya ile siyasal iktidar arasındaki gerilim sona ermişti.

Ragıp Duran 28 Şubat'tan önce ele aldığı "Apoletli Medya" adlı kitabında medya için yaptığı tanım da, 28 Şubat'ta ve hatta günümüzde bile manipülatif yayınlar yapan medyanın rolüne ilişkin değerlendirmelerin temelini oluşturmaktadır. Duran (2000:27) medyayı, "iktidarın iletişim alanındaki topu, tankı, tüfeği haline gelmiş, iktidar dışındaki tüm hedeflere saldıran, bin bir tekniği ve pusulası olan, istediğini öne çıkaran, istemediğini gizleyen, bozan, büken, kıran, saçan bir organ" şeklinde tanımlamaktadır.

Medyanın 28 Şubat sürecinde temel işlevlerini yerine getirdiğine şüphe olmasa da, "hangi sorumluluk anlayışı çerçevesinde yerine getirdiği" sorusu tartışmalıdır. 28 Şubat sürecini farklı biçimlerde yorumlayanların medyanın süreç içerisindeki rolü ve konumuna ilişkin değerlendirmeleri de farklıdır. Medyanın bir kısmı, komutanların rejim için en önemli tehdit haline geldiğini savunduğu irtica tehlikesine işaret ederek, 28 Şubat kararlarını savunmuş, diğer kısım da bu tehlikenin suni olarak yaratıldığını, TSK'nın MGK aracılığıyla devlet yönetimine müdahalede bulunduğunu ileri

sürmüştür (Yüksel, 2004:304). Bu durum, karşıt görüşlü medya mensuplarının birbirlerine karşı eleştirilerde bulunmalarını da beraberinde getirmiştir

Demir'e göre 2000'li yıllar Türkiye'de 1980'lerde başlayan, 90'lı yıllarda hızlanarak gelişen medya holdingleri döneminin sona erdiği yıllar olmuştur. 2000 yılında ardı ardına gelen bankalara el koyma uygulaması, bu bankalara bağlı olarak holdinglerin ve medya şirketlerinin de devletin eline geçmesine neden olmuştur. Siyaset, ticaret ve medya ilişkisinin sonucu olarak, devletten alınan büyük miktarda kredi, teşvik ve ihalelerle büyüyen medya saltanatı sarsılmaya başlamıştır (2007:229). Büyük medya holdingleri teker teker devletin denetimine geçmiş, bu durum özellikle 2002'de iktidara gelen AK Parti iktidarında farklı bir medya-siyaset ilişkisinin oluşmasına neden olmuştur.

3.2. AK Parti İktidarı'nın İlk İki Dönemi (2002–2011)

Türkiye 2002 yılında Ak Parti'nin siyaset arenasına girmesiyle yeni bir döneme girmiştir. Ak Parti, 3 Kasım 2002 seçimlerinde aldığı % 34.29'lük oy oranıyla, yıllardır koalisyon hükümetleriyle yönetilen Türkiye'de ANAP döneminden sonraki ilk 'tek' parti iktidarını tesis eden parti olmuştur. Adaklı'ya göre (2010:559), 1980'li yıllardan itibaren hayata geçirilen neoliberal politikaların uygulayıcısı olmak bakımından Ak Parti'nin politikalarındaki dikkat çekici unsurlardan biri, kendisini etkin biçimde destekleyen ve mevcut medya manzarasını büyük ölçüde değiştiren bir medyanın ortaya çıkması olmuştur.

Medya endüstrisi sürecinden, içinde medya endüstrisini de barındıran sermaye komplekslerinin ve holding kuruluşlarının ortaya çıktığı bu yeni platformda, medya-kültür sektöründe niceliksel ve niteliksel değişimler de iç içe yaşanmıştır. Böylece 2000'lere gelindiğinde, yazılı basından görsele, internetten kitap ve müzik endüstrilerine uzanan halkaları bünyesinde taşıyan; faaliyetlerini, yatırımlarını yurt içinden yurt dışına da taşıyan büyük medya holdingleri, yapıya egemen olmuştur (Sönmez, 2008:21). Bu bağlamda Matbuat ve Basın dönemlerinde ele alınan basın-siyaset ilişkilerini medya döneminde gerek yakın geçmiş olduğu için gerekse birçok medya grubu pek çok organını bünyesinde barındırdığı için daha zor olmaktadır. Bu

nedenle dönemin mevcut medya gruplarının sermaye sahiplik yapıları ile Ak Parti Hükümetiyle ilişkileri değerlendirilmeye çalışılacaktır.

Ak Parti Hükümetinin işbaşına geldiği 2002 yılında Türk medya sektöründeki hâkim gruplar; Doğan, Çukurova, Uzan, Sabah, İhlâs ve Doğuş gruplarıydı. Bu bileşim, önce Uzan Grubu şirketlerine, daha sonra Ciner'in kontrolündeki Atv-Sabah grubu şirketlerine 1 Nisan 2007'de Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu (TMSF) tarafından el konulmasıyla birlikte radikal bir şekilde değişmiştir. Bünyesinde bulunan medya kuruluşlarına yönetici atamayı da kapsayan yetkilerini iki yıl boyunca kullanan TMSF, ülkenin en büyük medya gruplarından biri haline gelmiş ve 21 Eylül 2005 tarihinde başlayan ihaleler yoluyla şirketleri (bir kısmı hükümet yanlısı olan) yeni sahiplerine devretmeye başlamıştır (Adaklı, 2010:561-562).

Uzan Grubu: Uzan ailesinin basın sektörüne ilk girişleri 1964 yılında satın aldıkları *Yeni İstanbul* gazetesi ile olmuştur. Yeni İstanbul gazetesi için Türk basın sektöründeki ilk yüksek ücretli transferi gerçekleştiren Kemal Uzan,¹⁴ tirajı hileli bir promosyon kampanyasıyla yükseltmeyi başarmış, ancak bir süre sonra başarı grafiği düşen gazeteyi elden çıkarmak durumunda kalmıştır. Uzanlar, *Yeni İstanbul*'un ardından o dönemin en güçlü bayi örgütü olan Bateş'e, daha sonra da *Cumhuriyet*, *Milliyet*, *Günaydın* ve *Sabah*'ın eşit hisseleri bulunan Gameda'ya ortak olmuşlardır. Ancak Uzan ailesinin “medya” alanındaki en dikkate değer girişimi, Özal ailesinin desteğiyle 1989 Ağustos'unda kurdukları Magic Box Şirketi ve onun bir uzantısı olarak Türkiye'nin ilk özel televizyon kanalı Star 1'in 1990 Ekim'inde yayına başlaması ile olmuştur (Adaklı, 2006:180). Bu durum simgesel anlamda bir dönüm noktası olarak değerlendirilebilir

Uzan ailesinin Türk siyasi tarihine ilginç vakalardan biri olarak kaydedilen girişimleri, 3 Kasım 2002 seçimlerine katılma hakkı kazanmak amacıyla Yeniden

¹⁴ Kara para aklamaktan, silah kaçakçılığına kadar uzanan yasadışı işlere bulaştıkları ileri sürülen Uzanlar, 1950'li yıllarda Yugoslavya'dan Türkiye'ye göçen bir ailedir. Türkiye'ye geldikten sonra önce Adapazarı'na, 1960'lı yıllarda ise İstanbul'a yerleşen aile; “Yapı ve Ticaret” adında bir şirket kurarak inşaat işine girmiştir. Ailenin reisi Kemal Uzan'ın adı ilk kez, kamu ihalelerinde yaptığı yolsuzluklar nedeniyle gazete sütunlarına yansımıştır. Baba Uzan, devletten aldığı İzmir-Halkapınar Spor Tesisi ihalesi örneğinde olduğu gibi, Türkiye'nin yanı sıra, Suudi Arabistan ve Libya gibi ülkelerde yaptığı müteahhitlik işlerinde de yolsuzlukla anılmıştır (daha detaylı bilgi için bkz: Adaklı, 2006).

Doğuş Partisi'nin hukuki alt yapısını kullanarak kurdukları ve 2002 seçimlerinde % 7 gibi önemli bir oy yüzdesine ulaşan Genç Parti'dir (Adaklı, 2006:185). Böylelikle İmar Bankası üzerinden grubun yasadışı birikim sürecinde medyayı açıkça silah olarak kullanan Uzan Grubu, tehdit-şantaj aleti olarak kullandığı medyanın yanına Genç Parti'yi ekleyerek gücünü pekiştirmek istemiştir (Sönmez, 2008:39). Ancak bu yükseliş Ak Parti'nin iktidara gelmesinden kısa bir süre sonra, 2003 yılının ortalarında engellenmiş, Uzanların tüm hile hurdaları ortaya çıkarılarak bütün şirketlerine ve medyasına el konmuş, Uzan ailesi soluğu yurt dışında almıştır.

Uzanların en önemli iki yayın organından biri olan Star TV, TMSF'nin düzenlediği ihale sonucunda, 26 Eylül 2005'de CNN Türk ve Kanal D'den sonra Doğan Grubu'na geçmiştir. Star gazetesi ise 25 Ocak 2006 tarihinde Zaman gazetesi kurucularından KKTC'li iş adamı Ali Özmen Safa'ya satılmıştır. Adaklı'ya göre (2010:566), TMSF'ye devredilen Uzan Grubu'na ait medya şirketlerinin el değiştirmesinin yanı sıra, 2003 yılı itibariyle Türk medya sektöründe hakim olan Doğan, Çukurova ve Ciner gruplarının mülkiyet yapılarında da kimi değişiklikler olmuştur.

Doğan Grubu: 1979 yılında *Milliyet*'in satın alınmasıyla başlayan medya serüveni, 2000'li yıllarda geniş bir sanayi kompleksinin içerisinde kök salmış bir medya grubu ile devam etmektedir. Gazete, dergi yayıncılığı ve dağıtımı, haber ajansı, radyo ve televizyon yayıncılığı, kitap yayıncılığı, online yayıncılık, TV ve reklam program üretimi, müzik yapım gibi medya sektörünün hemen her alanında büyük bir pazar payına sahip olup (Adaklı, 2006:264-265), bunların bir kısmında pazarın hakimi konumundadır

Doğan Grubuyla Ak Parti hükümetinin karşı karşıya gelmesi 2003 sonlarına doğru, Doğan Grubu'nun sektördeki ağırlığının yeni bir göstergesi ve yeni bir medya savaşı başlatan gelişme, POAŞ borcunun Ak Parti hükümetince “yeniden yapılandırılması”, 2007 yılına kadar ötelenmesi olmuştur (Adaklı, 2010:567). Ak parti hükümeti ile Doğan Grubu'nun arasını açan gelişmelerden birisi de “Hilton arazisi” hadisesi olmuştur. Emekli Sandığı'nın mülkiyetindeki Hilton Oteli arazisini 255 milyon dolara satın alan Doğan Grubu, arazide emsali 0.7 kattan 2.7 kata çıkaran

(yani buna göre araziye aldığı sırada 43 bin metrekare olan kapalı inşaat alanı bir anda 233 bin metrekareye çıkacak ve Doğan buraya rezidans, iş merkezi ve otel yapabilecekti) plan değişikliği talebi ile gruba 3 milyar dolarlık potansiyel gelir sağlamayı hedeflemişti. İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından başvurusu reddedilen Aydın Doğan, devreye başbakanı sokmak istemişti¹⁵.

Doğan Grubu ile Ak parti arasındaki ilişki, 2008 yılında “Deniz Feneri” tartışmasıyla önemli ölçüde negatife dönüşmüştür. Özellikle Doğan Grubuna bağlı *Hürriyet* gazetesinin sürmanşet haberiyle başlayan “Deniz Feneri” tartışması (2 Eylül 2008), Başbakanın grupla ilgili bazı gizli bilgileri açıklayacağı şeklindeki tehditleriyle yeni bir boyut kazanmış (7 Eylül, 2008, *Hürriyet*), başta *Hürriyet* olmak üzere, Doğan grubuna bağlı yayın organları Ak Parti karşıtı bir kampanya yürütmüştü (Adaklı, 2010:571). Başbakan Erdoğan, Doğan Grubunun bu tavrını “kuyruk acısının nedeni Hilton” diye değerlendirmiş,¹⁶ hatta yine aynı dönemlerde Başbakan Erdoğan, “Türkiye’de medyanın güvenilirliğini yitirdiğini ve kendini bitirdiğini” belirterek medyaya karşı yeni bir kampanya için düğmeye basmış ve ‘Doğan gazetelerini almayın’ demişti¹⁷.

Ak Parti ile Doğan Grubu arasındaki anlaşmazlıklar bunlarla sınırlı kalmamıştır. Doğan Grubu’nun yabancı ortaklı yatırımlarından CNN Türk’ün, 2008 yılının Mart ayında karasal yayını sona erdirilmiş ve sadece uydudan yayın yapmaya başlamıştır. TV5’in karasal yayın hakkını 12 milyon dolara satın alan Doğan Grubu, CNN Türk için kullanmak istemiş, ancak dönemin RTÜK başkanı Zahid Akman, Star, Kanal D ve TNT’nin karasal yayın izni bulunduğu, dolayısıyla 4. karasal yayının tekelleşmeye yol açacağı gerekçesiyle izin vermemiştir (Adaklı, 2010:575).

Yukarıda bahsedilen Ak Parti Hükümeti-Doğan Grubu arasındaki gerilimi, Vedat Demir’in (2007:206-207) şu tespiti oldukça iyi açıklamaktadır:

¹⁵ http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay.aspx?haberNo=32189 (Erişim: 14.04.2012).
<http://arsiv.sabah.com.tr/2007/03/24/eko108.html> (Erişim: 14.04.2012).

¹⁶ Başbakan R. Tayyip Erdoğan’ın Aydın Doğan’a cevabı: “Kuyruk Acısının Nedeni Hilton” için bkz: Kanal 7 Haber Bülteni, 7 Eylül 2008
<http://www.youtube.com/watch?v=b3m0PSU8xSM&noredirect=1>

¹⁷ <http://www.haber7.com/yorumlar.php?s=29&id=345835> (Erişim: 15.04.2012).

“Büyük holdinglerin elinde bulunan medya gücü çoğu zaman siyasi iktidarlara karşı kullanılmaktadır. Siyasi iktidarların tasarrufunda bulunan devletin ekonomik imkânlarından faydalanma amacı güden holdingler, ellerindeki yayın organlarını, gerektiğinde iktidarı destekleyerek, gerektiğinde de aleyhinde yayın yaparak kullanmaktan çekinmemektedirler. Bu duruma engel olması gereken siyasi iktidarlar da gene holdinglerin ellerinde bulunan medya gücünden dolayı bir şey yapamamaktadırlar. Zaten çoğu kere, medya ve iktidarlar arasında bu konuda örtülü bir uzlaşma¹⁸ ortaya çıkmaktadır.”

Çukurova Grubu: Başlıca iş alanları endüstri, inşaat, iletişim ve bilişim teknolojisi, ulaşım ve hizmetler, medya, ticaret, finansal hizmetler ve enerjidir. Türkiye’de GSM temelli mobil iletişim, Şubat 1994’te Turkcell’in hizmete girmesiyle başlamıştı. GSM hizmetini Türkiye’ye ilk tanıtmasının yanı sıra 1995 yılında ilk internet şirketlerinden biri olan Superonline’ı, Mart 1999’da ise Digtürk’ü faaliyete sokmuştu (Aykol, 2008:16-17).

Mehmet Emin Karamehmet’in başkanı olduğu Çukurova Grubu’nun basın piyasasına olan ilgisini ilk kez, 1977 yılında küçük bir ilan gazetesi niteliğindeki *Akşam* Gazetesi’ni satın alarak göstermiştir. Ancak Çukurova Grubu, o günün koşullarında gazeteyi uzun süre elinde tutamamış, sektöre olan ilgisini 1990’ların başına kadar saklı tutmuştur (Adaklı, 2006:195). TV yayıncılığıyla medyaya giriş yapan Çukurova, Erol Aksoy’dan satın aldığı Show TV’ye yeni kanallar eklemiş, yazılı basın eksiğini de *Akşam* gazetesi ile tamamlamıştır. Böylece, yazılı basına sahip olanın TV yayıncılığını bünyesine eklemesi veya TV yayıncılığı yapanların bünyelerine yazılı basını, gazete ve dergi yayını eklemesi bir model haline gelmiştir (Sönmez, 2010:39).

Doğan grubuyla rekabet halinde olan Uzan ve Ciner grubunun tasfiyesi, Çukurova grubuna da yapılmak istenmiş ancak Mehmet Emin Karamehmet sahip

¹⁸ Başbakan Erdoğan ve Aydın Doğan 2008 yılında AKP Bayburt Milletvekili Ülkü Güney’in oğlunun nikâhında buluşmuş ve bu olay, aralarındaki anlaşmazlığın çözüldüğü yönündeki yorumlara neden olmuştu(<http://yenisafak.com.tr/Politika/?t=25.10.2008&i=146637>, <http://www.haber7.com/yorumlar.php?id=353174>, Erişim: 18.04.2012).

olduğu bazı şirketleri kaybetse de medyasını kaybetmemiştir (Kılıçatan, 2010:82). Çukurova, 2003 yılı başında, medya sektöründe rekabeti kızıştıran bir olayla karşı karşıya kalmıştır. 1997 yılında *Tercüman* gazetesinin imtiyaz hakkını satın almış olan grup, Ilıcak ailesinin gazeteyi *Dünden Bugüne Tercüman* adıyla yayınlanacağını gazete ve gazete reklamlarıyla duyurmaya başlaması üzerine hukuki yollara başvurmuştur (Adaklı, 2006:202).

Ciner Grubu: Yazılı basının önemli gruplarından birini de Sabah-Atv grubu oluşturmaktadır. 1985'te İzmir kökenli Bilgin¹⁹ ailesince faaliyete geçirilen *Sabah* gazetesi, 1990'ların başında yazılı basının en büyük iki grubundan biriydi. Bilgin, 1992'de kurduğu ATV ile elektronik yayıncılığa da entegre olmuş ve hızla büyümüştü. Ancak 2000'lere doğru, Özelleştirme İdaresi'nden satın alarak sahip olduğu Etibank'tan kural dışı kaynak kullanımı iddiası ile yargılanan kurucu Dinç Bilgin, büyük borçları nedeniyle sahiplikten uzaklaştırılırken, yayın grubuna da 1 Nisan 2007 tarihinde TMSF tarafından el konulmuştu. 2007 yılı sonunda TMSF tarafından açılan Sabah-ATV Ticari İktisadi Bütünlüğü ihalesine tek şirket olarak teklif veren *Çalık Grubu*, Sabah-ATV'nin yeni sahibi olmuştu (Sönmez, 2008:54).

El koymadan itibaren yeni yatırımlara giren Turgay Ciner, 14 Eylül 2007 tarihinde kurduğu *Ciner Yayın Holding* bünyesinde basın faaliyetlerine girişmiştir (Adaklı, 2010:580). Ciner önce *Habertürk* isimli kanalı devralmış, 2009 yılında ise kanalla aynı adı taşıyan *Habertürk* gazetesini çıkarmıştır. Ciner Grubu, yukarıda belirtildiği gibi 2005 yılı başında Mehmet Ali Ilıcak'a ait *Dünden Bugüne Tercüman* gazetesine ortak olmuş, ancak Çukurova Grubu ile isim hakkı dolayısıyla anlaşmazlık içine giren gazetenin adı, (davanın Ilıcaklar aleyhine sonuçlanması üzerine) 6 Eylül 2005 tarihinde *Bugün* olarak değiştirilmiş ve gazete 15 Kasım 2005'te Fetullah Gülen'e yakınlığıyla bilinen Koza-İpek Grubu tarafından satın alınmıştır.

¹⁹ Dinç Bilgin ile Turgay Ciner'in yolları ilk kez 1998 yılında kesişmiş, Turgay Ciner ATV'ye yüzde 20 hisseyle ortak olmuş, 20 Ekim 2000'de ise Turgay Ciner, bu kez Bilgin'e ait tüm medya grubunun yüzde 50 ortağı olmuştu. [http://www.habervitrini.com/haber/sabah-ve-atv-nasil-satildi-184716/ (Erişim: 16.04.2012)]

Çalık Grubu: 1 Nisan 2007 tarihinde, Turgay Ciner’in kontrolündeki Sabah-ATV İktisadi bütünlüğüne TMSF tarafından el konulması ve ardından gelen satış, Adaklı’nın ifadesiyle “Türk medyasına yeni bir büyüğün girmesine” yol açmıştır. 5 Aralık 2007’de gerçekleştirilen ihaleyi kazanan Çalık Holding, resmi süreçleri tamamlayarak 2008 yılının ikinci çeyreğinde medya grubunu devralmıştır. Bu çerçevede, Sabah-ATV İktisadi Bütünlüğü bünyesinde bulunan tüm hak ve varlıklar, **Turkuvaz A.Ş.** bünyesine geçmiştir. İhaleye tek firma olarak Ahmet Çalık’ın katılması ve holding CEO’su Berat Albayrak’ın Başbakan Tayyip Erdoğan’ın damadı olması, ayrıca satın alınan kamu bankalarınca açılan kredilerce yapılmış olması, TBMM’de birçok soru önermesine konu olmuştur (Sönmez, 2008:55).

Adaklı’ya göre Çalık Grubunun medya piyasasına girme serüveni, özellikle Doğan Grubu medyasında sürekli olarak eleştiri konusu yapıldıysa da işin “yapısal” boyutları (aslında bütün medya savaşlarında tipik olan), yani bir bütün olarak Türk sermayesinin yapısal özellikleri (devletle, siyasetle, siyasilerle kurdukları ilişkinin değişmez niteliği) perdelemeye çalışılmıştır. Bu durumu, (Doğan Grubu’nun önemli rakiplerinden olsa da) Çukurova Medya Grubu Yönetim Kurulu üyesi Serdar Çaloğlu; “*Türkiye’de her iş adamının bir politik uzantısı olmak mecburiyetinde. Bir şekilde devletten lisans ya da müsaade almak zorundasınız. Devleti yönetenler de politikacılar olduğu için ister istemez Ankara ile iç içe çalışıyorsunuz*” (Mavi, 2008:58, aktrn, Adaklı, 2008:583) şeklinde özetlemiştir.

İhlâs Grubu: İhlâs Grubu’nun Kurucusu Enver Ören, birkaç arkadaşıyla birlikte 22 Nisan 1970 tarihinde *Hakikat* gazetesini kurmuştur. 10-15 bin tiraja ancak ulaşabilen Hakikat’le birlikte ticari faaliyete de giren Ören ve arkadaşları, 1978 yılında Uluslararası Gazete Sahipleri Federasyonu’nun (FIEJ) kongresine katılmak için gittikleri Japonya’da, ülkenin en büyük günlüğü olan Asahi Shimbun’un aboneliğe dayanan dağıtım sistemini örnek almışlardır. Hakikat’in devamı niteliğindeki *Türkiye Gazetesi*, aboneliğe ya da elden satışa dayalı dağıtım sistemi ile satış rakamlarını ve basın dışı pazarlama faaliyetlerini artırmıştır. *Türkiye* gazetesi, 1983’te tipodan ofsete geçmiş, 1980’lerin ortalarından itibaren sayfa sayısı artmaya başlamıştır.

1 Ocak 1993 tarihinde, *Türkiye* gazetesi büroları üzerinden yapılandırılan ve Türkiye gazetesi ile TGRT'nin yanı sıra pek çok kanala servis yapacak olan *İhlâs Haber Ajansı (İHA)* kurulmuştur. İHA, bugün en ücra coğrafyalardan en hızlı haber servisini yapan ajanslardan birisidir. Grubun önemli medya bileşenlerinden biri olan TGRT televizyonu ise 1993 yılından itibaren uzun süre İhlâs Holding'in resmi iştiraki olmaksızın, farklı bir ortaklık yapısı ile yayın hayatına devam etmiş, holdinglelere bağlı diğer medya kuruluşlarıyla birlikte 10 Temmuz 2003 tarihinde 'İhlâs Yayın Holding' çatısı altında birleştirilmiştir (Adaklı, 2006:192-194).

2001 krizinin baş göstermesinden sonra, İhlas Finans'ın faaliyetleri durdurulmuştur. CHP'nin tasfiye işleminin TMSF eliyle yapılması önerisi kabul görmüş, ancak meclisten geçememiştir. İhlâs Yayın Holding'in iştiraklerinden biri olan Huzur Radyo-TV'nin yabancı bir gruba satılacağı söylentileri medya gündemini meşgul etmiş (Adaklı, 2010:579) ve neticede Şubat 2007'de TGRT, Amerikan News Corporation şirketine satılmıştır²⁰.

Doğuş Grubu: Türk medyasında Şahenk ailesinin kontrol ettiği *Doğuş Grubu*, Türk medyasında en büyükler arasında bulunmamakla birlikte güçlü bir editoryal kadroya sahip haber kanalı *NTV* ve *CNBC-e* gibi yayın organlarıyla *quality television* olarak adlandırılan nitelikli yayıncılık türünün temsilcisi haline gelmiştir (Adaklı, 2010:585).

Albayrak Grubu: Medyada büyük bir güç olmasalar da daha çok hükümete yakınlığıyla bilinen küçük oluşumlar bulunmaktadır. *Yeni Şafak* ve *TV Net* medyada *Albayrak Grubu* çatısı altında faaliyet göstermektedir. Akrabalık ilişkisi doğrudan bir kontrol gücüne işaret etmese bile, grubun sahibi ile başbakan arasındaki akrabalık ilişkisi, özellikle Ak Parti karşıtı kesimler tarafından sıkça eleştiri konusu yapılmaktadır (Adaklı, 2010:585). Bu nedenle (Ak Parti yanlısı olması nedeniyle) çalışma kapsamına dâhil edilen gazetelerden birisi de *Yeni Şafak* gazetesi olmuştur.

²⁰ <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/4807974.asp?m=1&gid=69&srid=3041&oid=3> (Erişim: 17.04.2012).

Feza Grup- Samanyolu Yayın Grubu: Fethullah Gülen cemaatine yakın *Feza Grup* Zaman, Today's Zaman, Aksiyon Dergisi gibi yayınlara ortağı olduğu olduğu *Samanyolu Yayın Grubu* ise Samanyolu TV, Samanyolu Haber TV başta olmak üzere 10 kadar televizyon kanalı ve 5 tane de radyoyu bünyesinde barındırmaktadır. Bu nedenle Ak Parti hükümetine yakın olan ve Türkiye'deki muhafazakâr kesimin en büyük yayın organlarından birini teşkil etmektedir.

Cumhuriyet; günümüzde, Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş. altında faaliyet gösteren ve bu çalışmada ele alınacak dört gazeteden birisidir. Kurtuluş Savaşı sırasında Milli Mücadele döneminde kurulmuştur. Yunus Nadi'nin İstanbul'da çıkardığı *Yeni Gün* gazetesinin baskı makinesi Ankara'ya getirilerek, 1 Eylül 1921 tarihinde Ankara'da çıkmaya başlamıştır. Cumhuriyet'in ilanından sonra yeniden İstanbul'a dönen Yeni Gün, kısa bir süre sonra 7 Mayıs 1924 tarihinde yerini *Cumhuriyet*'e bırakmıştır (Topuz, 1973:129).²¹

1934, 1940, 1971, 1980 yıllarında gazete, en az on en çok doksan günlük süreyle olmak üzere geçici olarak kapanmıştır (Köktener, 2005:31-157).²² Sovyetler Birliğinin parçalanması, solda ideolojik boşluk göstermiş, gazeteyi basan şirketin iflas etmesiyle yeniden yapılanmaya giden gazete Yeni Gün Haber Ajansı Basın ve Yayıncılık A.Ş. adlı yeni şirket tarafından basılmaya başlanmıştır (Köktener, 2005:368). Bugün halen aynı yayıncılık tarafından yayınlanan gazete, sol basının en büyük gazetelerinden biri konumundadır.

²¹ İsim babalığını Atatürk'ün yaptığı gazete, tek parti döneminde iktidar yanlısı olması nedeniyle önemli yayın organlarından birisi olmuştur. Yunus Nadi Cumhuriyet'in çıkmasından bir yıl sonra, gazetenin Fransızca baskısını La République adıyla yayınlamıştır. Yunus Nadi'nin 1943 seçimlerinde CHP'den aday gösterilmemesiyle başlayan gerginlik, Demokrat Parti'nin kurulmasıyla birlikte Cumhuriyet'in tüm desteğinin DP'ye yönelmesine yol açmış olsa da, DP iktidar olduktan sonra (ezanın yeniden Arapça okunması hadisesiyle başlayan) gerginlikler yaşanmış, hatta 1950'nin sonlarına doğru DP ve Cumhuriyet arasındaki tüm köprüler atılmıştır (Köktener, 2005:16-83).

²² 1960 Darbesinde Cumhuriyet'in başyazarı Nadir Nadi, 27 Mayıs'a övgüler yağdırmış, 1971 Askeri muhtırasında da gazetede Nadir Nadi başyazarlıktan ayrılmış, kapatmalar, tutuklamalar ve reklam boykotu gelmişti. Ancak bu durum, İlhan Selçuk'un 12 Eylül'den sonra yeni kurulan Nihat Erim başbakanlığındaki teknokrat hükümeti eleştirmesinden kaynaklanmıştı ve 10 gün süreyle kapatılmıştı. İlhan Selçuk uzun süre yazı yazamamıştı. 1980 askeri darbesinde de Cumhuriyet yine darbe taraftarlığı yapmış, 28 Şubat'ı ise tabir-i caizse ayakta alkışlamıştı.

Ak Parti'nin 2002 yılında başa geldiğindeki medya gruplarının bir kısmı ekonomik çöküşe girmiş ve TMSF tarafından el konulmuştur. El değiştiren gazeteler ve televizyon kanalları kendi yayın politikalarını benimserken, hükümet de basın alanında AB'ye uyum çerçevesinde bir dizi düzenlemeler yapmıştır. Bu düzenlemelerin arasında basınla ilgili maddeler de bulunmaktadır. Öyle ki 1950'den beri yürürlükte olan ve pek çok maddesi değişmesine rağmen günün ihtiyaçlarını karşılamaktan uzak bulunan Basın Kanunu'nun yerine 9 Haziran 2004'te (5187 sayılı) Basın Kanunu kabul edilmiştir. AB sürecinde demokratik ve şeffaf yönetimin gereği olan eşitlik, tarafsızlık, açıklık ilkelerine uygun olarak kişilerin bilgi edinme hakkını kullanmalarına ilişkin Bilgi Edinme Hakkı Kanunu 9 Ekim 2003'te kabul edilmiştir (Demir, 2007:230). Yine 18 Aralık 2002'de geleneksel dil ve lehçelerde ulusal radyo ve televizyonlardan yayına imkân veren yönetmelik de basınla ilgili değişikliklere dâhil edilebilir. 25 Ocak 2004'te geleneksel dil ve lehçelerde ulusal radyo ve televizyonlardan yayına imkân veren yönetmelik Resmi Gazete'de yayımlanarak, yürürlüğe girmiş, 7 Haziran 2004 tarihinde, Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerdeki yayınların ilki, Boşnakça ile yapılmıştır. Radyo-1 ve TRT-3'teki yayınlar; pazartesi Boşnakça, salı Arapça, çarşamba Kirmanca, perşembe Çerkezce, cuma günleri de Zazaca olarak gerçekleştirilmiştir²³. 2009'da ise TRT'nin yeni kanalları "TRT Şeş", "TRT Türk" ve "TRT Müzik" yayın hayatına başlamıştı.

Ak Parti'nin iktidarlığının ilk döneminde, siyasetin Ak Parti iktidarıyla birlikte girdiği “yeni” dönemde, medyanın yayın politikalarında belirgin bir kayma yaratırken, medya endüstrisindeki sermaye yapısını değiştirdiği gibi, değişen sahiplik yapılarının kilit noktalardaki pek çok yönetici ve köşe yazarının da yer değiştirmesine neden olmuştur. Yer değiştirmelerin, Türkiye siyasetinin kaygan zemini ile olduğu ölçüde holding yapılarındaki iç çatışmalarla da derin bağlantıları vardır. Ancak Adaklı'ya göre, (2006:346-347; 2010:601) geçmiş dönemlerde medya-siyaset ilişkileri nasıl tezahür ettiyse Ak Parti döneminde de “yapısal” olarak pek fazla değişiklik olmamıştır. Ancak buraya kadar bütün bu anlattıklarımıza bakıldığında, İslamcı/Muhafazakâr basının ortaya çıktığı 1970'lerden itibaren

²³ <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/302193.asp> (Erişim: 04.04.2012)

1993'te radyo-televizyon tekelinin delinmesinden sonra, muhafazakâr kesim, yazılı basına, radyo ve televizyon yayınlarını da eklemiş ve Ak Parti'nin iktidara gelmesiyle birlikte, muhafazakâr medyanın önceki dönemlere göre Adaklı'nın da belirttiği gibi “yapısal” anlamda olmasa da “politik” anlamda güç kazandığı kabul gören görüşler arasındadır.

2000'ler Türkiye'sine baktığımızda medya-kültür endüstrisine damgasını vuran en önemli gelişme, 2005 sonrası hızlanan politik kutuplaşma ve tarafların daha çok “*medya silahı*” ile kuşanma eğilimlerinin olmasıdır (Sönmez, 2010:23). Bu bağlamda Ak Parti'nin iktidara geldiği 2002 yılından 2011 seçimlerine kadarki süreçte, medyada yer alan medya holdinglerinin, değişen sahiplik yapıları ve kontrol ilişkilerinin daha iyi kavranabilmesi açısından ekonomi-politik bir eksenle ele alınmaya çalışılmıştır. Ancak medyayı hükümet yanlısı ya da karşıtı olarak kategorize eden ve ideolojik olarak ayrıştıran olayların daha iyi anlaşılabilmesi için, Ak Parti'nin iktidara geldiği 2002'den 2011 seçimlerine kadarki süreçte Türkiye'de meydana gelen ve medyayı meşgul eden toplumsal ve siyasal süreçten 3. Bölümde “*3 Kasım 2002 Seçimlerinden 12 Haziran 2011 Seçimlerine Türkiye'de Siyasal ve Toplumsal Ortam*” başlığı altında bahsedilecektir.

İKİNCİ BÖLÜM

HABER, SÖYLEM VE İDEOLOJİ-MEDYA İLİŞKİSİ

Günümüzde “ideoloji” kavramı, gerek içerik gerek alımlama üzerine olsun medya ile ilgili çalışmalarda önemli kavramlardan biri haline gelmiştir. Bu durumda medyanın olayları yeni bir dille inşa etmesi ve medya organının egemen ideolojik bakış açısını yeniden inşa ederek kamuoyuna sunması etkilidir. Bir haberdeki bir olaya, medyaların farklı söylemleriyle farklı anlamlar yüklenebilmektedir.

Haber metninin söylemsel içeriği yalnızca metnin üretimi ya da sunumu aşamasında değil, algılanması aşamasında da bazı bozulmalara/değişikliklere (geleneksel değerler, eğitim düzeyi vs.) uğrayabilmektedir. Bu anlamda haber, anlam yükü bir “hikâyeden” yola çıkılarak oluşturulan, ancak içerdiği sözcüklerden daha

fazlasına göndermede bulunan bir “söylem” olarak var olduğu toplumsal ilişkiler bütünü içerisinde anlaşılabilir (Ergül, 2005:10).

Haberin oluşmasında gerek siyasal konjonktür açısından gerekse basın/medya'nın siyasetle/siyasilerle ilişkisi bakımından işteş bir ilişki vardır. Ancak haberin, toplumun bir ayna gibi yansıtan “nesnel, tarafsız ve dengeli” bir ürün olduğunu vurgulayan liberal paradigmaya karşı, eleştirel paradigma habere ilişkin daha anlamlı ve geçerli kuramsal bir bakış açısına sahiptir. Bu nedenle haberi ne yalnızca bir üretim malzemesi, ne de söylemler yoluyla sunulan bir enformasyon olarak değerlendirebiliriz. Ergül'ün de yukarıda bahsettiği gibi, bir hikâyeden yola çıkılarak oluşturulan haberin söyleminin izleyici tarafından toplumsal ilişkiler bağlamında nasıl alımlandığı da haberin bir bütün olarak değerlendirilmesindeki sacayaklarından birisini teşkil etmektedir.

Bu çalışmanın yoğunlaştığı temel alan “ideoloji” olduğu için, eleştirel yaklaşımın kendi içinde ele aldığı farklı ideolojik yaklaşımlar üzerinden bir değerlendirmeye gidilmeye çalışılacaktır. Bu çerçevede, çalışmanın anahtar kavramlarını oluşturan *Haber*, *Söylem* ve *İdeoloji* kavramlarına değinilecek ve bu bağlamda bu kavramlar '*Haber ve Söylem*' ve '*İdeoloji ve Medya İlişkisi*' başlıkları altında irdelenmeye çalışılacaktır.

1. HABER VE SÖYLEM

1.1. Haber Kavramı ve Haber'e Yönelik Farklı Yaklaşımlar

Haber kavramına değinmeden önce, kavramlar üstünde geliştirilen ve keskin sınırlar içerisinde formülize edilmiş tanımlar, kavram üzerine geliştirilen muhtemel diğer anlamlarını tek bir görüş açısına sabitleyebileceği sakıncasını belirtmek gerekmektedir. Bu bağlamda haber kavramını da tek bir tanımla ifade etmek, üzerinde çok çeşitli görüşlerin olduğu haber kavramı içeriğinin daralması sorununa yol açabilecektir.

Tokgöz'e göre insanoğlunun çevresinde ne olup bittiğini bilme, haber alma isteği, arzusu üzerinde pek çok kimse kafa yormasına karşın haber'in evrensel bir

haber tanımı bulunmamaktadır. Haber kavramına yönelik; “olan her şey haberdir”, “dün bilmediğimiz haberdir”, “insanların üzerinde konuştukları haberdir”, gibi tanımlar yaygın tanımlardır (2003:186). Bunun yanı sıra, 19. yüzyılda *Sun* gazetesi editörlerinden Charles Dana haberi “toplumun büyük kısmını ilgisini çeken ve onları etkileyen çıkarlar” olarak (McKane, 2006:1) tanımlarken, Harrison, “haberimizin günlük olaylar hakkında bilme ihtiyaçlarımızı yansıtır” (2006:1), şeklinde tanımlamaktadır.

Haber kavramının sınırlarının çizilmesi çabası, özellikle haber içeriği, haberin yapılandırılması, üretimi ve gerçekliğin sunumu gibi konular söz konusu olduğunda bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Pek çok araştırmacının konuyla ilgili çalışmalarında geliştirdikleri yaklaşımların bir bütün olarak haberi tanımlamaktan çok, kavramın belirli bir yönü üzerinde yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Sonuç olarak kavram üzerine “haber, habercilerin yaptıkları şeydir”, “habercilerin kullandıkları yöntemlerin bir sonucudur”, “haberciler tarafından üretilendir” ya da “haber olan şey değil, birilerinin olduğunu söylediği şeydir” gibi haberin üreticisini, üretim sürecini ya da gerçeklikle ilişkisini öne çıkaran, birbirine yakın ancak farklı anlamlar içeren –yukarıda da belirtildiği üzere- pek çok tanım geliştirilmiştir (Ergül, 2000:76).

Her ne kadar bu çalışma ideoloji eksenli olup, eleştirel görüş içerisinde bulunan Kültürel Çalışmaların yaklaşımlarından (özellikle Althusser ve Gramsci gibi kuramcılarının) görüşlerinden yola çıkılacak olsa da, yine eleştirel paradigma içerisinde olan ekonomi-politik yaklaşım da bugünkü medya ürünleri olan haberlerin sunumunda önemli bir faktördür. Bu anlamda kitle iletişim araçlarını ideolojik ve kültürel araçlar olarak gören *Eleştirel Yaklaşımın* yanı sıra bir bütünlük oluşturması açısından *Liberal Çoğulcu Yaklaşım*'a da kısaca değinilecektir.

Habere yönelik araştırmaların ortaya çıkışı, 20. yüzyılın ikinci çeyreğine rastladığını söylemek mümkündür. Walter Lippmann 1922 yılında yayınladığı “Public Opinion” adlı kitabında, haberle ilgili ilk teorik değerlendirmeleri yapmıştır. Lippmann’ın en önemli tespiti **haberinin gerçekle aynı şey olmadığı ve bu ikisinin açıkça ayırt edilmesi gerektiğine** dair vurgusudur (1945:358). Lippmann’dan sonra

haber üzerine yapılan çalışmalarda iki temel yönelim bulunmaktadır. Birinci yönelim **haber üretim sürecini**, ikincisi ise **haber metinlerini** incelemektedir. Haber üretim sürecini inceleyen çalışmaların önemli bir bölümü, liberal basın anlayışı çerçevesinde gerçekleşmiştir (Şeker, 2009:92). **Liberal Çoğulcu** olarak da adlandırılan bu liberal yaklaşım, haberi gerçekte eşdeğer tutmaktadır. Gazeteci ise bu gerçeğe ulaşma yetisine ve donanımına sahip olan profesyonellerdir. Basını dördüncü güç olarak görme eğiliminde olan Liberal çoğulcu yaklaşım, ifade ve basın özgürlüğü gibi kavramlarla dördüncü güç olma konumunu gerekçelendirmektedir (Poyraz, 2002:60). Liberal yaklaşımın hareket noktasını, haber değerlerini ve gazeteciliğin profesyonellik kodlarını içeren bir kavramlar seti oluşturmaktadır. Zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç ve insanın ilgisini çekme gibi temel haber değerlerine sahip olan olayların öyküleri, gerçeği yansıttığı düşünülen nesnel ve tarafsız profesyonellik pratikleri içinden özetlenir. Bu liberal anlayışta bile haberler, insanın gündelik yaşamını kavrarken edindiği ve geliştirdiği anlam çerçevelerinin oluşturucularındandır (Dursun, 2005:70).

Çoğulcu yaklaşım içerisindeki araştırmaların çıkış noktası, haberin ‘nesnel’ ve ‘tarafsız’ olabileceği iddiası ve bu tarz bir haberciliğin gerekliliğine duyulan inanç olmuştur. Çoğulcu yaklaşım içerisinde yer alan *fenomenolojist* yaklaşımçılar ise haber üretimiyle ilgili araştırmalarında haberi inşa edilmiş bir gerçeklik olarak ele almış ve bu gerçekliğin inşa sürecinde haber kaynaklarıyla ilişkilerin belirleyiciliğine vurgu yapmıştır (Şeker ve Şeker, 2011:517). Bu yaklaşım içerisinde, İnal’a göre (1994a:157-158), eleştirel bir yaklaşımla içerik çözümlemesini birleştirmeye çalışan birkaç çalışma sayılmazsa, haber metinleri üzerinde yapılan incelemeler, genelde medya haberlerindeki yanlılığı sergilemek amacıyla yapılmaktadır. Temel olarak gazetecinin “özerkliği” nosyonundan yola çıkan bu çalışmalar, haber üreten kişileri, özerkliklerini koruyabildiği sürece yansız haber yazabilen, nesnel davranabilen, tarafsız olabilen, yayın politikalarının ve örgütsel dinamiklerinin baskısına karşı direnebilen kişiler olarak görüp kavrama eğilimindedirler.

Haber’e yönelik yaklaşımlardan bir diğeri olan **Eleştirel Yaklaşım**, haber olgusunu ne özgür bir haber akışı, ne de önyargılı taraflı bir olgu olarak

değerlendirmektedir. Bu yaklaşıma göre haberde ‘gerçeklik’ yeniden üretilip kurgulanmaktadır (Poyraz, 2002:65). Bu nedenle eleştirel yaklaşımın liberal çoğulculara göre haberin ne olduğu ve habercilik yapmanın ne tür bir faaliyet olduğu noktasında farklı bir yaklaşımı söz konusudur. Eleştirel Yaklaşım, haberin gerçeği olduğu gibi yansıtan metinler olduğuna ve habercinin de sadece olay ve kamu arasındaki bir aracı olduğuna kuşkulu bakmaktadır. Eleştirel yaklaşımçılar, özellikle başlangıçta, medyanın kapitalist bir toplumda iş görmesinden ötürü, belirli sınıfsal çıkarları yansıtmaması nedeniyle “nesnel ve tarafsız haberciliğin de olamayacağını” vurgulamaktaydılar (Dursun, 2005:70). Bu bağlamda Kejanlıoğlu’nun da belirttiği gibi (1994:72), eleştirel yaklaşımçılar, iletişimi/medyayı (ya da haberi), genel sosyal teoriden, sosyal teoriyi de tarihsel ve siyasal bağlamından ayrı ele alamamakta, böylece toplumla ve toplum/insan bilimleriyle görece ilişkisi koparılmış “iletişimin/medyanın” bir disiplin olarak sorgulanmasını da gündeme getirmektedirler.

Gurevitch v.d. göre, medya tartışmalarının tarihindeki yanlış anlaşılmanın önemli bir kısmına dair yapıcı yaklaşımlar getirmişlerdir. Buna göre medya araştırmalarındaki temel teorik yönelim Marksist ve Liberal Çoğulcu yaklaşım yerine Marksizm içine yerleştirilen yapısalcı, ekonomi politik ve kültürel çalışmalar olmak üzere getirdikleri üç yaklaşımdır (1982:2-3). Bu ayırım gerek medyanın günü konusunda farklı görüşleri içermekte, gerekse bu görüşler arasındaki anlaşmazlık ve tartışma alanının tipini de tanımlamaktadır. Bu ayırımdan biri olan medyaya ilişkin *Yapısalcı* yorumlar, Saussure’ün *dilbiliminden*, Levi-Strauss’un *yapısalcı antropolojisine*, Barthes’ın *göstergebilimine* ve Lacan’ın *psikanalizine* kadar farklı çalışma alanlarının katkısıyla zenginleşirken, öncelikli ilgisi metin-ideoloji ilişkisi üzerine yoğunlaşmıştır. Bunu, psikanalizin iletişim çalışmalarına uyarlandığı ve metin-özne ilişkisinde yoğunlaştığı bir dönem izlemiştir. Genel olarak yapısalcı çalışmalar medyayı ideolojik bir güç olarak algılamışlardır (Dursun, 2001:20).

Eleştirel yaklaşımçı *Ekonomi-Politik*²⁴ görüş ise haberin üretim sürecini açıklayabilmek için haberi üreten kurumun ekonomik yapısına ve toplumda var olan kapitalist sınıfla ilişkilerine bakmak gerektiğini savunmuştur. Bu yaklaşım medya kuruluşlarının sahipliğinin egemen grupların elinde bulunmasından yola çıkarak ekonomi-politik yapının haber üretiminde belirleyiciliğini ortaya koymaya çalışmıştır. Marksist düşüncedeki “*maddi gücü yöneten sınıfların entelektüel gücü de yöneteceği, maddi üretim araçlarına sahip olanların zihinsel üretim araçlarını kontrol edebileceği ve dolayısıyla medya içeriğinin son kertede toplumdaki ekonomik ilişkiler tarafından belirleneceği*” şeklindeki görüş, ekonomi-politik yaklaşımın temel dayanak noktasını oluşturmaktadır (Şeker, 2009:93).

1970’li yıllardan itibaren iletişim ve medyanın ekonomi politliğini temel araştırma alanı olarak benimsemiş ve günümüze kadar gelen öncü çalışmalara imza atmış olan Golding ve Murdock²⁵, kitle iletişimin ekonomi politığının çıkış noktasını, kitle iletişimin ticari ve endüstriyel kuruluşların üretip dağıttıklarının bir meta olduğunu açıkça kabul ederler. Bu bağlamda, kapitalist ekonomik sistem içinde kapitalizmin gerektirdiği türden örgütlenmiş, ticari birer işletme olarak faaliyet gösteren medya kurumlarının gerçekleştirdiği üretim sonunda elde edilen ürünler (haber, TV programı, sinema filmi, vs.) kültürel değeri kadar ekonomik değeri de olan metalardır. Metaların sahip olduğu ekonomik değer, onların üretim biçimini ve üretim koşullarını da belirlemektedir (1973:205-207). Dolayısıyla medya

²⁴ Nicholas Garnham (1999:494), Ekonomi politığın köklerini -Adam Smith ve Adam Ferguson’un yazılarından hareketle-İskoç aydınlanmasına dayandırmaktadır. Garnham, Smith ve Ferguson’un, kapitalist üretim ilişkilerinin ilk etkilerine tanık oldukları için, geçim biçimleri üzerinden toplumların ayırt edilebileceğini tartıştıklarını belirtmiştir. Buna tartışmaya göre onlar, bir toplumun ve üyelerinin geçim biçimi görevleri olmaksızın hayatta kalamayacaklarını öne sürmüşlerdir ki onların geçim biçimleri -farklı üretim ilişkileri bakımından (feodal, kapitalist veya her ikisinin karışımı), veya kırsal, tarımsal ve endüstriyel üretim türlerinin hâkimiyet açısından olup olmadığı gibi- önemli yapısal özelliklere sahiptir.

²⁵ Golding ve Murdock, ekonomi politığı, ana akım ekonomi biliminden ayırmakta ve kendi içinde *Eleştirel Ekonomi Politik* ve *Liberal Ekonomi Politik* olarak ele almaktadırlar. Kendilerini Eleştirel kesimde gören Golding ve Murdock, Liberal Ekonomi Politikçilerden “onlar” diye bahsetmektedirler. Golding ve Murdock’a göre, *Eleştirel Ekonomi Politik*, ana akım ekonomiden *Bütüncü, Tarihsel, Kapitalist Teşebbüs ve Devlet Müdahalesi arasındaki ilişki ve Verimlilik* gibi teknik konuların ötesine giderek bu dört yönüyle farklılık gösterir. *Liberal Ekonomi Politikçiler* ise, pazardaki mübadele üzerine odaklanırlar. Çünkü onlara göre tüketiciler rakip ürünleri sundukları fayda ve doyum temelinde seçerler. Yani Pazar güçlerinin hareket serbestfisi ne kadar büyükse, tüketicinin seçme özgürlüğü de o kadar fazla olur.

kuruluşlarının ekonomik örgütlenme ve sahiplik yapısı, haber üretim sürecini etkileyen temel faktörlerden biridir ve mesaj üretim sürecini doğrudan etkilemektedir.

Herman ve Chomsky'nin de belirttiği gibi (1999, aktın, Şeker ve Şeker, 2011:519) haberi bir ürün (meta) olarak ele alan ekonomi politiği temel araştırma konusu haberin muhafazakâr ve sistemi sürdürücü yapısının incelenmesidir. Ekonomi-politik görüş, gazeteleri çıkaran editörleri ve gazetecileri kontrol altında tutan diktatör bir kapitalist sınıf bulunduğunu ve haberin bu yapı içinde üretildiğini savunmaktadır. Dolayısıyla haber metinlerinin değil, haber kuruluşlarının yapısının incelenmesi gerekmektedir. Yaklaşım, servet ve iktidar eşitsizliğinin haberlerin seçimindeki etkisine odaklanmış, muhalif görüşleri dışlayan, hükümet ve egemen çıkar çevrelerinin halka sınırsızca ulaşmasını sağlayan yapıyı incelemiştir.

Ekonomi-Politikçilerden ayrılan diğer bir Eleştirel yaklaşımçı olan **Kültürel Çalışmalar**²⁶, savaş sonrası İngiltere'nin, kültür, endüstri, demokrasi ve sınıf arasındaki ilişkilerini medya, popüler kültür ve edebi metinleri gibi problematik alanlarda açıklama çabasıyla ortaya çıkmıştır (Dursun, 2001:34). Kültürel Çalışmaların kurucularından biri olan Stuart Hall, ekonomi politik görüşün, sınıf ilişkileri ve ideolojinin sınıfsal kökeni modelini demode bulmakta ve ekonomi politiğin anlam için girilen mücadele konusunda bir kavrayışının olmaması nedeniyle eleştirmektedir (2002:122). Ayrıca ekonomi politiğin hegemonya'nın hala kitlelerin ideolojik anlamda bütünleştirilmesi için kullanılan bir sözcük olması ve bununla durağan edilgen bir tüketici modeli oluşturduğunu eleştiren Hall, kendi içinde Marksizm'e dair alternatif yorumlar getirmiştir.

Stuart Hall'un alternatif yaklaşımı -Kültürel Çalışmaların da yaklaşımı- habere ilişkin çözümlerinde Gramsci'nin hegemonya yaklaşımından etkilenecek

²⁶ Başlarda 1950'lerde şemalandırılan kültürel çalışmaların kurumsal tezahürü 1960'lardadır. Daha önceki kurucu hareketi orijinal metinler açısından, Hoggart'ın *'The Uses of Literacy'* (Okur-Yazarlığın Kullanımı-1957), Williams'ın *'Culture and Society'* (Kültür ve Toplum-1958) ile *'The Long Revolution'* (Uzun Devrim-1961), E.P.Thompson'nın daha tarihsel biçimde çalıştığı, *'The Making of the English Working Class'* (İngiliz İşçi Sınıfının Oluşumu-1963) adlı eserlerde önemli yer tutmuştur (Hall, 2005a:3).

egemen söylemin metinlerde nasıl kurulduğunu ve farklı egemen grupların egemenlik mücadelesini haber söyleminde nasıl sürdürdüğünü ortaya çıkarmaya çalışmıştır²⁷. Yaklaşımına mensup kuramcılar, egemenlerin hegemonyalarını kurma ve toplumsal rızayı üretme sürecinin medya metinleri ve ağırlıklı olarak haberde oluşturulan söylem ile gerçekleştirildiğini vurgulamaktadırlar (Şeker ve Şeker, 2011:517). Kültürel Çalışmalar yaklaşımıcıları, haberin de bir söylem olduğu ve toplumdaki güç/iktidar gruplarının söylemlerinden bağımsız olamayacağı üzerinde hemfikirdirler.

Kültürel çalışmaların, haber diline yönelik eleştirel bir kavrayış benimsemeleri, 1980'ler boyunca ekonomi politik üzerinde duran araştırmacıları da etkilemiş ve haber metinleri üzerine yapılan araştırmaların sayısı hızla artmıştır. Dilbilim kökenli araştırmacılar da eleştirel dilbilim, eleştirel söylem analizi olarak kullandıkları yaklaşımları ile metin içinde egemen söylemlerin hangi biçimlerde kurulduklarını açığa çıkarmaya yönelik çalışmalar yapmışlardır. 1970 sonrasında ivme kazanan eleştirel haber analizlerinin hepsinin kültürel çalışmalar yaklaşımı içinde ele almak doğru olmasa da, bu çalışmaların ortak özelliğinin “dil” sorununa gittikçe daha duyarlı bir yaklaşım arayışını yansıttıklarını söylemek mümkündür (İnal, 1994a:154).

Sonuç olarak İnal'ın da belirttiği gibi (1994a:157-158) gerek medyanın ekonomi politik üzerinde duran çalışmalar, gerekse kültürel yaklaşımı benimseyen araştırmalar, Marksist kuramın değişik vurgularından kaynaklansalar da, temelde haberi bir ideoloji olarak görme ve haberciliği resmi kaynaklarının söylemlerinin yeniden üretildiği bir uğraş alanı olarak kavrama eğilimindedirler. Bu yaklaşımla yapılan metin analizleri nitel içerik çözümlemeleri ve daha çok haberin söylemini yakalamaya çalışan metin çözümlemeleridir. Bu tür metin analizlerinin altında yatan temel kaygı haber içeriklerini hazırladıkları koşullar ve daha geniş anlamda

²⁷ Hall, “Cultural Studies and Its Theoretical Legacies” adlı makalesinde (1992), Gramsci'yi fazlasıyla önemseydiğini ve ondan kültürün niteliği, konjonktürel disiplin, tarihsel özgüllük ve en önemlisi hegemonya metaforunun üretimi hakkında pek çok şey öğrendiğini ifade etmektedir.

toplumun ekonomik ve siyasal yapısından izole etmeden, yani bağlamlarıyla ilişkilendirerek anlamak ve açıklamaktır.

1.2. Haberin İçeriğine Etki Eden Unsurlar

Basın kuruluşlarında editoryal kararların alındığı, enformasyonun farklı tekniklerle yoğun işleme tabi tutulduğu yazı işlerinin, günümüz gazetecilerince, bireye ve topluma ilişkin çağın imaj ve modellerinin üretildiği bir merkez haline dönüştürülmesi konusunda gazeteciler yoğun şekilde eleştirilmektedir. Haberde neyin nasıl verildiğiyle ilgili değerlendirmelerin gazeteciler arasında öze ve biçime ilişkin birtakım teamüller haline gelmesi ve bu teamüllerin özellikle öznel tutumlar içerdikleri düşüncesiyle tartışılmasına neden olmaktadır. Genellikle bu uygulamaların mesleki, hukuki ve toplumsal ilkeleri merkez alarak değil de gazetecilerin bireysel yetenekleri ve sezgilerince belirlendiği üzerinde durulmaktadır (Kılıç, 2005:132). Haberin içeriği üretim öncesi ve üretim süreciyle ilgili bir durumdur ve izleyiciye yönelik alılmama sürecini kapsamamaktadır. Yapılan çalışmalar, haber içerikleri üzerinde farklı nitelikte ve düzeydeki etmenlerin etkileri olduğunu göstermektedir.

Haber üretim sürecini analiz etmek için, pek çok model geliştirilmiştir. Bu modellerden biri Graber'e (Terkan, 2005:44) aittir. Graber; bu süreci; *ayna modeli*, *profesyonel model*, *örgütsel model* ve *politik model* olmak üzere dört model üzerinden açıklamaktadır. *Ayna modelinde*; haber gerçeğin bir yansıması olarak ele alınmakta ve doğruluk, nesnellik gibi kavramlar ön plana çıkarılmaktadır. Ancak bu model pek çok açıdan eleştirilmekte ve gerçekçi bulunmamaktadır. *Profesyonel modelde*; haber üretimi oldukça yetenekli profesyonellerin çabası olarak görülmekte ve bu modelde, izleyici zevkleri, ekonomik sebepler nedeniyle, en önemli etmen olarak ele alınmakta ve hangi haberlerin seçileceği ve hangilerinin göz ardı edileceği, bu kritere bağlı olarak şekillenmektedir. *Örgütsel model*; örgüt teorisine dayandırılmaktadır. Bu modelde; örgüt içi baskılar ön plana çıkmakta ve bu baskılardan, kişilerarası ilişkiler, medya örgütünün kendisi için önemli olarak gördüğü profesyonel normlar, kar-maliyet hesapları, yasal düzenlemeler vb. önem taşımaktadır. *Politik model* ise; haberin, habercilerin kişisel ideolojik eğilimleri

kadar, haber organizasyonun içinde bulunduğu siyasal çevrenin baskılarıyla oluştuğunu varsaymaktadır.

İnal'a göre ise; haber metinlerinin üretiminde etkili olan unsurları şu şekilde sıralanabilmektedir:

1. Haberin söylemi; gazeteciliğin günlük pratikleri içinde oluşmaktadır. Yani habercilik zamansal, mekânsal ve malî sınırlılıkları aşmaya yönelik bir iş olarak örgütlenmiştir.

2. Haberin söylemi; gazetecilerin profesyonel ideolojileri içinde oluşmaktadır. Daha açık bir ifadeyle, basının ticari bir işletmeye dönüşümü ve daha sonra oluşan yatay ve dikey tekelleşme olgusu ile birlikte gelişen gazetecilik normları, söylemi biçimlendirmektedir.

3. Haberin söylemi; haber metinlerinin üretildiği somut tarihsel koşullar ve üretim anı ile belirlenmektedir. Toplumsal formasyon içinde kesitsel olarak oluşan siyasal, ekonomik güç/iktidar ilişkileri metinlere yansımaktadır.

4. Haberin söylemi; medyanın ekonomi politikası içinde yapılanmaktadır. Yani kârlılık kaygısı, daha fazla kişiye yönelik içeriklerin hazırlanmasını gerektirmektedir ki bu da çeşitliliği sınırlarken benzeşmeye yol açan ve daha çok satan konuların seçilmesine neden olmaktadır (1996:95-96).

Haber üretim sürecinde haberin içeriğine etki eden faktörler üzerine geliştirilen kapsamlı çalışmalardan birisi de Shoemaker ve Reese'e aittir. Shoemaker ve Reese medya kitle iletişim araçlarındaki içeriğin etki teorileri üzerine yazdıkları, *Mediating the Message* adlı eserlerinde medya içeriklerini beş düzeyde değerlendirmektedirler (1996:60). Bu düzeyleri şematik olarak iç içe geçmiş halkalar şeklinde ele almakta ve halkanın en iç kısmından dışa doğru (sırasıyla); *bireysel düzey*, *medya rutinleri düzeyi*, *kurumsal düzey*, *medya dışı düzey* ve *ideolojik düzey* olarak sıralamaktadırlar.

a) Bireysel Düzey (Individual Level): İster gazete, ister dergi, ister televizyon kanalı olsun, medya içeriklerini etkileyen unsurların başında elbette orada çalışanlar gelir. Gazetede hangi haberlerin yayınlanacağına, televizyon kanalında hangi filmlerin ya da haberlerin sunulacağına karar

vermede ve bunları hazırlamada etkin görülen ilk isimler, çalışanlardır (Yüksel, 2010:210). Shoemaker ve Reese'in etki kaynağına göre medya içerikleri üzerindeki etkileri açıklayan ve birbiri içine geçmiş halkalar şeklinde tarif edilen hiyerarşik sıralamada, "bireysel düzey" en içteki halkayı oluşturmaktadır. Shoemaker ve Reese'e göre (1996:60-99), bir medya çalışanının; (a) *Mesleki geçmişi ve tecrübeleri*: cinsiyet, etnisite, cinsel yönelim, orta sınıf veya seçkin sınıf olup olmaması, eğitimleri vb. gibi özelliklere gönderme yapmaktadır. (b) *Mesleki Rolü ve Ahlakı*: Mesleki rol, ahlaki rol, gazetecilerin etik kodlarına (sorumluluk, basın özgürlüğü, haberde doğruluk ve objektiflik, tarafsızlık, karşılıklı güven vs) gönderme yapmaktadır. (c) *Kişisel Davranışları, Değerleri ve İnançları*: Kişisel politik davranışları (üstün ırkçılık sağlama/Ethnocentrism, özgecil demokrasi, sorumlu kapitalizm, küçük kasaba hayatı, bireycilik), dini yönelim ve (d) *Kurumdaki Gücü* de sonuncu olmak üzere bireysel düzey dört başlık (kendi içinde alt başlıklar) halinde açıklanmıştır.

b) Medya Rutinleri Düzeyi (Media Routines): Bu düzeye göre, "rutin" kavramıyla medya çalışanlarının işlerinde kullandıkları numune olarak yapılmış, tekdüzeleştirilmiş, tekrarlanmış pratik ve biçimlere, kısaca medya çalışmaları düzeninden kaynaklanan unsurlara göndermede bulunmaktadır. Zamana karşı yarıştan kaynaklanan kısıtlılık, yayındaki yer gereklilikleri, haber yazımının basamaklı yapısı, haber değerleri, tarafsızlık ve muhabirlerin resmi kaynaklara bağlılıkları haberin yazım kuralları gibi faktörler haberin içeriğini etkilemektedir. Shoemaker ve Reese medya rutinlerini *üretici, alıcı/izleyici* ve *tedarikçi/sağlayıcı* olmak üzere üç başlık altında kategorize etmişlerdir. Buna göre; (a) *Kitlesel Yönelim-Alıcı*: Haber değeri, savunma rutinleri, izleyici ilgisi ve hikâye yapısı, diğer düzeyler karşısında izleyici rutinlerini kapsamaktadır. (b) *Medya Kurumu-Üretici*: Eşik bekçiliği, rutinler ve kurum, haber değerinin gereksinimleri, diğer medyada rutin güven, gazete ve televizyonun farkını kapsamaktadır. (c) *Dış kaynaklar-Tedarikçi* ise rutin kanallar, resmi kaynaklar, uzmanlar,

manipülatif rutinler, bürokrasi kaynaklarına uymayı içermektedir (1996:60-99).

Shoemaker ve Reese'in *üretici* başlığı altında ele aldığı "eşik bekçiliği" kavramından aşağıda daha ayrıntılı olarak bahsedilecek olsa da Shoemaker ve Reese'in ifade ettiğine göre (1996:60-99); "kitle iletişimde karar vericilerin yaygın olarak başvurduğu eşik bekçiliği kavramı, (metaforik bir anlatımla) daha geniş sistemli bir kapıda görev ve hizmette bulunan bireyin, iç sesi ile dış dünya arasındaki köprüyü ifade eder. Bir eşik bekçisi, yayınlanabilecek pek çok mesajı eleyerek birkaç mesaja indirmek zorundadır".

c) Kurumsal Düzey (Organization Level): Kurum düzeyinde, kurumların nasıl yapılandığı, nasıl ayrıldıkları, içlerinde yetkinin nasıl uygulandığı ve medya içeriklerini yapan farklılıkların ne olduğuna dair sorulara cevap ararlar ve bu sorular kendi içinde başlıklandırmaktadırlar. Buna göre; (a) *Kurumsal Düzey*; kurumun makro düzeyi, kavramsal model olarak örgütlenme, kurumsal planını, (b) *Kurumlar ve Amaçları*, ekonomik amaçlarının üstünlüğü, ekonomik kısıtlamalar, ekonomik hükümler, ekonomik hüküm ve içerik olarak sigara/tütün meselesi, medyanın ekonomik mantığı, (c) *Kurumun Roller ve Yapısı*, medya kurumunun rolleri, yapısı, kurumsal bir süreç olarak haber yapımı, ağın özerkliğinin fiili mi yoksa hukuki mi olduğu, gazeteci ve yönetici olarak editör, kurumsal sinerji etkisi, politika ve sahiplik, kurumsal sahiplikteki değişiklikler, sahiplik ve içsel eğilim, birden çok medya sahipliği, bağımsız medya sahipliği zinciri, çapraz mülkiyet gibi yapısal faktörleri içermektedir. (d) *Kontrol- Gücün Uygulanması* ise haberde kontrol, haber odalarında sosyal kontrolü ifade etmektedir (1996:164-165).

Medya içeriklerini etkilemede kurumsal düzey, önemli bir etkiye sahiptir. Medya kurumları, yukarıda sayılan metotları yapının takip ettiği politikaları uygulamada kullanılır. Bu büyük medya kurumlarının ekonomik çıkarlarının birincil hedefidir. Özellikle haber kurumları, artan ekonomik baskılarla yüzleşirler ve bu baskılar gazetecilerin kararlarını etkilemede büyük role sahiptir.

d) Medya Dışı Düzey (Extramedia Level): Bu düzey, hiyerarşik sıralamada tüm düzeyleri kapsayan ideolojik düzeyin bir alt kısmında yer alır. Medya kurumlarını dışarıdan etkileyen çok çeşitli etkiler vardır. Kaynaklar, kendi çıkarlarına göre bilginin dağılımını teşvik edebilir veya kısıtlayabilirler. Shoemaker ve Reese (1996:166-211), medyaya gelen dış faktörleri; (a) *Kaynaklar*; Gazeteci-kaynak ilişkisi, kaynakların seçimi, çıkar grupları, halkla ilişkiler kampanyaları, diğer medya kurumları, (b) *Reklâmcılar ve Seyirciler*; Hedef kitle, reklâmcıların gücü, reklâm verenlerin oluşturduğu televizyon programları, (c) *Hükümet Kontrolleri*, hükümet politikası ve eylemleri, (d) *Piyasa/Pazar*; Rekabet (küresel rekabet de dâhil), piyasa özellikleri, toplum ilişkileri, kurumsal bağlantılar ve (e) *Teknoloji* başlıkları altında sınıflandırmışlardır.

Her ne kadar çıkar grupları medya içeriklerini etkilemede çaba sarf etseler de, onların bundaki başarısı karışıktır. Çıkar grupları görünüşte içeriği etkilemede, ekonomik misillemelerde bulunabilir. Bazı medya kurumları, ekonomik misilleme tehdidini engellemek için bile ürettikleri içeriği oto sansürleyebilirler. Bu durum, halkla ilişkiler uzmanlarının medya içeriklerini kontrol edebilme yollarından biridir.

e) İdeolojik Düzey (Ideological Level): Yukarıda sayılan diğer dört düzeyin üzerinde bir süzgeç ya da filtre işlevi gören bu beşinci düzeyde, ideolojik eğilimlerin etkisi vardır. Medya kuruluşlarının herhangi bir ideolojik görüşe yakınlığı ya da uzaklığı, diğer tüm unsurların üzerinde yer alan belirleyici bir niteliğe sahip bulunmaktadır. Tüm düzeylerde ideolojik eğilimlerin etkisi bir şekilde dikkati çekmekte ve belirleyici olmaktadır (Yüksel, 2010:211). Shoemaker ve Reese medya içeriği üzerinde, ideolojik düzeyin diğer tüm düzeyleri içine aldığını ve ideolojik düzeyin toplumdaki en yüksek iktidar odakları yararına çalıştığını belirtmektedirler (1996:214). Diğer düzeyleri de kapsayan *ideolojik düzey* (1996:212-232); Medyadaki ideolojik değerleri ile diğer düzeylerde ideolojik değerleri, medyada ve haberlerdeki çarpıklık, medya ve (ülke) sınırları, güç ve Marksist paradigma, ekonomi politik bakış (finansal kaynak tarafından ideolojideki çeşitlenmeler,

seçkin haber kaynak yapıları, propaganda modeli), kültürel çalışmaların bakışı-Hegemonya, paradigma ve hegemonya, paradigma ihlali (ayırışma değerleri, gazetecilik rutinlerini yeniden öne sürmek), paradigma, telafi ve hegemonya gibi başlıklar altında ele alınmıştır.

Shoemaker ve Reese (1996:215), ideolojik düzeyde toplumdaki güçlülere ve özellikle medya aracılığıyla iktidarın nasıl sürdürüldüğüne daha yakından bakmakta, fikirlerin çıkarlarla ve iktidarla bağlantıları olduğunu ve simgeler yaratma gücünün tarafsız bir güç olmadığını varsaymaktadırlar. Haberler yalnızca güçlüler hakkında değildir, dahası öyle yapılandırılırlar ki olaylar güçlülerin çıkarlarının bakış açısından yorumlanır. Medyadaki ideolojik düzeyin araştırılmasındaki amaç, medyanın toplumdaki güçlü çıkar gruplarının uzantıları olarak nasıl işlev gördüğünü ve egemen ideolojinin yeniden üretiminde ve denetim sisteminin sürdürülmesinde rutinlerin, değerlerin ve kurumsal yapıların nasıl bir araya geldiğini araştırmaktır.

Haber içeriklerine etki eden faktörler, her ne kadar Shoemaker ve Reese'in 1991'de ilk kez yayınlanan çalışmalarından önce Jarol Manheim tarafından 1987'de "*A Model of Agenda Dynamics*" adlı makalede yukarıda belirtilen beş aynı başlıkla yayınlansa da, arkadan yapılan çalışmalarda (Severin ve Tankard gibi) araştırmacılar Shoemaker ve Reese'in çalışmalarını referans almıştır. Ancak sonuçta haber içeriklerini etkileyen bu beş faktör, "mikro" düzeyde temsil edilen medya çalışanları ile "makro" düzeyde temsil edilen ideolojik etkiler arasında değişmektedir.

Yukarıda *medya rutinleri düzeyi*'nde ele alınan, enformasyonlar arasında seçim kararı verirken izleyicileri düşünmeyen, *eşik bekçiliği* (gatekeeper) konumu da haberin içeriğine etki eden unsurlardan birisidir. 1963'te B. Cohen tarafından ortaya atılan ve Shaw ve diğerleri (1973) tarafından geliştirilen, her medya aracının kendi önemine göre öncelik verdiği "*gündem belirleme/koyma*" ile "*eşik bekçileri/kapı tutucu*" kavramları yapılan görev bakımından aynı mantığa sahiptir.

Gündem Belirleme/Koyma: İnsanlar dünyada olup bitenleri anlamak için medyaya bağlıdır. Medya, meydana gelen bazı olaylara daha çok ilgi gösterirken, bazılarını ise daha az ilgi gösterebilmekte hatta onları görmezlikten gelebilmektedir.

Medyanın verdiği bilgiler sayesinde bilgilenen insanlar, medyanın olaylara verdikleri önem derecelerini kabul etmeye meyilli olmaktadır. İnsanlar, medyanın kurmuş olduğu gündem sayesinde olayların hangi önemde olduklarını öğrenmektedirler. İzleyiciler, okuyucular veya dinleyiciler medya sayesinde sadece kendilerini ve toplumu ilgilendiren konuların neler olduklarını öğrenmezler, aynı zamanda medyanın bu olaylara verdikleri önemden dolayı bir soruna veya konuya ne kadar önem vereceklerini de öğrenmektedirler. Toplumda kitle iletişim araçlarının daha çok önem verdiği konular, daha çok gündemde olacak, medyanın görmezden geldiği olaylar ise önemini kaybedecektir (Severin ve Tankard, 1994:386-400). Bu bağlamda *gündem kurma* kuramının temeli, medyanın haberleri sunuş biçimiyle vatandaşın üzerinde kafa yorduğu ve konuştuğu konuları belirlediği düşüncesine dayanmaktadır. Kısaca medya, insanların çoğunun ne hakkında konuşacağına ve izleyicilerin/okuyucuların gerçekleri ne olarak düşüneceğini, kuracağını gündemle etkilemektedir (Yaylagül, 2010:77).

Gündem belirleme üzerine ilk sistematik çalışmalar McCombs ve Shaw (1973) tarafından yapılmış ve o tarihten itibaren gündem belirleme modelini temel alarak, medyanın, özellikle kamu gündemi üzerindeki etkisini, çeşitli açılardan ortaya koymaya çalışan birçok çalışma yapılmıştır. Medya ve siyasal gündem üzerine yapılan çalışmalar her ne kadar kısıtlı ise de; bu bağlamda değerlendirilebilecek; siyasal seçimlerde ve siyasal adaylara yönelik imajların belirlenmesinde, medyanın etkisini ele alan çalışmalar da oldukça dikkat çekmektedir (Terkan, 2007:563). Gündem oluşturma sürecinde; bazı olayları aydınlatma, bazı olaylara dikkat çekme, bazı durumları çerçeveleyip özelleştirme, olaylar, durumlar ve kişiler arasında bağlantı kurma gibi yöntemler vardır (Cereci, 2001:18). Böylece medya, elindeki sınırsız olanakları kullanarak bütün yaşamı, yönetimi ve yöneticileri etkileyebilecek erke sahiptir.

Eşik Bekçiliği/Kapı Tutucu: Haber, üretim aşamasında kurumsal kararlar çerçevesinde değerlendirilmekte ve haberin seçiminde, oluşturulmak istenen dünyayı resmeden, duyurulan olaya ilişkin belli bilgi ve inancı yerleştirmek amacıyla üretim sürecine alınmaktadır. Böylece medya, devlete ve özel sektör etkinliklerine

hükmeden özel çıkarlara destek sağlama işlevini yerine getirmek için eşik bekçiliği adı verilen kavramla filtreleme sistemi ile propaganda yapmaktadır (Mora, 2008:14).

Eşik bekçiliği modeli, D. White tarafından geliştirilmiştir. White'a göre eşik bekçileri, haber üretim sürecinin ilk aşamasında karar alan insanlardır ve haberin sürekli ve demokratik bir şekilde aktığını ve bu akışın yayın ilkeleri doğrultusunda bekçinin seçme işlemiyle gerçekleştiğini belirtmektedir. Genelde haber editörleri olan ve haber kanalının eşiğinde yer alan bu bekçiler, eşiği aşacak ve kanal aracılığıyla izleyiciye ulaşacak olan kendilerine haber olmak üzere gelen olayların seçimini yapmaktadırlar. Öyle ki bu yaklaşım haber üretim sürecinde kapitalist toplumsal formasyonun belirleyiciliğini, reklam verenlerin etkisini, devletin haber kaynağı olmada, ekonomik kaynakların kullanımı dağılımı, vergi indirimi, kredi ve kağıt tahsisi ile kamusal ilanların dağılımındaki rolünü, aracı kuruluşların etkinliğini, medya kuruluşlarının mülkiyet ve örgütsel yapıları ile diğer endüstrilerle olan ilişkilerini ve profesyonel ideoloji ile haber üretiminin gündelik rutinleşmiş pratiklerini dikkate almamaktadır (Yaylagül, 2010:82). Eşik bekçilerinin seçme, şekillendirme, ortaya koyma, zamanlama, kısıtlama, vermeme ve tekrarlayıp tekrarlamama ile ilgili kararları enformasyon denetiminin önemli parçasını oluşturduğu gibi eşik bekçileri, enformasyonlar arasında seçim kararı verirken izleyicileri düşünmemektedirler (Erdoğan ve Alemdar, 2010:163).

Sonuç olarak, haberin içeriğini etkileyen unsurları ele alan araştırmacıların hepsinin çalışmalarını bir bütün olarak ele alıp baktığımızda, habere doğrudan ya da dolaylı, somut ya da soyut her türlü sansür ya da oto-sansürü görmemiz daha kolay olacaktır. Shoemaker ve Reese'in ortaya attığı makro ve mikro düzey arasında sıralanan beş faktörün yanı sıra, White tarafından öne sürülen eşik bekçiliği kavramı, Shaw ve arkadaşlarının geliştirdiği gündem belirleme/kurma gibi yaklaşımların yanı sıra diğer bölümde detaylı olarak bahsedilecek olan ve haberin içeriğine etkisinde söylem üzerine yoğunlaşan van Dijk gibi dil bilimcilerin çalışmalarını da görmezlikten gelemeyiz. Kısacası haberin içeriğine etki eden faktörleri ekonomik, politik, sosyolojik, hukuki, ahlaki ve ifadesel/söylemsel gibi "her yönü" ile ele alıp analiz etmek gerekmektedir.

1.3. Bir Kavram Olarak ‘Söylem’

Öncelikle *söylem* kavramını tanımlamak için, haber kavramını tanımlamadan önce belirttiğimiz ve bazı kavramlar üstünde geliştirilen ve belirli keskin sınırlar içinde formülize edilen tanımların, kavramın içeriğini sınırlandıracağına dair tespiti, söylem kavramı için de söylemek mümkündür. Söylem kavramının birbirinden farklı birçok tanımı yapıldığı gibi, başta dil ve metin olmak üzere, ideolojiden dine, politikadan hegemonyaya kadar pek çok kavramla ilişkilendirilmiştir.

Söylem çalışmaları üzerine yapılan araştırmalar, özellikle 1960’ların ortalarından beri hemen hemen bütün sosyal ve beşeri bilimlerin kesiştiği disiplin alanlarının ortak konusu olarak ortaya çıkmıştır. Başlangıçta dilbilimi, edebiyat ve antropolojide geliştirilmiş, daha sonra sosyoloji, psikoloji, iletişim araştırmaları ve diğer alanlara yayılmıştır (van Dijk, 1998a:198). Söylemin yukarıda belirtilen pek çok alanla ilişkilendirilmesi, diğer disiplin alanlarının ilgi konusuna girmesinden kaynaklandığını söylemek mümkündür.

Söylem kavramı, hiçbir temele dayanmayan ya da dayandırılmayan bir şeydir. Söylem, basit olarak kullanılan dil ve dil pratiğidir. Dil kullanımı, sadece dilbilimin geleneksel öğeleri ile sınırlı değildir. Söylem, sosyal, siyasal, kültürel, ekonomik alanlar gibi sosyal hayatın diğer yönleriyle de ilişkilidir (Sözen, 1999:20-21). Bu çerçevede söylem beyan tarzını ifade etmekte ve açıklama, anlatma gibi iki ayak üzerine kurulu bir ilişkiyi yansıtmaktadır. Salt bilgi aktarımı dışında kişinin kendi özelliklerini, kendisini oluşturan sosyal çevreyi, bunların bileşimi olan düşünce yapısını ve algı dünyasını da ele vermektedir (Aygül, 2010:98-99).

Barış Çoban’a göre söylem; tüm düşünsel üretim gücünün dayandığı temel alandır. Dil ve bilincin üretici birlikteliği bağlamında insanın bilinçli tüm etkinliklerinin bileşenlerinden bir tanesi de, bağlamsal dilsel bir pratik olan söylemdir. Söylem, kültürel, ideolojik alanlar dışında ekonomik, politik alanlarla da ilintili bir alandır ve tüm alanların kendilerini, anlamlandırdıkları, yeniden-anlamlandırdıkları, ifade ettikleri ve toplumsalla ilintilendikleri alandır. Söylem, dilsel bileşenlerin dışında tüm diğer ifade etme biçimlerini de kapsamaktadır ki, bunlar görsel, göstergesel, davranışsal vb. de olabilir. Hartley (2002:73), söylemin,

dilsel bir eylemde bulunma biçimi olup, sadece konuşan kişinin kullandığı ifadelerle sınırlandırılmadığını, konuşma sırasında iki (veya daha çok) kişi arasında sürüp giden karşılıklı iletişimi, dilbilimsel kural ve gelenekleri de kapsadığını söylese de Çoban'a göre, söylem, eylemden bağımsız bir pratik değildir, insan yaşamında tüm pratikler etkileşimsel olarak bir arada var olmaktadır. İnsani pratiklerin söylemsel ve eylemsel olanları değişik bağlamlarda kesişmektedir (2003:245). Böylece söylemler, herhangi bir şeyin temsili veya konuşma yolu şekliyle, sosyal olarak yapılanma özelliği gösterir ve onlar asla saf değildir.

1.3.1. Haberın Söylemi

Haber medyasında haberler oluşturulurken, genellikle haber kaynaklarının durum tanımlamalarına dayanmaktadır. İnal'a göre (1995:112), bu tarz bir haberciliğin nasıl gelişip yerleştiğini anlamak için öncelikle gazetecilerin günlük pratiklerine ve profesyonel ideolojilerine bakmak gerekmektedir (ki zaten daha önce Shoemaker ve Reese'in medya düzeylerinde bundan detaylı bir şekilde bahsedilmişti). Diğer yandan medyanın ekonomi politiği bize, üretim pratiklerindeki yapılanmayı içine yerleştirebilmemiz açısından geniş harita sunmakta ve çerçevelerin oluştuğu bağlamı bu sayılan unsurlar oluşturmaktadır. Bütün bunların kurulduğu yer ise *haberın dili ve söylemidir*.

Haberler kurgusal metinlerdir, bu nedenle haberlerin tüm kurgusal metinlerde olduğu gibi bir söylemi vardır. Bir yandan, haberın söyleminin içinde yer alan anlatımla olaylar/gerçekler kurup, canlandırılıp, insanlara aktarılmaktadır. Diğer yandan ise, haberlerin söylemi içinde egemen söylemler doğallaşmakta, egemen ideoloji yeniden kurulmaktadır (Tokgöz, 2003:185). “Haberın söylemi el altında bulunan söylemlerin bir ürünüdür” diyen van Dijk'a göre haberın kendine özgü bir söylemi vardır ve bu söylem, kaynak kişi ve kuruluşların söylemlerinden ayrı düşünülemez (İnal, 1995:116). Haber metinleri içerisinde belli egemen düşünceler, yaklaşımlar, anlatılar öne çıkarılmakta ve bunun sonucunda belli dünya görüşlerini taşıyan ideolojik ve kapalı bir metin ortaya konmaktadır. Çünkü haber metinleri,

haberlin söyleminin oluşmasında haber kaynağı, haberin üretildiği kurumun ve toplumun ekonomi politiği, haber profesyonelleri ve editoryal süreç, belirleyici bir rol oynamaktadır. Haber ve buna bağlı olarak söylem, belirli bir üretim sürecinin sonunda oluşmakta ve böylece üretim sürecini kontrol edenlerin de parçası olduğu egemen ideoloji üretilmektedir. Bu ideolojik unsurlar haber metninin düzenlenişi ile oluşmaktadırlar (Karaduman ve Batu, 2011:363). Haberlin söylemi, toplumsal iktidarın söylemini yeniden üretirken hangi kaynakların kullanılacağına, hangi aktörlerin kamuya sunulacağına, haberdeki başlıklarının seçimine, ne sayleneceğine ve özellikle de nasıl sayleneceğine karar verilerek oluşturulmaktadır (şeker, 2009:96). Dolayısıyla kurgulanmış gerçekler olan haber, söylem bağlamında, kurgusal olana gönderme yapmaktadır.

Haber söylemi üzerinden kitlelere ulaşan egemen söylem dil ile kurulduğundan metni oluşturan cümle yapıları ve cümleleri oluşturan sözcüklerin seçimi, söylemi çözümlmek için başvurulan temel yapılarıdır. Sözcükler haber söyleminde olayın aktörlerinin desteklenmesi ya da sorgulanması sonucunu doğuracak şekilde seşilebilir. Örneğin, “belirtti, ifade etti, açıkladı, vurguladı, altını çizdi” gibi haber fiilleri olayın aktörünün desteklendiğini hissettirirken; “iddia etti, öne sürdü, ortaya attı, savundu” gibi fiiller kaynağın görüşünün desteklenmediği, bu görüşlere ihtiyatla yaklaşılması gerektiği vurgusunu taşımaktadır. Seçilen sözcüklerin övgü veya yergi sözcükleri olması haberlin söylemini değiştirmektedir. Diğer yandan haber metinlerinde kullanılan pek çok sözcüğün ideolojik anlamları vardır. Kullanılan tanımlamalar veya sıfatlar birbirinden çok farklı ideolojik yaklaşımları ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra, haber söyleminde olayla ilgili sorumluluğun kime yüklendiği de önemli bir inceleme konusudur. Pek çok araştırma, egemen sınıfın olayın aktörü olduğu olumsuz eylemlerde cümle yapılarının *edilgen*, olumsuzluğun güçsüz kesimlere ait olması durumunda ise *etken* kurulduğunu ortaya koymuştur. Birinci durumda olumsuzluğun gizlenmesi, ikincisinde ise öne çıkarılması amaçlanmaktadır (İnal, 1996, aktrn, şeker, 2009:97). Yani “Biz” olarak görülenlerin olumsuzlukları önemsizleştirilmekte, “onlar” olarak görülenlerin olumsuzlukları etken cümle yapıları ile pekiştirilmektedir.

Haber araştırmalarında, yukarıda da belirtildiği gibi, egemen söylemlerin haberlerde ve tüm medya metinlerinde yeniden kurulduğu yaygın olarak kabul görmektedir. Özellikle Gramsci'den etkilenen kuramcılar, egemenlerin hegemonyalarını kurma ve toplumsal rızayı üretme sürecinin medya metinleri ve ağırlıklı olarak haberde oluşturulan söylem ile gerçekteğini belirtmektedirler. Toplumdaki siyasal, ekonomik, askeri ve sembolik seçkinlerin söylemi, haberin söylemine yansımaktadır (Şeker, 2009:95). Haber dilinde endüstriyel bir yapı içerisinde egemen olan belli kodlar ve profesyonel değerler kullanılmakta, bu kodlar kullanılarak haber metinleri aracılığıyla egemen bir söylem biçimi geliştirilmektedir. Haberlerin en önemli dilsel özelliği haber metinlerinin ister yazılı ister görsel-işitsel medya olsun gündelik yaşamda insanların kullandığı dili kullanmasıdır. Ancak bu gündelik dil, haber metinlerinin üretilmesi sürecinde farklı dilsel kullanım biçimlerine dönüştürölmektedir (İnal, 1994b:155-157).

Van Dijk'a göre, dünyada cereyan eden olayların çoğu hakkında bilgi edinimi ve kanaat oluşumu büyük ölçüde, milyonlarca kimsenin paylaştığı basın ve televizyondaki haber söylemine dayanmaktadır. Bu bakımdan haber söyleminin güç potansiyeli devasa olup, haber raporlarının şemalarının, başlıklarının ve üslubunun yakından incelenmesinin siyasal, ekonomik, toplumsal ve kültürel iktidarın uygulanışını destekleyen ideolojilerin iletişimini ve edinimini anlamak açısından büyük önemi vardır. Bu bağlamda haber üretiminin kaynaklarla bağlantının, mülakatların, sunumların, alıntılarının, başat konu başlıklarının, yapılan çağrışımların, rapor etme üslubunun bu ve diğer birçok boyutu, toplumsal ve ideolojik konuları ustalıkla bir şekilde içinde taşımaktadır (2005:353-358). Haber için geçerli olan bu noktalar, reklam gibi diğer medya söylemleri için de geçerlidir.

Haber söylemi üzerine buraya kadar yazılanlara genel olarak bakıldığında, haberin söyleminde egemen ideolojinin yeniden kurulduğunu, toplumsal ve ideolojik konuları ustalıkla bir şekilde haberin içinde barındığı, kısacası haber söyleminin "ideoloji" kavramıyla birlikte kullanıldığı dikkat çekmektedir. Egemen ideolojinin haber metinlerine yerleştirilmesinin bir ucunda, toplumun veya kurumun (ekonomi)-politik görüşü yer almaktadır ve bu, politik söylemlerle yapılmaktadır. Bu nedenle - her ne kadar bir sonraki bölümde ideoloji kavramı ve bu kavrama yönelik farklı

yaklaşımlar ele alınacak olsa da- haberin söylemini tamamlayan *İdeolojik Söylem* ve *Politik Söylem*'e değinmemek, haberin söylemini eksik bırakacaktır.

İdeolojik Söylem; Söylem, bildirişimdeki dil kullanımı, ideoloji de düşünce ve inanç düzeni olarak tanımlandığında; söylem içinde ideolojiyi barındırmaktadır ve ideoloji söylem oluşumundaki çerçeve olarak görülebilmektedir. Her söylemde yaşamı değerlendirme düzeni olarak ideoloji, içeriğin oluşumunu belirleyen anlamlandırmaya yön veren bir tür güç, güdü gibi alt yapıda var olan oluşumun nedenidir ve dolayısıyla her söylem, ideoloji taşımaktadır (İlgin, 2003:285-298). Sözen'e göre (1997:153), söylemler pratik hayatta, çoğu zaman ideoloji yerine kullanılmaktadır.²⁸ Özellikle 1980'li yılların ortalarından itibaren medya konusunda yapılan çalışmalarda ideoloji, söylemi tamamlayan bir kavram olarak kullanılmaktadır.

İdeoloji genel anlamda düşünceyi inceleyen bilim; toplumsal bağlamda ise, bir düşünce dizgesi ve toplumu yönlendirmeye yönelik bir dizgedir. "İdeoloji için temsil, söylem, simgeleştirme, düşünme, düşünce gibi kavramlar önemlidir" (Tremblay,1990:81, aktm, Yıldız ve Günay, 2011:160). İdeolojide, var olan bir durumun dil yoluyla yeniden oluşturulması söz konusudur. Bu açıdan her şey dilde göstergeler yardımıyla, simgeleştirilerek yeniden oluşturulmakta ve sunulmaktadır. Dilin bireysel kullanımı olan söylem, ideolojinin aktarım aracıdır ya da araçlarından birisidir. Bir yanda toplumsal bilgi birikimi olan ve değer bilimin konusunu oluşturan durağan biçimdeki düşünce, diğer yanda ise ideolojik söylemi oluşturan kişinin var olanın dışındaki düşünme biçimi bulunmaktadır. Düşünme devinim halindeki düşünceyi belirtmektedir. Toplumu yönlendirmek için de doğal olarak bazı ikna edici stratejiler, yönlendirme durumları ve kanıtlama biçimleri olmak zorundadır. Bu nedenle her ideoloji tutarlı ve açık olan bir değerler dizgesini varsaymakta ve bu

²⁸ İdeoloji ve söylem kavramlarının birlikte kullanılıp kullanılmayacağına dair farklı yaklaşımlar vardır. Bu iki kavramın birlikte kullanılmayacağını ve epistemolojik kökenleri itibariyle birbirlerini dışladıklarının söyleyen post yapısalcı ve post modernistlerin başında Foucault ve Derrida ve post Marksist Laclau ve Mouffe gelmektedir. İdeoloji kavramının yeniden tanımlanması koşuluyla, söylem kavramının açılımında zorunlu olarak kullanılması gereğine inananlar ise post yapısalcı yaklaşım içinde tanınmakla birlikte, Marksizm'in eleştirel geleneğine sahip çıkarak, eleştirel bir söylem çözümlemesi modeli geliştirmek isteyenlerdir. Eleştirel söylem çözümlemesi olarak adlandırılan bu yaklaşım, söylem kavramının modern toplumların iktidar ve tahakküme dayalı süreçlerini çözümlemede tek başına yetersiz kalacağını iddia etmektedir (Üşür, 1997:104-107).

değerler dizgesinin, etkilenmek istenen toplum tarafından içselleştirilmesi istenmektedir. Bu süreçte (Marksist bir ifadeyle), yanlış bilinçlenme biçiminde bir uygulama söz konusudur. Yanlış bilinçlenme, bir kanıtlama stratejisidir. Kişi doğru bilgilerden yola çıkarak (her ideolojide aynı türden yöntem ya da strateji olmamakla birlikte) kendi amaçlarına uygun bir strateji geliştirmekte, böylece bir kişi ya da toplum belli bir şekilde düşünmeye, önerilen ideolojiyi benimsemeye yönelmektedir (Yıldız ve Günay, 2011:160).

Van Dijk bu bağlamda kişinin kendi amaçlarına uygun olarak geliştirdiği strateji üzerinde durmaktadır. Van Dijk'a göre (2000:43-44) aslında birçok ideolojik söylemin temel stratejisi 'bizim hakkımızdaki pozitif şeyleri, ötekiler hakkındaki negatif şeyleri söylemek' esasına dayanmaktadır. Kendimizi pozitif, ötekileri/diğerlerini negatif gösterdiğimiz bu bakış açısı, hem karşıt gruplarla ilişki biçimlerimiz veya çatışan grupların çok genel bir özelliğidir, hem de kendimiz ve diğerleri hakkında bizim konuşma şeklimizi tanımlamaktadır.²⁹ Bu bakış açısı aynı şekilde zıt anlamda uyarlırsak, 'bizim hakkımızdaki olumsuz şeyleri ve onlar/ötekiler hakkındaki pozitif şeyleri söylememe' şeklinde olmaktadır (2000:43-44).

Medya toplumu yönlendirmek ve ikna etmek için, belirli bir ideolojik çerçevede, kişisel veya kurumsal çıkarlar doğrultusunda bazı haberleri eksik ya da yanlış yayınlama veya çarpıtma vb. gibi bazı stratejiler geliştirmiştir. Böylelikle ideolojik söylemler vasıtasıyla, verilmek istenen mesajın, toplum tarafından içselleştirilmesi istenmekte ve kişi ya da toplumun belli bir şekilde düşünmesi ve önerilen ideolojiyi benimsemesi sağlanmaktadır.

Politik/Siyasal Söylem: John Wilson'a göre, *politik söylem* terimi, en az iki olasılığa gönderme yapmaktadır. İlki, kendisi politik olan bir söylem; ikincisi ise

²⁹ Van Dijk, bu bağlamda şöyle bir örnek vermektedir: van Dijk'a göre, birisine "özgürlük savaşçısı", "isyancı" veya "terörist" deyin demememiz böyle bir insan hakkındaki düşüncemize bağlı olan sözlüksel seçimimizle alakalıdır ve böyle bir düşünce de ideolojik konumumuza ve o kişinin ait olduğu grup hakkındaki tutumlarımıza bağlıdır (2000:42).

yalnızca söylem tipi örneği olarak, politik içeriğe veya politik bağlama açık bir şekilde gönderme yapmayan bir politik söylem çözümlemesi (2003:131).

Van Dijk ise; politik söylemin genellikle aktörler, yazarlar ya da politikacılar tarafından tanımlandığını belirtmektedir. Van Dijk'a göre, politik söylem çalışmalarının büyük bir çoğunluğu, yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde siyasi partiler, meclis veya başbakan, bakan ve hükümetin diğer üyeleri gibi siyasal kurumların veya profesyonel politikacıların konuşmaları ve açıklamaları hakkındadır. Oysa politik arenada sadece resmi veya profesyonel siyaset ve siyasetçi yer almaz, aynı zamanda bu politik eylem ve politik süreç, birer seçmen olarak vatandaşları, baskı grupları, muhalif grupları vb gibi insanları içermektedir. Bütün bu bireyler ve grupların yanı sıra kurum ve kuruluşlar da politik süreçte yer alabilir ve onların pek çoğu aktif bir şekilde politik söylemde yer alabilirler (1997:12-13). Politik söylem, özellikle parti programlarının konuşma veya metinlerin kolektif biçimlerinde, diğer inanç ve grup ideolojilerini ifade edebilir. Ancak politik söylemin birçok biçimi bireysel konuşmacılar tarafından ve politik söylemin daha özel özelliklerinin altında grup inançlarını "kişiselleştirme" yoluyla üretilmektedir (van Dijk, 2002:17).

Politik söylemlerin oluşmasında ve yaygınlaşmasında en önemli araç medyadır ve medyanın söylemleri yansıtma şekli nesnelliğini sürekli tartışılır konuma getirmektedir. Bu süreçte söylemlerin siyasal erkin, egemen güçlerin veya siyaset-ticaret bağlantılarının etkisi ile şekillendiği bilinmektedir. Ancak temel sorun; söylemlerin medyanın yansıtması gerektiği şekli ile değil de siyasal erkin³⁰ istediği şekilde oluşmasına aracılık yapmasıdır. (Yağbasan, 2007:627).

³⁰ Taner Kışlalı'ya göre; Siyasal erkin yaşadığı ve yaşattığı sorunların hatırlatılmasında ve gündeme taşınmasında temel aracın medya olduğu söylenebilir. Ancak bağımsız medyanın, tutumların değişmesine yönelik bir uğraş içerisinde olması yadırganabilecek bir durum olarak değerlendirilebilir. Zira medyanın asli görevi bilgilendirme ve haber vermedir. Tutumların değişmesine yönelik bir eğilim içerisinde olmak ancak reklam veya propaganda kavramı ile ilişkilendirilebilir ki, bu işlevi siyasal ve ideolojik çevrelerin kullandıkları kitle iletişim araçlarında sıkça görmek mümkündür. Bu bağlamda demokratik olsun olmasın, bir rejimde etkili olmak isteyen siyasal güçler açısından, kitle iletişim araçları her zaman büyük önem taşımaktadır (Yağbasan, 2007).

Bu araştırmanın kapsamını oluşturan ve demokrasinin temel argümanlarından biri olan seçim süreçlerinde de toplumun siyasal söylemlerden haberdar edilmesi görevini üstelenen medyadır. Ancak buradaki temel sorun aynıdır; söylemlerin medyanın yansıtması gerektiği şekli ile değil, siyasal erkin veya siyasal partilerin istediği şekilde oluşmasıdır. Toplumun ve medyanın içinde bulunduğu koşulların yanı sıra, medyayı kontrolleri altında bulduran hâkim güçlerin durum ve tutumları da bunda etkili olabilmektedir. Özellikle, kitle iletişim araçlarının kontrolünün belli merkezlerde ya da sınırlı sayıdaki güç odaklarının elinde toplanması, kitle iletişim araçlarının ve çıktılarının da söz konusu merkezlerce kontrol edilmesi gerçeğini beraberinde getirmektedir. Bu durum sonuçta medya erkinin belli güç odaklarının elinde yoğunlaşması sonucunu doğurabilmektedir. Bu aktarımlar doğrultusunda; seçim sürecinde oluşturulan siyasal söylemleri kültürel bağlamda şifrelenmiş olan göndermelerde aramanın mümkün olabileceği beklenebilir (Yağbasan, 2007).

Söylemi dil ve dil pratiği, haberlerin söylemini de insanların kullandığı günlük dil pratikleri olarak tanımlarsak, haber söylemlerinin bu gündelik pratikleri içermenin yanı sıra ideolojik ve politik bir söylemi de içerdiğini de belirtmemiz gerekmektedir. Bu bağlamda siyaset, söylemlerini kendi ideolojisine göre oluştururken, haber merkezleri, ya da daha genel bir ifadeyle medya, bu ideolojik ve politik söylemleri şifrelenmiş kodlar yolu ile hedef kitlesine aktarmaktadır.

1.3.2. Söylem Analizi ve Eleştirel Söylem Analizi

Çalışmanın metodolojik kısmında detaylı bir şekilde belirtilecek olsa da, çalışma kapsamına dâhil edilen haberler, haberi makro ve mikro yapılar içinde ele alıp inceleyen van Dijk'in geliştirdiği *eleştirel söylem analizi* metodu ile analiz edilecektir. Bu bağlamda söylem analizinin hem eski hem yeni bir bilim dalı olduğunu belirten ve geçmişini 2000 yıl³¹ öncesine kadar götürebilen van Dijk'in

³¹ En büyük tarihsel kaynak, güzel konuşma sanatı olan klasik retoriktir. Ancak retorik, orta çağlarda 17 ve 18. yüzyıldan sonra akademik araştırmalardaki eski önemini kaybetmiştir. Ancak 19. yüzyılın başında tarihsel ve karşılaştırmalı dilbilimin ortaya çıkması ve 20. yüzyılda yapısalcı dilbilimcilerin doğuşuyla retorik, insanlığın ilk disiplin alanı olarak eski önemini ortaya koymuştur. Bağımsız akademik bir disiplin alanı olarak retoriğin yükselişine paralel olarak, sosyal ve beşeri bilimlerin bazı alanlarında yeni gelişmelerle, söylem analizi nihai yerini almış (Van Dijk, 1985:1-2), 1960'larda retorik, yeni retorik olarak yeniden tanımlanmış ve yapısal söylem analizinin gelişmesinde önemli rol oynamıştır (Van Dijk, 1988:18).

eleştirel söylem analizinden önce, eleştirel yaklaşımçıların içinden çıktığı söylem analizinden kısaca bahsedilecektir.

İngilizcede *söylem çözümlemesi* başlığını taşıyan ilkyazı 1952’de Zellig Haris tarafından yazılmış olsa da,³² bu çalışmanın bütünüyle yapısal yönelimli olması, söylemi öteki yapı birimleri (sözcük, tümce, söz öbeği, vb.) gibi, ama cümle ötesinde bir birim gibi ele alması, çoğu araştırmacıya çekici gelmemiştir. 1960’ların başlarında Barthes, Greimas, Bremond gibi Fransız dilbilimci ve göstergebilimciler, söylem çalışmalarının özellikle yazın incelemelerinde katkıları olmuştur (Kocaman, 2003:2). Fakat söylemin bilhassa yapısal boyutuna yönelik ilk çalışmalar yine 1960’lı yılların başlarında Avrupa’da geliştirilmeye başlanmıştır.

Söylem analizi, dil bilimi, edebiyat, antropoloji, semiyotik, sosyoloji, psikoloji ve konuşma iletişimi gibi sosyal bilimler dalından, aynı ilkeler ve hedeflerle birlikte yöntem benzerlikleri dikkat çeken disiplinler arası yeni bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmıştır (Van Dijk, 1988:17). Söylem çözümlemesinde bu yeni disiplin alanları yeni açılımlar getirmekle birlikte, bazı sınırlılıkları da içinde taşımaktaydı. Anlamın ve yorumun nasıl ortaya çıktığı sorunu söylem çözümlemelerine yöneltilen eleştirilerin, daha kapsayıcı bir anlamlandırma açıklamasını geliştirerek *anlambilimin*, anlamın değişkenliğinden çıkarak da *yorum kuramının* gelişimini sağlamıştır. Konuşmanın yerine yazılı metinlerin öne çıktığı ve *yorumsama yöntemi* olarak adlandırılan yöntem, özellikle P. Ricoeur ve H. Gadamer’in önemli katkılarıyla geliştirirken, Derrida’nın *yapıbozum* yöntemi, söylemde aykırı ve dışlanmış öğelerin izini yakalamayı önererek ilginç bir açılım sağlamıştır (Üşür, 1997:92).

Söylem çözümlemelerinin diğer bir sınırlılık alanı olan dilsel olmayan öğelerin çözümlemeye nasıl katılacağı sorunu ise daha çok Marksist gelenekten esinlenen bir söylem çözümlemesi alanının gelişimine ve bunun ideoloji çözümlemeleri ile

³² Her ne kadar Harris 1952’de yazmış olsa da, van Dijk’a göre Rus Biçimciler (Russian Formalisim)’in, insanbilimcilerin, yazınbilim ve dilbilimi birleştiren dil çalışmalarının öncüleri olduğu söylenebilir. Vladimir Propp’un 1928’de yayınlanan *Orphology of the Folktale (Masalın biçimbilimi)*, pek çok dilbilimci tarafından yapısalcılığın söylem çözümlemesinde kullanılışının ilk ve en yetkin örneklerinden biri olarak nitelenmektedir.

bağlantı kurmasına yol açmıştır. Bu gelişim içinde ideoloji kavramının, *göstergebilim* (semioloji) ve *anlambilimin* (semantik) ışığında yeniden tanımlanması ve söylem çözümlemesine entegre edilmesi, söylem, ideoloji ve iktidar kavramlarının yeniden ilişkilendirilmesini olanaklı hale getirmiştir (Üşür, 1997:92). Bu çalışmaların başlıca örnekleri arasında, Raymond Williams'ın '*kültür çalışmaları*', Stuart Hall'ün '*medya çalışmaları*' ve Teun van Dijk'in '*eleştirel söylem çözümlemeleri*' gösterilebilir.

İnal'ın da belirttiği gibi haber metinleri üzerine yapılan çalışmalar iki kuramsal yaklaşım etrafında şekillenmiş; bunlardan birisini profesyonel gazetecilik ideolojisi içinde var olan temel ilkeleri sorgulamaksızın, haberi, bu ilkeleri kriter olarak "içerik çözümlemesi" yoluyla inceleyen çalışmalardır. İçerik çözümlemesi tekniğiyle basın kuruluşlarının 'siyasal' tarafgirliğini kasteden, haber metinlerindeki "yanlılık" sergilenmeye çalışılmıştır. İçerik çözümlemesinin amacı bu taraflılığı sergileyip gazetecileri "nesnel" haber yazmaya davet etmek ve böylece liberal çoğulcu demokrasilerde basına atfedilen konumu pekiştirmektir (1995:112)³³. Batı toplumlarında liberal basının gelişimi hakkında ileri sürülmüş ve genellikle kabul edilmiş bulunan "haberlin tarafsızlığı ve dengeliliği" savını eleştiren ve eleştirirken de yadsıyan van Dijk, haber söylemini incelerken söylem analizi yöntemini kullanmıştır (Keskin, 2004:391).

Söylem üzerine yoğunlaşan dilbilimciler çalışmalarında, güç, hegemonya, sınıf, tür, etnik ayrımcılık, çıkar, yeniden inşa, kurumlar, sosyal yapı ve sosyal düzen gibi konulara odaklanarak *eleştirel söylem* çözümlemesini geliştirmeye çalışmışlardır (Devran, 2010:61). Van Dijk'a³⁴ göre Eleştirel Söylem Analizi (ESA), öncelikle

³³ Haberde yanlılığı 'siyasal' taraflılıktan farklı olarak daha genel ve bütünsel ele alıp "yapısal yanlılık sorunu" üzerinde duran Kültürel Çalışmalar, yapısal yanlılık üzerinde duran araştırmaların gelişiminde itici bir rol oynamış, 1980'lerden sonra Fowler, Fairmanclough ve van Dijk gibi dilbilim kökenli araştırmacılar bu araştırmalara katkıda bulunmuşlardır (İnal, 1995:112-113).

³⁴ Van Dijk, söylem çalışmalarında adından en fazla sözü edilen araştırmacılarından biridir. Söylem çözümlemesi yaklaşımını 1980'lerde yazılı haber metinlerine uygulamıştır. *News Analysis* (1988) genel söylem kuramını, ulusal ve uluslar arası düzeylerde özgün haber metinlerine uyguladığı ilk kitabıdır (Ülkü, 2004:373-374).

söylemin bizzat kendisinden kaynaklanan ya da sonuçlanan eşitsizlik, haksızlık ve iktidarın kötüye kullanılmasının söylemsel boyutlarıyla ilgilenmektedir (1993:252). Eleştirel söylem çözümlemesinin öncülerinden olan FairClough ve Graham'a göre ise (2003a:188), sosyo-ekonomik sistemlerin baskınlık, sömürü ve insan-dışlaştırma üzerine kurulduğunu ve bu sistemler içindeki çelişkilerin nasıl bunları ilerlemeci ve özgürlükçü doğrultuda dönüştürme potansiyelini oluşturduğunu gösteren, eleştirel toplumsal bilimlerle aynı alanı paylaşmaktadır.

Eleştirel söylem bilimciler, eşitsizliğin ve egemenliğin yeniden üretiminde söylemin yaşamsal rolüne inmeye çalışmaktadır. Kendini olumlu, diğerlerini olumsuz sunarak kurulan egemenlik ve egemenliğin söylemsel yeniden üretimi, eleştirel çözümlemenin temel nesnesi olmakla birlikte hem 'üretim' hem de 'algılama' boyutunu içermekte ve egemen söylemlerdeki, rıza ve egemenliğin meşrulaşmasını ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu bağlamda göçmenler, mülteciler vs. ırkçılığa, kadınlar erkek egemenliğine, cinsel baskı veya şiddete uğruyorlarsa, bu durum ortaya konmalıdır (van Dijk, 1993:253-275). Tüm bu bahsedilenleri "*Eleştirel Söylem Analizinin Amaçları*" (Aims of Critical Discourse Analysis) adlı makalesinde Van Dijk, eleştirel söylem analizinin teorileri, yöntemleri, amaçları, uygulamaları ve özel prensiplerinin kesin sınırlamalarını belirtmenin zor olduğunu ve bazı kriterlerle tanımlandığını aşağıdaki maddeler halinde özetlemiştir. Buna göre;

1) ESA, cinsiyetçilik, ırkçılık, kolonyalizm ve sosyal eşitsizliğin diğer biçimleri vb gibi sosyal problemlerin etkili bir şekilde herhangi bir teorik ve metodolojik yaklaşıma uygun çalışmaktadır.

2) ESA, söylem analizinin bir alt disiplin alanı veya ekol olarak tanımlanamaz, aksine metin ve konuşmaların açıkça inceleyip eleştirir.

3) Sosyal problemleri incelemek için birden çok disiplinli veya disiplinler arası çalışır ve özellikle toplum ve söylem arasındaki ilişkilere (siyaset, kültür ve sosyal biliş dâhil) odaklanır.

4) Tarihsel ve sistematik olarak eleştirel söylem analizi, sosyoloji, psikoloji, kitle iletişim araştırmaları, hukuk, edebiyat ve siyaset bilimi gibi sosyal ve beşeri bilimlerin eleştirel çalışmalarının geniş görüngeli bir parçasıdır.

5) Eleştirel söylem analizi, söylemin boyutu ve gramer, stil, retorik, şematik, organizasyon, konuşma hareketleri, öğretici stratejiler gibi söylemin bütün seviyelerine dikkat çeke(bilir).

6) ESA, her ne kadar söyleme yaklaşımın “sözlü” olmasıyla sınırlandırılrsa da, aslında söylemin (resim, film, ses, müzik, beden hareketleri vb gibi) iletişimin diğer göstergibilimsel boyutlarıyla da ilgilenir.

7) ESA, toplumda söylemin rollerini incelerken, özellikle güç, iktidar, eşitsizlik ilişkilerine odaklanır ve konuşma ve metinler yoluyla sosyal grup üyeleri tarafından bunların yeniden nasıl üretildiği üzerinde durur.

8) Eleştirel söylem analizinin çoğu çalışması, sınıf, cinsiyet, etnisite, ırk, cinsel yönelim, yaş, uyruk veya dünya bölgesi gibi sosyal ilişkilerdeki egemenliğin yapı ve stratejilerini söylemsel olarak meşrulaştırmaktadır.

9) ESA, eşitsizlik ve egemenliğe karşı direncin yeniden üretiminde rol oynayan ideolojileri vurgular.

10) Eleştirel söylem analizi çalışmalarının betimleyici, açıklayıcı ve objektif amaçlarının arasında, egemenler (gruplar) veya onların söylemlerle vurguladığı ideolojileri, açığa çıkarmak, deşifre etmek vardır.

11) Sosyal etki ve ruhsal kontrolün söylemlerini açığa çıkararak elitlere, güçlülere ve özellikle onların kötüye kullandıkları güce karşı muhalif ve eleştirel bir tavır takınır.

12) Eleştirel söylem analizi çalışmaları ile direnen veya meydan okuyan uygulamalarda karşı güç ve karşı ideolojilerin oluşumu ve iradesi için stratejik önerilerin formüle edilmesiyle, egemen gruplarla *dayanışmanın* bütün perspektifi kesin ve açık olarak belirtilir ve sürdürülür (1995:17-18).

Genel olarak eleştirel söylem analizinin amaçları ve prensipleri van Dijk’ın kriterleri esas alınarak yukarıda maddeler halinde aktarılmıştır. Ancak van Dijk’ın bu bağlamda referans alınmasının en önemli nedeni, araştırmanın temel argümanını oluşturan habere ilişkin çözümleridir. Haberleri sadece yapısal veya metin düzeyinde incelememiş, aynı zamanda anlama ve üretim düzeylerinde çözümlene ve açıklama getirmiştir.

Van Dijk'ın vurgusu öncelikle haberin söyleminin bir bütün olduğu yönündedir. Haber üretim süreci içinde haberciliğin örgütlenmesi ve işleyişi ile profesyonel gazetecilik etik kodlarının dolayısıyla oluşan haber metinlerini tüm bir toplumsal yapıyla ilişkilendirerek açıklamaya çalışmaktadır (Keskin, 2004:391). Çeşitli düzeylerde yapıların betimlenmesinden söz edildiğinde bu dilbilgisel düzey ötesinde bağdaşlılık, haber metinlerinin genel tema ve konularıyla birlikte şematik yapı ve retorik boyutları gibi üst düzey nitelikleri de kapsamaktadır. Van Dijk'a göre bu yapısal düzenleme yeterli değildir; çünkü söylemin bağımsız bir yapıya sahip olmaması nedeniyle, üretim ve yorumlama süreçleri açısından da sosyal bir bağlam içerisinde incelenmesi gereken karmaşık bir iletişim olgusudur. Haber bilgisinin anlamlandırılması, ezberlenmesi ve yeniden üretimi okuyucu açısından ele alınmakta ve haber metni üretimi yapısal, üretim ve anlama düzeylerinde makro ve mikro yapılar ile çözümlenmektedir (Ülkü, 2004:374).

Van Dijk'ın haber söylemi analizi üzerine geliştirdiği yöntem, metnin içeriği, retorığı, semantiği ve anlatisını kapsamaktadır. Haber analizi yöntemi, makro ve mikro yapılar şeklinde formülize edilmiştir. Buna göre mikro yapılar metindeki sesler, sözcükler, cümle yapıları ve anlatımları ele almakta iken; makro yapılar metnin teması, tematik yapısı-konusu gibi söylemi bütün yönleriyle ele almaktadır.

2. İDEOLOJİ VE MEDYA İLE İLİŞKİSİ

İdeoloji kavramı, iktidar ilişkilerinin üzerinde duran siyaset kuramı ile iletişim çalışmaları arasında köprü oluşturmuş, ideoloji ve medya arasındaki ilişki, iletişim çalışmalarında başlangıçtan günümüze eleştirel yaklaşımların sorunsallaştırdığı bir alan olmuştur.

Siyaset kuramı içinde "iktidar"ın farklı kavramsallaştırılma biçimleri ideoloji kavramının da farklı tanımlarını beraberinde getirmiştir. 20. yüzyıl siyasal düşüncesi içinde ideolojinin ne olduğu ile birlikte nasıl işlediği sosyal bilimlerdeki tartışmaların neredeyse odağını oluşturmuştur (İnal, 2003:13).

Stuart Hall'un belirttiği gibi (2002:118-119), ideolojik olanın daima kendine özgü toplumsal, siyasal ve kültürel varoluş koşulları bulunmaktadır. Medyanın

ideolojik olduğu iddiası, onun anlamının toplumsal inşası alanında iş gördüğünü söylemektedir. Medya, üzerinde insanların kendi dünyalarının bilincine vardıkları alanı sağlamaktadır. İnsanların ötekilere karşı anlaşılabilir kıldıkları, kendileri hakkındaki anlayışlara karşı koyabildikleri ve anlam üzerinde mücadele diyalektiğine girebildikleri başka bir (temiz) alan bulunmamaktadır. Hall'e göre ideolojik alan, elbette ki kendi kendine yeten bir alan değildir. Bu nedenle ideolojik alan, analitik açıdan bir parçası olmadığı, toplumsal, siyasal ve teknolojik ilişkilerle birlikte, ekonomik ilişkiler içerisinde yapılanmakta ve biçimlenmektedir.

Tek bir bağlamda ele alınamayan ideoloji kavramı ve kavrama farklı yaklaşımlarda da anlatılacağı üzere, Lucaks'ın "şeyleşme" kavramından Gramsci'nin "hegemonya" kavramına oradan Althusser'in "devletin ideolojik aygıtlarına" uzanan farklı kuramsal tartışmaların açıklamaya çalıştığı sorun ideolojinin işleyişidir. Kısacası günümüz medyasında eleştirel medya çalışmalarında, medya çıktılarındaki 'ideolojik' öge, ekonomik, politik, kültürel yönlerden değerlendirilmektedir. Bu bölümde öncelikle ideoloji kavramı ve kavrama yönelik yaklaşımlar, diğer bölümlerde ise söylem üretimindeki ideolojik etki ve medya çalışmalarına ilişkin yaklaşımlarda ideoloji ele alınacaktır.

2.1. İdeoloji, İşlevleri ve Yaklaşımlar

2.1.1. Bir Kavram Olarak İdeoloji

İde-o (bilgi) ve loji (bilim) Grek-Latin sözcüklerinin birleştirilmesinden meydana gelen İdeoloji kavramı 1789 Fransız İhtilali'nden sonra kullanılmaya başlanmış ve ilk defa 1796 yılında Destut de Tracy tarafından açıklanıp sistematize edilmiştir. Bu ilk icadında ideolojiyle uğraşan kimseye (mesela Tracy'ye) ideolojist adı verilmiştir. Ancak daha sonra Napolyon, rakip bildiği bir aydın grubunu ideolog olarak niteleyip karalamaya çalışınca ideoloji kelimesi olumsuz bir anlam kazanmış, laf ebeliği, boş söz anlamlarında kullanılır olmuştur (Aydın, 2011:203).

İdeoloji kavramının haber ve söylem kavramlarında da belirtildiği gibi tek bir tanımı yoktur. Michael Freeden, ideoloji kavramının yüzyılın başından bugüne kadar

en karmaşık ve tartışmaya açık kavramlardan biri olduğunu belirtmiştir. Freeden'a göre, siyaset bilimciler, toplum bilimciler, kültürel antropologlar, psikologlar, tarihçiler ve felsefeciler (bunlara anlambilimciler, göstergebilimciler, kültürel yaklaşımlar vb eklenebilir) ideoloji kavramıyla göğüs göğse çarpışmak zorunda kalmışlardır (1996:13, aktın, Ergül, 2005:68). Bu çarpışmaya neden olarak da ideolojinin çok anlamlı yapısı gösterilmektedir.

Klasik yaklaşımlara göre ideoloji, olaylar üzerine kurulu, insanların düşünce ve davranışlarını etkileyen çeşitli kaynaklardan beslenen bir inanç sistemi olup, maddi olaylar yanında tinsel olaylar da ideolojiyi etkilemekte, ona yön çizmekte kimi zaman da belirlemektedir. Klasik yaklaşımın bir başka ve özellikle siyasal bilim açısından yapılmış tanımına göre ideoloji: Yönetilenler arasında yaygın, yönlenmiş fakat sınırlı, belirsiz fikir kümeleridir. Her rejimin kendine göre bir ideolojisi vardır. Bu tanıma bağlı kalan sosyal bilimciler ideolojinin bir toplumsal gerçeklik olarak, daha çok ne tür bir işlev gördüğüyle ilgilenmişlerdir (Kazancı, 2002:57).

İdeoloji, bir başka yaklaşıma göre tümüyle altyapıya bağlı, onun etkisinde kalarak gelişip, oluşan bir değerlendirme, yorumlama biçimidir. Burada belirleyici olan toplumun altyapısı, üretim ilişkileri ve maddi ortamdır. Özellikle genç Marks'ın sistematüğinde ideoloji, altyapının bağımlı değışkeni, altyapıya bağılı bir oluşumu ifade etmektedir. Marks'a göre *"İdeoloji gerçeğın bir parçasını, insani zayıflığı; ölümü, acıyı, güçsüzlüğü içinde taşımaktadır. Böylece yorumlanmış ve aktarılmış gerçeğe bir bağıntısı olduğundan bu gerçeğe geri dönebilir ve gerçekten canlı olan insanlara kurallar ve sınırlar koyabilir. İdeoloji dünyayı nasıl görmek gerektiğini bildirir ve yaşam biçiminin yorumlanmasını sağlar. Yani belirli bir noktaya kadar "praksis"e³⁵ izin verir. İdeoloji kendilerini haklı görmek isteyen, göstermek isteyen egemen oluşuma yardım eder. O, bir dünya görüşüdür ya da dünya görüşünü temsil eder."* Marks bir toplumda egemen sınıfın çıkarı ile egemen düşüncenin birlikte var olmak zorunda olduklarını belirterek ideolojik oluşumun bu ilkeye bağılı olarak oluşup yaşadığını söylemektedir. Yine Marks'a göre, ideoloji gerçeklik hakkında bir

³⁵ Praksis: Bir amaca yönelik bedensel ve ruhsal etkinlik/uygulama. Marksçı düşüncede dünyayı dönüştürmeye yönelik eylemdir. "İnsan düşüncesinin nesnel bir doğruya ulaşıp ulaşamayacağını bilmek sorunu uygulamayla ilgili bir sorundur.

yanılsama, bir illüzyon değil, onun bilinç üzerindeki izi ya da görünümüdür Bu durumda ideoloji, kapitalist düzende siyasal iktidarı meşrulaştırmaya, bireyi sisteme entegre etmeye yardımcı fakat genellikle de yanlış fikirler kümesi olarak tanımlanmaktadır (Kazancı, 2002:57).

Marks'ın ideoloji kuramına katkısı, düşünce ve bilincin oluşumu üzerindeki tartışmaları insan psikolojisindeki tartışmalardan toplumsal gelişmenin dinamikleri üzerine kaydırmasıdır (Dant, 1991: 57, aktrn, Üşür, 1997:11). Ancak Marks'ın tek bir kavramsallaştırması yoktur ve Marks'ın birden fazla ideoloji kavramsallaştırmasının varlığı başka kuramcılar tarafından da saptanmıştır. Marks'ın *Alman İdeolojisi*'nden *Kapital*'e farklılaşma gösteren ideoloji kavramsallaştırmaları, Marksist gelenekte kapitalizimin yeni ve girift koşullarının getirdiği değişik ve zengin yorumlara olanak sağlamıştır. Marks'tan sonraki dönemde, gerek toplumsal bilimlerde gerekse Marksizm içerisinde ideoloji kavramının yansızlaştırılması eğilimiyle birlikte, kavram bütün sınıfların politik düşünceleri ya da bakış açıları anlamında tanımlanmaya başlanmıştır (Dursun, 2001:24-26).

Başta sosyal ve beşeri alanlar olmak üzere pek çok disiplin alanının üzerinde kavramsallaştırmaya gittiği 'ideoloji' kavramı, çok anlamlı bir yapıya dönüşmüş ve farklı düşünürler tarafından farklı tanımları yapılmıştır³⁶. Mesela Raymond Williams ideolojiyi; "bir 'dünya görüşü' ya da bir 'sınıf bakışı' olarak soyutlanabilecek göreceli olarak biçimsel ve eklemlenmiş anlamlar, değerler ve inançlar sistemi" olarak tanımlamaktadır (1977, aktrn, Shoemaker ve Reese, 1997:128). Williams'a göre, tüm düşünceler, tasarımlar, kısacası imgelerimiz, içinde yaşadığımız

³⁶ Öyle ki Marks düşüncesindeki ideoloji bile tek bir anlama sahip değildir. Terry Eagleton'a göre Marks düşüncesindeki ideoloji en az dört anlama gelmektedir. (1) İdeoloji kendilerini tarihin temeli olarak gören ve insanların ilgisini toplumsal koşullardan başka yöne çekerek baskıcı ve siyasal iktidarın ayakta kalmasına hizmet eden yanıltıcı veya toplumsal bağları kopartılmış inançlara karşılık gelebilir. (2) İdeoloji egemen toplumsal sınıfların maddi çıkarların doğrudan doğruya dile getiren ve onun yönetimini desteklemeye yarayan fikirler anlamına gelebilir. (3) İdeoloji, içinde bir bütün olarak sınıf mücadelesinin verildiği ve güçlü bir ihtimalle, siyasal açıdan devrimci güçlerin doğru bilincini de içeren kavramsal formların tamamını kapsayacak şekilde genişletilebilir. (4) Meta fetişizmi nedeniyle, gerçek insani ilişkiler şeyler arasındaki gizemli ilişkiler gibi görünür ve bunun da çeşitli ideolojik sonuçları olur (1996, aktrn, Dursun, 2001:24). Ancak Dursun'a göre ideoloji kaç anlama gelirse gelsin, sayısı kaç olursa olsun, şu ayrım tümünde bulunmaktadır: Marks'ta ideoloji bir yandan bir yanılsama olarak ele alınırken, öte yandan bir toplumsal sınıfın (burjuva) düşünsel donanımı olarak da ele alınabilmektedir (2001:25). Bu nedenle Marks'ın ideoloji kuramının çok-yönlülüğe işaret etmesi, kavramın farklı yönleri üzerinden farklı kuramcılarının üzerinde uzlaşılmayan tanımlar ortaya koymalarına neden olmuştur.

gerçeklikle karşılıklı etkileşim sonucunda olmaktadır ve sosyo-kültürel gerçeklik, açık ya da örtük bir biçimde, tüm içeriklere yansımaktadır (1990, aktrn, Çolak, 2007: 500).

İrlanda asıllı İngiliz akademisyen-yazar Terry Eagleton, ideolojiyle ilgili çeşitli tanım ve kullanım biçimlerine işaret etmektedir. Bunlar; “Toplumsal yaşamdaki anlam, gösterge ve değerlerin üretim süreci; belirli bir toplumsal grup ya da sınıfa ait düşünceler kümesi; bir egemen siyasi iktidarı meşrulaştırmaya yarayan düşünceler; bir egemen siyasi iktidarı meşrulaştırmaya yarayan yanlış düşünceler; özneye belirli bir konum sunan şey; toplumsal çıkarlar tarafından güdülen düşünme biçimleri; söylem ve iktidarın toplu durumu; içinde bireylerin, toplumsal yapıyla olan ilişkilerinin yaşandığı kaçınılmaz ortam; toplumsal yaşamın doğal gerçekliğe dönüştüğü süreç olarak sıralanabilir (1996:18, aktrn, Karaduman, 2009:9).

Sholle’ye göre, ideoloji, olumsuz bir yan-anlam taşımaktadır. İdeoloji, üretilen bir bilgi –hakikat’in karşıtı olan bir bilgi- baskı altında tutan ve meneden bir bilgidir. Kavram böylece sistematik bir şekilde ‘üretim’e, özellikle sınıfsal özneler tarafından üretime bağlanabilir (2005:256). Hall ideoloji kavramının, herhangi bir toplumsal formasyonun farklı düzeyleri arasındaki kökten ve sistematik ayrılmaların “düşünme” ihtiyacını başlattığını vurgulamaktayken (2005b:198), Hartley ideolojiyi grup fikirleri olarak tanımlamakta, ideolojinin cinsiyetten (Kadın-erkek ideolojisi), işe (meslek ideolojisi) kadar uzanan sınıf fikirlerini kapsadığını belirtmektedir. Hartley ayrıca ideolojinin kültürel ve iletişim çalışmalarında anlamlandırma ve söylem kapsamı içerisinde toplumsal eşitsizlik ilişkilerinin yeniden üretimi şeklinde görüldüğünü ifade etmektedir (2002, 103-104).

Yukarıda yapılan bu tanımlar, 19. yüzyılda “**yanlış bilinç**” kavramı ile Marksist terminoloji içinde önemli bir yere sahip olan Karl Marks’ın, ideolojiye yönelik yaklaşımları üzerine geliştirilen tanımlardır. Dursun’un da belirttiği gibi, ideoloji kavramının doğduğu mecra Marksist kuram olmamakla birlikte, geliştirildiği ve var olan kapitalist sisteme bütüncül bir eleştiri getirirken dönüştürülerek olgunlaştığı mecra Marksizm olmuştur. (2001:23). Bu bağlamda, 1800’lü yıllardan itibaren ortaya çıkan ideoloji kavramının (yeniden) tanımlanmasına yönelik ortaya

çıkan dönüşümler, bu kavramı üç ayrı yaklaşımla yeniden şekillendirmiştir. Söz konusu yaklaşımlardan ilki ideolojiyi toplumsal gerçekliğin özneli bilincinde bir yanılısama ile oluşan bilgisi, yani bir başka deyişle “*yanlış bilinç*” olarak tanımlamaktadır. Bu tanım çerçevesinde ideoloji, toplumsal gerçekliğin çarpık ve bozulmuş bir bilgisi olarak ortaya çıkmaktadır. İdeolojiye dair ikinci yaklaşım; ideoloji kavramını toplumsal sistemin çatışmalı yapısını bir arada tutmakta ve esas olarak toplumsal sistemin kendini yeniden üretmesini sağlayan egemen ideoloji olarak ele almaktadır. Bu çerçevede ideoloji kavramı ile “*hegemonya*” kavramı arasında kurumsal bir ilişki kurmaktadır. Üçüncü yaklaşım ise bütün toplumsal ilişkilerin ancak dil dolayımıyla gerçekleşen pratikler olduğu gerçeğinden hareketle, ideoloji kavramını açıklamaya çalıştığı toplumsal düşünce, değer ve anlamların oluşumunu toplumsal anlamların belirlenmesi/sabitlenmesi olarak, “*söylem*” kavramı aracılığıyla ele almaktadır (Üşür, 1997:7).

Marksist teorinin yukarıda bahsedilen bu gelişimi, medya çalışmaları alanında önemli bir yer tutmuş; Antonio Gramsci ve Louis Althusser gibi Marksist kuramcıların ideolojiye yaklaşımı, medya çalışmalarında Kültürel Çalışmalar kuramcılarının ilgi alanlarında birisi olmuştur. Bu bağlamda bu çalışma, eleştirel yaklaşım çerçevesinde ele alınacağından, ideolojiye yönelik farklı kuramsal yaklaşımlar da Marksist gelenek üzerinden ele alınacaktır.

2.1.2. İdeolojinin İşlevleri

İdeoloji kavramında olduğu gibi, ideolojinin işlevlerine yönelik farklı yaklaşımlar vardır. Mesela ideolojiyi sadece fikirler sistemi olarak görmeyen Van Dijk’a göre, ideolojilerin üç temel fonksiyonu vardır. Bunlar; “sosyal fonksiyon”, “kavramsal yapı” ve “söylemsel ifade ve yeniden üretim” şeklindedir. Van Dijk’a göre ideolojinin *sosyal fonksiyonu*; sosyal yapı içerisinde grupların veya sınıfların ilk etapta ideolojilerini niçin geliştirdikleri ve kullandıkları sorusuna cevap arar. İkinci bir fonksiyon olan *kavramsal yapı*; sosyal olarak paylaşılan değerler, normlar, davranışlar, düşüncelerin yanı sıra tecrübeler, niyetler gibi kişisel ve bağlamsal modeller ekseninde ideolojilerin neye benzediklerini ve sosyal pratikleri nasıl denetledikleri sorusuna aradığı cevaptır. Üçüncü bir fonksiyon olan *söylemsel ifade*

ve yeniden üretim ise, ideolojilerin çeşitlerini daha kapsamlı bir şekilde ifade eder ve genelde sosyal uygulamalar içerisinde yeniden üretilmektedir (1998b:23-24).

Güliz Uluç ideolojinin işlevlerini Katılma İşlevi, Doğrulama İşlevi, Örtme İşlevi, Yol Gösterme İşlevi olmak üzere dört ana başlık altında toplamaktadır. Buna göre Uluç, *Katılma İşlevinin* her ideoloji belli bir grup tarafından kabullenilirken, toplumda çoğunluğun desteğini sağlama rızası içinde olmasını, *Doğrulama İşlevinin* öncelikle ideolojiyi öne sürenin buna inanması ve doğruluğunu benimsemesini, karşı olanların ikna etmesi gerektiğini ifade etmektedir. *Örtme İşlevinin* egemen sınıfın çıkarlarının büyük kelimeler arkasında gizlemeye olanak verdiğini, *Yol Gösterme İşlevinin ise* ideolojinin, siyasal çekişme ve çatışmalarda birey ve gruplara seçme ve olanakların çoğunluğunda seçimini yapmada yardımcı olduğunu ifade etmektedir (1999, aktarılan, Karaduman, 2009:23).

Sibel Karaduman ideolojinin işlevlerini *bireysel düzey ve toplumsal düzey* olmak üzere iki ayrı düzeyde ele almaktadır. Bireysel düzeyde ideolojinin başlıca işlevi, kişinin düşünce ve davranışlarına yol gösterici olması ve bu anlamda kişiyi harekete geçiren bir düşünsel sistem teşkil etmesidir. İdeoloji kişiye doğru ve tutarlı bir şekilde hareket ettiği inancı sağladığından, kişiyi psikolojik açıdan rahatlatmakta ve huzur vermektedir. İçsel uyum sağlama açısından ideolojinin bireysel düzeydeki işlevi olumlu yöndedir. Ancak ideoloji bireyde, kendi ideolojisinden yana olanları dostları olarak görürken, diğer yandan farklı ideolojileri savunanları “öteki”leştirir. Ayrıca ideoloji, kişilerin sosyal gruplarla yakınlaşmasını sağlamaktadır ve bu bütünleştirici işlev, toplumsal düzeyde bir katalizör görevi görmektedir. Sosyal grupların ve sınıfların iç dayanışmasını sağlayan ideoloji, aynı yönde ve ortak bir amaca yönelik hareket etme fonksiyonu önemlidir (2009:23).

Bütün bu yukarıdaki ayrımlardan medyaya ve bu araştırmanın temel argümanı olan habere uyarlanabilecek en kapsamlı ideolojik işlev sınıflamasının David Sholle’ye ait olduğunu söyleyebiliriz. Sholle, her ne kadar ideolojinin işlevlerini sınıflandırırken, televizyon pratiğinin nasıl bir ideolojik işlev gördüğünden hareketle yola çıkmış olsa da, genel anlamda medyanın ve haberin ideolojik işlevine uyarlanabilecek şekildedir. Sholle, ideolojinin işlevlerini sekiz düzeyde ele almıştır.

Bu pratikleri çeşitli kaynaklardan, hem tarihsel ve teorik kaynaklardan (özellikle Frankfurt Okulu'ndan) hem de İngiliz Yeni Marksist çalışmalardan derlemiştir. Bunları Sholle şöyle sırlamaktadır:

✓ **Çökme:** Kendini gömülü bir ideoloji olarak depolayan söylemdir.

Bu öncelikle soruları yalnızca belli biçimlerde yanıtlamaya izin veren bir süreçtir. Çökme süreci hem söylemlerin biçim ve içeriğini, hem de söylemin etkili olmasına izin veren bir pratiği kapsamaktadır. Bu sürecin odaklandığı nokta ideolojinin kökeni (varoluşunun sınıfsal ya da ekonomik nedenleri) değil, ideolojinin biçimi ve etkileridir.

✓ **Şeyleşme:** Mevcut olanın doğallaştırılmasıdır, nesnelerin bilinçli yorumunun ve nesnelere belli bir algılama tarzının sabit kılındığı bir söylemdir. Şeyleşme bir tahakkümdür, kurumlar dünyası doğallık kazanır ve dünyanın insan ürünü olduğu görülmez. Bu şeyleşme pratiği, medya pratiklerinin (standartlaştırma, işlevin tanımı ve temaların saymacalaşması) yeni yorumları dışta bıraktığı bir dışlama mantığına dayanmaktadır. Böylece medyanın seslendiği bölgenin işlevi olarak, mevcut olan hakkında resmi bir görüş gelişmektedir. Şeyleşme, kendini tek tek metinlerin yalnızca küçük noktalarında açığa vurmaktadır. Burada ideoloji, siyasi ekonomi ya da yanlış bilinç yaklaşımı bağlamında kavranmamakta, başat sınıf ya da ekonominin belli bir sektöründe yer alan köklerinin gösterilmesi amacıyla ortaya çıkarılmamaktadır.³⁷

✓ **Uyarılma:** Yavaş yavaş gerçekleşen değişme yoluyla uyumluluğun yaratılmasıdır. Burada ideoloji, Althusser'in öznelliğin üretilmesi şeklinde tanımladığı bir tarzda çalışmaktadır. Değişmeye ivme kazandıran kullandığı anlamsal mantıktır. Medyanın bu ideolojik işlevi, Althusser'in kültürel yaklaşıma, ezeli olarak yaşam tecrübesine dayanması

³⁷ Gitlin'in belirttiği gibi, eleştirel çalışmalara göre, hegemonya, ortak bir kültürel modelden ve medya örgütlerindeki iktidar örüntüsünden kaynaklanarak başat sistemin üretilmesine yol açarlar. Medya örgütlerinde karar alma işlevi görenler, kendi iktidar konumlarını korumaya çalışmalarından ötürü, doğal olarak bir tutuculuk barındırmaktadırlar. Bunlar kültürel çizginin sunduğunu genelde kabul ederek, en güvenli yolu izlerler (1983, aktaran, Sholle, 2005:280). Bu bağlamda van Dijk da (1987) Batılı medyanın büyük kısmının bir şirketler ağı içerisinde gömülü olduğunu, bütün bunların toplumun en güçlü insanları, grupları ya da kurumları hakkındaki öyküleri destekleyen sosyal bilişler ve metin üretimiyle uyum içinde olduğunu belirtmekte, bu şekilde medyanın basitçe seçkinlerin sözcüsü olmak yerine, toplumsal iktidar yapısının daimi bir parçası olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

nedeniyle yönelttiği eleştiriyi desteklemektedir çünkü uyarlamada üretilen tecrübenin kendisidir.

✓ **Yatıştırma:** Yoğunluğu azaltmak, pasif kılmak ve susturmaktır. Burada ideoloji, bilinç ve bilince dayanan eylem üretmemektedir. Bu bağlamda etki, tam aksi yönde gelişmektedir; söylem sadece söylem olarak üretilmektedir. Etkisi, hiçbir etkide bulunmayışından ibarettir. İdeolojik işlev izleyicilerin kafasında düşünce üretmemekte, özneliğin kendisini üretmektedir. İdeoloji somut bir biçime yerleşmeksizin eylem üretme işlevini göremez. Örneğin bir düşünce ya da öğreti olarak ‘özgürlük’ kendi başına bir eyleme yol açmaz, ama ‘özgür’ ya da özgürlüğü kullanan bireyler biçimine büründüğünde eylem (çoğu kez de bu özgürlüğe karşı koyacak bir şiddetli tepki) üretmektedir.

✓ **Meşrulaştırma:** Resmi ya da biçimsel onayın verilmesidir. Frankfurt Okulu ile Max Weber’in çalışmalarından kaynaklanan bu nosyon, başat söylemindeki saklı çelişkilerin sorgulanmaya açık olduğu bir toplumun gereksindiği rızanın üretimini dile getirmektedir. Aslında ‘rızanın’ ya da ‘oydaşmanın üretimi’ (düşünce birliği içerisinde olma) terimleri, meşrulaştırmanın yanlış bilinç üretimi yoluyla gerçekleştiğini (yani meşrulaştırmanın gerçek koşulları perdeleyerek ya da bu koşullar hakkında yalan üreterek gerçekleştiğini) ima etmesi nedeniyle, meşrulaştırma mekanizmalarını betimlemek konusunda yanıltıcıdır. Gouldner (1976) ise ilk meşrulaştırma işlevini televizyon haberleri desteklediğini, çünkü olayları bağlamından koparan nesnel ama birbiriyle bağlantısız olguların ve olayların toplamından ibaret olduğunu söylemektedir. Haberler yanlış bilinç değil, enformasyonu anlamlı bir bütünlük haline getirme yeteneksizliği yaratmaktadır.

✓ **Depolitizasyon:** Pratik soruların kamusal tartışmadan dışlanmasıdır. Medya, bireylerin kendi kültürlerini ve böylece toplumsal dünyanın karşı açıklamalarını üretme kapasitelerini azaltırken, aynı zamanda demokratik bir seçim yanılması da yaratmaktadır. Söylem siyasal olanı dışlamakta, soruları teknik ve kişisel dünyayla sınırlandırmakta ve oydaşma yaratmaktadır. Habermas bu işlevi şöyle anlatmaktadır (1970:42): “Kitle

iletişimin kullandığı ince toplumsal denetim, siyasal süreçleri tanımaz hale getirmek için altı boşaltılmış bir özel alan gözlüğü kullanır. Kitle kültürünün dayattığı mahremiyetçilik, depolitize edilmiş kamusal dünyayı egemenliği altına alır. Nitekim kamusalın kişiselleştirilmesi, askıya alınmış çatışmaları sosyal psikolojinin alanlarına süren görece tümleşik bir toplumun çatlaklarındaki sıvayı oluşturur. Bu çatışmalar psikoloji alanlarında sapkın davranış kategorileri altında özel çatışmalar ve suç şeklinde özümser. Şimdilerde bu kaplar taşmaktadır.”

✓ **Fosilleştirme:** Değiştirme yetisinden yoksunlaştırmadır. Dışlama sürecinin, alternatif söylemsel oluşumların önünü kesme etkisi vardır. Bu, özellikle dil üzerinde de egemenlik kurma ve toplumda dilsel açıdan zayıf bir tabaka yaratmada görülebilir (Mueller, 1973:99, aktaran, Sholle, 2005:284).

✓ **Ters Yönde Tartışma:** Kendi formülleştirdiği çatışmalarla beslenen söylemdir. Tıpkı arzunun kendine geri dönebilmesi için kendi yer değiştirmesiyle beslenmesi gibi, söylem de başatlığını koruyabilmek için kendi formülleştirdiği tartışmayla beslenmektedir (2005:279-284).

İdeolojinin işlevlerine dair yaklaşımlar, bazılarının birbirleriyle çakışmasını da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle bütünlüklü bir işlevden bahsedilemeyeceği açıktır. Bu durum, ideolojilerin yapılarının bir niteliği mi, yoksa olayların bir niteliği mi veya her ikisinin de doğru olduğu sorununun belirlenmesinden geçmektedir.

2.1.3. 'İdeoloji'ye Yönelik Farklı Kuramsal Yaklaşımlar

Klasik terminolojide ideolojiye farklı anlamlar verildiği gibi, ideolojinin farklı kullanımları da söz konusudur. İdeolojinin geleneksel olarak üç temel kullanımı olduğu söylenmektedir. Bunlardan ilki belirli bir sınıf ya da gruba özgü inançlar sistemi olması, ikincisi doğru ya da bilimsel bilgiyle çelişebilecek aldatıcı inançlar sistemi yani yanlış fikirler içermesi, üçüncüsü ise anlam ve fikir üretiminin genel süreci olmasıdır (Fiske, 2003:212). Marks'tan sonra ideoloji ile ilgili birçok çalışma yapılmış ve ideoloji farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Öyle ki Eagleton ideolojinin on altı tanımı yapıldığını bildirmektedir. Ancak ideolojiye atfedilen görev, ideolojiye verilen anlam Marks ile birlikte yeni bir mecraya girmiş, yeni bir

anlam kazanmış, yeni bir tanıma ulaşmıştır (Kazancı, 2006:69-70). Marks ile ideoloji klasik dönemden çıkmış, toplumsal sistemden, gerçeklerden kopuk tanımlardan kurtulmuştur.

İdeoloji konusunda kavramsal bir yeniden doğuş, ya da diğer bir deyişle ideoloji kavramının üzerine tartışmaların yoğunlaşması 20. yüzyılın ikinci yarısına rastlamaktadır. Kapitalizmin neden kolay yıkılmayan bir sistem olduğuna ilişkin çözümlerlerin ağırlığı, kapitalizmin ekonomik sisteminin niteliğinden politik, kültürel ve ideolojik süreçlerle kapitalizmin kendini yenileme potansiyeline kaymaktadır. Klasik Marksizm'in kapitalizmin emek süreçlerine yoğunlaşması, siyasi ve ideolojik süreçler konusundaki analizlerin çoğu, eleştirel kuramlar içinde ihmal edilmesi ile sonuçlanmıştır (Üşür, 1997:25).

Marks'a göre ideoloji tam ve bölünmesi mümkün olmayan bir bütündür. Daha önce de belirtildiği üzere, pek çok kuramcının da üzerinde hemfikir olduğu gibi, Marks'ın ideolojisinin tek bir tanımı yoktur. Üşür'e göre, Marks'ın farklı farklı ele aldığı önermelerin hepsi, dönemin idealist-materyalist felsefe farklılaşması polemiklerinin izini taşımaktadır. Marks'ın ideoloji kavramsallaştırmasının birkaç temel noktası şöyle özetlenebilir: Marks, ideolojik düşünceyi diğer düşüncelerden ayırarak sadece egemen maddi ilişkilerin devamını olanaklı kılan düşünceye ideolojik nitelemesini yakıştırmıştır. Yani ideoloji ancak iktidar ilişkilerinin asimetrik kıldığı toplumsal ilişkiler içinde oluşan toplumsal bilinçtir ve bize sürekli iktidar ilişkilerinin çarpıtacağı bozduğu bilinç biçimlerini dikkate almamızı hatırlatmaktadır. İdeolojinin *eleştirel* tanımı olarak adlandırılan bu özellik ideoloji çözümlerine aynı zamanda toplumda var olan ve çoğu zaman normal ve doğal kabul edilegelen iktidar ilişkilerini açığa çıkarma olanağı vermektedir. Marks'ta ideoloji, bireylerin toplumsal pratikleri içinde oluşan ve bu pratik içindeki çelişkilerin öznel bilincinden saklayan düşünceler olarak tanımlanmakta birlikte aynı zamanda belli bir tarihsel konum açısından birey iradelerinden bağımsız, nesnel ve zorunlu düşüncelerdir de. İdeolojinin kendisi bir sonuçtur; maddi pratik içindeki öznel tarafından ideolojik düşüncenin somut bir oluşum olarak nasıl kurulduğu açıklanmaz. Öznel bilinci onların maddi pratik içindeki konumları tarafından

belirlenir ama öznelerin edimleriyle belirlenmektedir. Ancak Marks'ın ideoloji kavramının en zayıf noktasını da öznelerin oluşumu ve özneliğin kuramsal konumunu açıklamanın olanaksızlığı oluşturmaktadır (1997:21-22). Bu bağlamda Marks'ın kuramsal çerçevesinde, Gramsci tarafından ele alınan yaklaşımlarda öznelerin oluşumunu ve öznelliklerin çözümlenmesi bir eksene oturtulmuştur.

Yanlıı bilinç kuramı bağlamında, maddi /nesnel yapının ve toplumsal pratiğin yanılısmalı bilgisi olarak tanımlanan ideoloji kavramı, Marks'ın da katkısıyla, gerçeklikte kapitalizmin yarattığı çelişkilerin üstüne örten ve onları görünmez kılarak insanların bilincinde maddi olarak egemen güçlerin çıkarlarıyla uyumlu bir yaşam bilgisi yaratan bilinç türü şeklinde anlaşılmaya başlanmıştır. Bu bağlamda yanılısma kuramı çerçevesinde ideoloji kavramının *yapı*'nın insan zihnindeki etkisine indirgendiği söylenebilir ve bu indirgemeciliğin yarattığı sorunlar daha sonraki ideoloji tartışmalarının odak noktalarından birisi olmuştur. İdeoloji kavramı etrafında tartışmaların söz konusu olduğu dönemde, ideoloji kavramı *hegemonya* kavramı merkezli yeni bir bağlama oturmuş olup bu tartışmalara genel olarak egemen ideoloji kuramı denmektedir (Üşür, 1997:26). Egemen ideoloji kuramının temel tezlerinde başta Antonio Gramsci olmak üzere, Althusser, Laclau ve Mouffe gibi kuramcılarının büyük etkisi vardır.

“Bir toplumda egemen olan grupların erkini doğal ve meşru gösteren ve toplumsal grupların geçici bağıııklıklarına dayanan bir oйдаşıma durumu” olarak tanımlanan (Mutlu, 2008:125) hegemonya kavramını borçlu olduğumuz **Antonio Gramsci**, Avrupalı ikinci kuşak Marksistler arasında sayılan İtalyan asıllı bir felsefeci olup, ideoloji kuramına katkısı hegemonya kavramıyla olmuştur. Gramsci'ye göre (1997: 312–320); burjuvazi, halk kitleleri üzerinde hegemonya kurarken sadece asker ve polis gibi baskıcı aygıtlardan yararlanmamakta, aynı zamanda kültür, hukuk, din ve eğitim kurumları gibi sivil aygıtlar da bu aşamada büyük rol oynamaktadır. Gramsci, hegemonya kavramını kapitalist toplumlardaki sosyal düzeni korumanın başlıca aracı olarak görmüş, özellikle yönetici sınıfın egemenliğini sürdürme araçlarına gönderme yapmıştır. Bu nedenle toplumun üst

yapısı üzerinde önemle duran Gramsci, ideoloji üreten kurumlarını anlam ve güç düzeyindeki mücadele içinde değerlendirmektedir.

Fairclough'a göre hegemonya kavramı Lenin'den kaynaklanmaktadır, ancak Gramsci'nin batı kapitalizmi ve Batı Avrupa'daki devrim stratejisi çözümlerinin geliştirilmiş biçimidir. Fairclough *Dil ve İdeoloji* adlı makalesinde (2003b:162), ikisine de gönderme yapmakta ve hegemonyayı şöyle tanımlamaktadır: "Hegemonya toplumun ekonomik, politik, kültürel ve ideolojik alanlarındaki baskınlık olduğu kadar liderliktir de. Hegemonya, temelde ekonomik olarak tanımlanmış diğer toplumsal güçlerle ittifak halindeki bir sınıfın, tüm toplum üzerindeki iktidarındır." Bu tanım Gramsci'nin hegemonyasının tek başına üretim ve ekonomi alanında kazanılmadığı noktasında tutarlıdır, ancak bu tanımın daha çok Lenin ekseninde olduğu söylenebilir. Çünkü Gramsci'nin hegemonya kavramı, yönetici bir gücün kendi egemenliğini sürdürmesinin yanı sıra hükmettiği insanların rızasına dayanmaktadır.

Gramsci'ye göre; devlet, siyaset ve üst yapılar (aslında üst yapılar 'hegemonyanın başarılı olduğu bölge'dir) düzeyinde örgütlenmesi gerekmektedir. Hegemonya, kısmen tâbi sınıfların üst yapılara *dâhil olmasıyla* başarılır. Hegemonya devletin baskıcı yönünün –aynı zamanda kısmen 'ideoloji yoluyla işleyen' yasa, polis, ordu- yanı sıra üst yapılara ait failer –aile, eğitim sistemi, kilise, medya ve kültürel kurumlar- aracılığıyla başarılmaktadır (Hall, 2005:215). Gramsci'nin üst yapıların 'iki büyük katı' (sivil toplum³⁸ ve devlet) olduğu önerisi, Gramsci'den etkilenen Althusser'e ilham vermiş ve "rıza+itaat"i sağlayan hegemonik faktörleri "Devletin İdeolojik Aygıtları" ve "Devletin Baskı Aygıtları" ayırımına gitmiştir.

Louis Althusser, toplumun büyük bir bölümünün kendi çıkarları aleyhine hareket etmek üzere nasıl inandırıldıklarını merak etmiş ve sorgulamıştır. Çünkü toplumun bu kesimi işyerlerinde saatler boyu çalıştırılmakta, düşük ücret almakta ve

³⁸ Sivil toplum kavramı Gramsci'de Hegel'in, Marks'ın ve Engels'in kavramlarından ve günümüzde kullanıldığı anlamdan çok daha farklı bir yere denk düşmektedir. Önceleri sivil toplum kavramı düşünürler tarafından siyasal sistemle iç içe olan hatta sistemi besleyen, güçlendiren ve varlığını koruyan bir olgu olarak incelenmiştir. Gramsci'de ise sivil toplum siyasal sistemle sürekli çatışma içerisinde (Öztürk, 2007:69).

yoksulluk içerisinde yaşamaktayken, az sayıda insan çok fazla servet sahibi olmakta ve lüks içerisinde yaşamaktadır. Althusser, bu fakir ve güçsüzleştirilmiş çoğunluğun niçin kendini istismar edenlere karşı direnç göstermediğini ve zengin azınlığı yok etmediğini anlayabilmek için, fakir çoğunluğun içinde yaşadığı koşulların doğal olduğu ve onu değiştirmek için hiçbir şey yapılamayacağına inandırıldıkları yorumunda bulunmaktadır (Devran, 2010:23).

Althusser, Marks'ın altyapı-üstyapı benzetmesini temel alarak ideolojilerin bireyin zihnine nasıl yerleştiği sorusuna cevap vermektedir. Althusser böylece '*Devletin İdeolojik Aygıtları*' (DİA) ve '*Devletin Baskı Aygıtları*' (DBA) arasındaki işlevsellik ayrımına giderek, ideolojiyi maddi bir pratik olarak kavramsallaştırmış ve bu ayrım, ideolojiyi kavramsallaştırmasında önemli bir rol oynamıştır³⁹. Bu kavramsallaştırmada ideolojinin doğasına ilişkin üç önemli tez bulunmaktadır: (1) İdeoloji, gerçekliğin bir temsili değil, gerçeklikle kişilerin yaşadıkları bir ilişkinin temsildir. Burada ideoloji, gerçekliğe ilişkin çarpıtılmış düşüncelere değil, gerçeklikle gerçek (real) ilişkilere gönderme yapmaktadır. İnsanın kendi dünyasıyla yaşadığı ilişki hem hayalidir hem de gerçektir. (2) İdeoloji maddidir, çünkü daima aygıtlar ve pratikler içerisinde. Bu maddilik dillere ve ritüellere gönderme yapmaktadır. (3) İdeoloji bireyleri *özne* olarak çağırılmaktadır. Gündelik yaşamın maddi ritüelleri içindeki somut işlevinden dolayı, her bir birey bir özne olarak kendisinin farkına varmaktadır (Mc Lennan vd., 1978, aktrn, Dursun, 2001:28). Ancak Benton'a göre, Althusser'in bir özne tanımı hiçbir zaman olmamıştır. Onun ideolojik öznelere pasif algılayıcılarıdır; öznellikleri de bu pasifliğin yansıttığı kadardır (1984, aktrn, Üşür, 1997:49).

³⁹ Althusser'e göre, siyasal iktidar, kendi varlığını devam ettirebilmek için baskı aygıtlarına ve ideolojik aygıtlara sahiptir ve bunları yoğun bir şekilde kullanmaktadır. Devlet, *baskı aygıtlarına* ve *ideolojik aygıtlara* dayanarak varlığını sürdürür. Devletin baskı aygıtları, açık güç kullanımının veya zorlamanın bulunduğu alanlarda işleyen, hukuk, mahkemeler, polis, ordu vb. gibi kurumlar iken, devletin ideolojik aygıtları ise aile, eğitim ve din gibi alanlarda siyasal iktidarın onanmasını devam ettiren kurumlardır. Bu alanlar içerisinde bireyler adlandırılmakta kimlik kazandırılmakta ve devletin egemenlik alanına hapsedilmektedir (1991:27).

Althusser'in ideoloji kuramı yapısalcı-işlevselci modeli nedeniyle çoğu zaman statik, indirgemeci bulunmuş; toplumsal bütünlük tanımında, toplumsal pratikleri ekonomik, politik/hukuki ve ideolojik düzeyler olarak ayırması, ekonomik ve politik düzeyler sanki ideolojinin dolayımıyla işlemezmiş izlenimi veren bir açıklamaya saplandığı gerekçesiyle eleştirilse de, ideolojik özneleri yapının pasif etkileri olarak tanımlama çıkmazını aşamaması, direnen, başkaldıran özneyi çözümlemesine olanak tanımıştır (Üşür, 1997:50). Kazancı'ya göre, Althusser, ortaya koyduklarına, yazdıklarına yöneltilen eleştirileri göğüsleyerek ideolojiyi, Marksizm'in geleneksel platformundan alıp, yeni bir platform içine, hem de Marksizm'e belirli ölçüde karşı gelerek, daha doğrusu, katkıda bulunarak konuşlandırmaya çalışmıştır. Althusser Marksizm'in temel yaklaşımlarını Marksist sistematiği kullanmakta fakat özellikle ideolojinin yerini ve işlevini farklı görüp yorumlamaktadır. Amacı Marks üzerine biraz daha fazla ışık tutmaktır (2006:73). Ya da Marksizm üzerine Marksist ışık tutmaktadır diyebiliriz.

İdeoloji kuramsallaştırmasında ideolojinin maddi bir pratikle kavramsallaştırılması, öznelerin ritüeller içerisinde çağırılıp adlandırılması gibi çözümlenmeleriyle Althusser, kendisinden sonra gelen söylem çalışmalarına yol gösterdiği gibi, özne kuramının geliştirilmesine yönelik çabalar için de yol gösterici olmuştur.

2.2. Söylem Üretiminde İdeolojik Etki

Farklı iletişim araçlarında yer alan haberlerin söylemleri farklı biçimde ve içerikte sunulmaktadır. Bir olay, değişik açılardan farklı farklı kurgulanmakta, haber metinleri oluşturulurken, farklı yayın organları kullanmış oldukları kelimelerle aynı olay farklı gösterebilmektedir.

Bir anlatımla neyin kastedildiğinin anlaşılması, ancak var olan siyasal söylemlerin içine bu sözcüklerin yerleştirilmesi ile mümkündür ve bu yapıldığında farklı söylemler içinde aynı sözcüklerin farklı vurgular taşıdıkları görülmektedir (İnal, 1995:115). Haberlerin söylemsel yapısı içinde iktidar/güç sahibi kişi ve kurumların olaylara getirdikleri açıklamaların inanırlığını kurmasını sağlayan, nesnellik, tarafsızlık, dengelilik gibi sunuma ilişkin haber değerleri, bu nosyonun

dolayısıyla gazeteciler belli görüşlerin haber olan olayın çerçevelemesinde egemen bir konuma yerleşmesine aracı olmaktadır. Gazeteciler her ne kadar kaynak açıklamalarını aktarma oldukları vurgusundan çıkarak halkın sesine dönüştürüp ve bu inandırıcılığı güçlendirseler de, haberin dili haberin içine sızan farklı ideolojik söylemlerin açığa çıkma biçimleri ve söylem seçimleri çoğu kez gazeteden gazete büyük farklılıklar göstermektedir (İnal, 1994a:142).

Medya organlarının söylemlerinde atlanmaması gereken nüanslardan birisi de mesajın izleyiciyi ikna etmede kullandığı fiillerdir. Haber dilinde bu iki şekilde yapılır. Bu en çok **Egemen Söylem**lerle yapılır. Böylece karşıt olabilecek açıklamalar, olayları çerçevlendirebilecek bir konuma ulaşmaz. Elliot, Murdock ve Schlesinger, (her ne kadar televizyon haberleri üzerinden olsa da) haber metninin açık mı kapalı mı olduğu ayırımına gitmişlerdir. Buna göre haber; öteki “diğer” kişilerin görüşlerinin sunumuna dayanmaktadır. Bu kişiler iktidar sahibi kurumların görüşlerini yansıtmaktadırlar ki bunlar bakanlar, partilerin önde gelen politikacıları, polis ve yargı organlarının üst düzey kişileri, akredite baskı gruplarının sözcüleridir⁴⁰.

Diğer bir söylem türü ise **Alternatif ya da Muhalif Söylem** olup, egemen söylemin aksine farklı görüş açıları her zaman bütünüyle dışlanmasa da bu alternatif söylemlerin haber anlatısı içinde temsili, yine sorunlu bir durumdur. Metin içinde alternatif veya karşıt açıklamalar çoğu kez inanılır bir konuma yerleşmekten çok egemen söylemler içinde eritilmektedir (İnal, 1996:99-100). Alternatif söylem, toplumsal yapıda egemen güç karşıtı yapılanmaların sonucu oluşmaktadır. Özellikle iktidarın baskın olduğu toplumlarda, egemen iktidarın savunusunu ve yönetim ilişkilerini irdeleyen alternatif söylem, zaman zaman toplumdaki yönetici olmayan güç sahibi seçkinleri de eleştirme gücüne sahiptir. Baskın ideolojinin karşıtı olarak da tanımlanan bu söylemin, toplumsal yapıda pekiştirilmesi yine medya aracılığıyla gerçekleşmektedir. Sınıflı toplumlarda alternatif söylemden ziyade alternatif söylemlerden söz etmek mümkündür. Özellikle demokrasiyle yönetilen ülkelerde,

⁴⁰ Elliot, Murdock ve Schlesinger’in saydığı bu kişileri Hall, “birincil tanımlayıcılar” olarak nitelendirmekte iken, birincil tanımlayıcıların oluşturdukları durum tanımlarını halk diline dönüştüren gazetecileri ise “ikincil tanımlayıcılar” olarak nitelendirmektedir.

mevcut olan egemen söylemin karşısında, birden fazla alternatif söylem olabilmektedir. Alternatif söylem demokratik toplumlarda dönemsellik özelliği göstermektedir (Dursun, 2009:58). Egemen ve alternatif söylem, dönemin yönetici sınıfının düşünceleri çerçevesinde şekillenmektedir

Özetle, haberde vurgulanmak istenen mesaj ya da tam tersi bir şekilde minimize edilmek istenenler, söylemler yoluyla gerçekleştirilmekte, vurgulanmak istenen mesajlar özellikle etken cümle yapılarıyla verilir olumlu yüklemlemlerle cümleler yapılandırılırken (vurguladı, altını çizdi vb.), önemsizleştirilen, küçümsenen olaylar edilgen cümle yapılarıyla ve olumsuz yüklemlemlerle (öne sürdü, iddia etti gibi), haberler inşa edilmektedir.

2.3. Medya Çalışmalarına İlişkin Yaklaşımlarda İdeoloji

2.3.1. Farklı Kuramsal Yaklaşımlar Açısından İdeoloji-Medya İlişkisi

2.3.1.1. İletişim Araçlarını Kültürel ve İdeolojik Aygıtlar Olarak Gören Yaklaşımlar

Medyaya yönelik eleştirel çalışmalar, Marksist eleştiri geleneğini taşıyan Frankfurt Okulu'nun kültür incelemeleri ve kültür endüstrilerini ele almasıyla başlamıştır. Hem ekonomi-politik hem de kültürel çalışmaları etkileyen bir yaklaşım olan Frankfurt Okulu'nun kitle iletişim yaklaşımları, geleneksel olarak 'eleştirel kuram' diye anılmaktadır. Eleştirel Yaklaşımın ana sorunsalının; "toplumsal iktidarın medya aracılığıyla kendini nasıl yeniden ürettiği" sorusu olduğu görülmektedir. Anadamar etki araştırmalarındaki ampirik yöntemlerin aksine; eleştirel yaklaşım, sosyoloji, ekonomi, göstergebilim, dilbilim, antropoloji, psikanaliz, felsefe gibi alanlardan beslenen disiplinler arası bir perspektifin şekillendirdiği çok sayıda araştırma yöntemi ve kuramsal çerçeveyi birlikte kullanmaktadır (Karaduman, 2009:25).

Marks, temel/üstyapı formülasyonunda kültür ve ideolojiyi üst yapının unsurları olarak görmüştür. Eleştirel çalışmalar kısmen Marksizm'den esinlenmiş olsalar da belli noktalarda Ortodoks Marksist görüşlerden ayrılmakta ve kendi içlerinde farklılaşmaktadırlar. Avrupa'da ve diğer ülkelerde tek bir Marksist düşünce okulu yoktur. Marksistlerin temel yaklaşımı ve ortak noktaları medyanın konuşma

özgürlüğünü geliştirdiğini savunan Çoğulcu Liberal yaklaşımların aksine, kitle iletişim araçlarının *status quonun* ⁴¹ yeniden üretilmesinde kullanıldığını belirtmeleridir. Marksist medya kuramları içinde farklı düşünce okulları, yorumcular tarafından çeşitli çerçevelerde ele alınmaktadır (Yaylagül, 2010:91-92).

Ortodoks Marksizm’le bağlarını koparmış bir Marksizm’den esinlenen ve Amerika Birleşik Devletlerinde sürgünde olan Frankfurt Okulu düşünürleri, 1940’lı yılların başından itibaren kültürün geleceği temelli kaygılar etrafında birleşmişlerdir. Yirmi yıl kadar sonra, Fransa’da ortaya çıkan yapısalcı hareket, deneyci yönetime karşıt olarak ideolojinin yeniden keşfini ortaya koymuş, yine 1960’lı yıllarda Büyük Britanya’da, Birmingham grubu Kültürel Çalışmaları başlatmıştır. (Armand ve Mattelard, 1998:58-59). Ancak Gurevitch ve arkadaşları, *Yapısalcılık, Kültürel Çalışmalar* ve *Ekonomi Politik* olmak üzere birbiriyle mücadele eden üç temel paradigma olduğunu belirtmektedirler (1982:8). Bu bağlamda medya çalışmalarında eleştirel paradigmanın çıkış noktasını oluşturan ve iletişim araçlarını kültürel ve ideolojik aygıtlar olarak gören Frankfurt Okulu ile dil ve sözcükler üzerine odaklanan Yapısalcılar ve ekonomi-politik görüş temelli Ekonomi-politik yaklaşımları ideoloji bağlamında ele almaya çalışacağız.

2.3.1.1.1. Frankfurt Okulu

Kısaca Frankfurt Okulu olarak adlandırılan kurumun resmi adı *Frankfurt Üniversitesi Sosyal Araştırmalar Enstitüsüdür*. Kapitalist sisteme eleştirel yaklaşan okul, 1923 yılında, I. Dünya Savaşı’ndan sonra kurulmuş ve Marksizm’den etkilenmiştir. Başlangıçta ekonomi politik alanda disiplinler arası çalışmalar yapmak üzere kurulan okulun üyelerinin ilgi alanları zamanla genişlemiştir. Eleştirel medya çalışmalarına öncülük etmiş olan Frankfurt Okulu, geleneksel Marksizm’in üstyapı kavramları olarak göz ardı ettiği kültür ve ideoloji kavramlarını sorunsallaştırmıştır.

Savaş krizlerine, devrimlere ve Avrupa’daki karışıklıklara bir tepki olarak gelişen Frankfurt Okulu, Marksist tabanlı olmasına rağmen, Ortodoks Marksizm’e eleştirel yaklaşmıştır. 1931’den itibaren okul, Max Horkheimer’in önderliğinde ilgi

⁴¹ Status quo bir olgunun günümüzdeki durumunu belirten Latince bir ifadedir. Statükoyu sürdürmek, var olan durumu olduğu gibi korumak anlamına gelmektedir.

alanını felsefe, kültür ve medyaya yöneltmiştir (Yaylagül, 2010:95). Frankfurt Okulu'nun önde gelen üyeleri arasında Max Horkheimer (1895-1973), Theodor W. Adorno (1903-1969), Herbert Marcuse (1898-1979), Walter Benjamin (1892-1940) bulunmaktadır.

Ortodokslukla ilişkisini koparmış bir Marksizm'den esinlenen ve Amerika Birleşik Devletleri'nde sürgün olan (1933-1950) Frankfurt okulu düşünürleri, 1940'lı yılların başından itibaren kültürün geleceğine dair kaygılar etrafında birleşmişler, ardından 60'lı yıllarda Fransa'da ortaya çıkan deneyci yönetime karşı ideolojinin yeniden keşfini ortaya koyan yapısalcı anlayışla ve yine 60'larda Britanya'da gelişen Birmingham Grubu'nun Kültürel Çalışmalarıyla, eleştirel yaklaşım gelişme zeminini oluşturmuştur (Mattelard, 1998:58-59). Özellikle Adorno ve Horkheimer'in çalışmalarında "kitle kültürü" ve "kültür endüstrisi" üzerine eleştirileri, kapitalizmin üretim ilişkilerinin ve iktidar ilişkilerinin toplumsal rıza ve denetim üretmeye olan katkılarını göz önüne sermiş, 70'lerden başlayarak günümüze kadar gelişen eleştirel çalışmalara kaynaklık etmiştir (Karaduman, 2009:25-26). Zaten Frankfurt Okulu'nun iletişim teknolojilerine ilişkin yorumları da "kitle toplumu eleştirileri" içinden biçimlenmektedir. Kitle toplumu kavramının tarihsel kökeni, dayanağı artık halk değil kitle olan, modern sınıflı toplumun belirlenmesi için gerekli toplumsal, siyasal ve ekonomik koşulları hazırlayan, Batı Avrupa kapitalizminin 19. yüzyılın ikinci yarısındaki hızlı gelişimine bağlanmaktadır. Kitle toplumunun ideal nitelikleri, kapitalist iş bölümünün gelişmesi, büyük çaplı fabrika örgütlenmesi ve meta üretimi, nüfusun kentlerde toplanması, kentlerin büyümesi, karar alma sürecinin merkezileşmesi daha karmaşık evrensel iletişim sistemleri ve oy hakkını, işçi sınıfını da içine alacak şekilde genişleten kitlesel siyasal hareketlerin büyümesidir. Kitle terimi ideolojideki bir değişimi de nitelemektedir. Modern kapitalizm, toplumsal ilişkileri demokrasi, eşitlik ve maddi adalet dolayısıyla meşrulaştırmaya çabalamaktadır (Timisi, 2003:56). Frankfurt Okulu tam da bu noktada, değişen toplum yapısı ve ideolojinin analizini yapmaya girişmektedir.

Frankfurt Okulu'nun önde gelen isimlerinden Adorno, ideolojinin kapsamlı ve kaçınılmaz bir tahakküm sistemi olduğu üzerine fikir beyan etmektedir (Canpolat, 2012:59). Herbert Marcuse'a göre, ürünler insanların zihinlerini yönlendirmekte ve

onlara yanlış bilinç telkin etmektedir. Böylece bu yanlış fikirler yanlışlıktan muaf kılınarak rasyonelleştirilmekte ve böylece medya, kendileri yardımıyla dünya hakkında düşündüğümüz terim ve kavramları tanımlamaktadır (Yaylagül, 2010:105).

Geuss'a göre, Frankfurt Okulu'nun temel amaçlarından birisi pozitivism eleştirisi iken, diğer bir amacı da 'düşünümsel'liği geçerli bir bilgi kategorisi olarak öne çıkartmaktır. Düşünümsellik, yanlış bilinç olarak ideolojinin eleştirisi için vazgeçilmez bir bilgi üretim yoludur. Eleştirel teoriye göre ideoloji, toplumsal aktörlerin, kendi gerçek durum ve çıkarlarını kavramalarına engel teşkil eden yanlış bir bilgi formudur. Aktörlerin, tahakkümden kurtulmak istiyorlarsa eğer, kendilerini bu yanlış bilinçten arındırmaları gerekir (1981:3). Bir bilinç formu, belirli türden kurum ve pratikleri destekleme, koruma ve meşrulaştırma fonksiyonunu yerine getirdiği ölçüde ideoloji olarak nitelendirilebilir. Eleştirel teorisyenler ideolojiden, çok sık olarak, tahakküm ilişkilerini süreklileştiren veya meşrulaştıran bir 'dünya tasavvuru' olarak söz ederler. Eleştirel teori perspektifinden, toplumsal çelişkileri maskeleyen hizmet eden bilinç formları ideoloji olarak adlandırılabilir. Eleştirel teoride toplumsal analiz ile ideoloji eleştirisi birbiriyle iç içe geçer. Verili haliyle gerçekliği betimlemek ve analiz etmek yerine, eleştirerek analiz etmek temel amaç olarak kabul edilir. Pozitivist toplum teorisinin amacı toplumu verili haliyle kontrol etmek ve korumak olduğu halde, eleştirel teorinin amacı verili durumu aşmak ve onun farklı bir gerçekliğin potansiyeline sahip olduğunu ortaya koymaktır (Geuss, 1981:15-26, aktr, Balkız, 2004).

Frankfurt Okulu'na göre medyanın ve kültür endüstrilerinin burjuva bireyciliğini ve işçi sınıfının devrimci potansiyelini yok eden ideolojik bir işlevi vardır (Woollacot, 1982:105). Frankfurt Okulu, ideoloji üzerine odaklanmaktadır ve ekonomik faktörler üzerinde durmaktadırlar. Ancak Frankfurt Okulu'nun son temsilcilerinden olan Jürgen Habermas, medya eleştirilerinde ciddi bir kopuş sergilemiştir, dil ve dilin düşünme sürecinde teknoloji-kültür arasında yaptığı aracılığa vurgu yapmaktadır.

2.3.1.1.2. Gramsci ve Hegemonya

Gramsci'nin ve onun ideoloji kavramı çerçevesinde ortaya attığı hegemonya kavramı ile Althusser'in ve onun ideolojik betimlemede devletin ideolojik aygıtları ayırımına gittiğini, *'İdeoloji'ye Yönelik Farklı Kuramsal Yaklaşımlar* başlığı altında ele almıştık. Ancak gerek genel anlamda medyanın varlığı gerekse medya metinleri anlamında Gramsci'nin ve Althusser'in ideolojik değerlendirmelerini ele almaya çalışacağız.

Gramsci, sınıf oluşumları ve sınıf ittifaklarında kültürün ve kültürel pratiklerin rolünün kavramsallaştırılmasında yeni bakış açısı ortaya koymuştur. Gramsci, var olan kültür ve ideolojiyi reddetmek yerine, bu ideolojinin parçacı niteliğini ortaya çıkaracak biçimde eleştirmek gerektiğini vurgularken, medya metinlerine yönelik görgül çalışmaların gerektiğini de üstü kapalı bir biçimde vurgulamıştır (İnal, 1996:62). Gramsci'ye göre kitle iletişim araçları başat kültürün kendi varoluş koşullarını güçlendirmeye ve kültürel/felsefi/ahlaki değerlerini yaymaya hizmet etmektedir. Bu anlamda kitle iletişim araçlarından bireyin gündelik yaşama aktarılan “yaşamın kendisine ve yaşama biçimlerine ilişkin tanımlamalar”, süreç içerisinde giderek birey için “yaşanan gerçekliğe” dönüşmektedir (Ergül, 2005:70).

Gramsci'ye göre; iktidar ve güç, kültür veya gündelik yaşam gibi hayatın her alanında yer almaktadır. Gündelik yaşamlarında insanlar mevcut toplumsal uzlaşılarda fikir birliği içerisinde oldukları ve bu durum, sıradan vatandaşa “sağduyu” olarak görünmektedir. Hegemonya'dan başka Gramsci için diğer önemli bir kavram olan *rıza*, egemen sınıfın kendi dünya görüşünün ve düşünme biçiminin toplumun üyelerine kabul ettirilmesidir. Okul, kilise (din), medya gibi kurumlar insanların düşüncelerini tekrar tekrar ürettiği kurumlardır. Bu kurumlar vasıtasıyla egemen sınıf, kendi düşünce biçimini ve dünya görüşünü topluma yaymaktadır. İnsanlar herhangi bir toplumsal sorunla karşı karşıya geldiklerinde kendilerine öğretildiği gibi, yani egemen sınıfın bakış açısıyla olayları değerlendirirler. Çünkü insanlar sağduyuyla düşünmemektedirler. Sağduyu, olayları herkesin bildiği gibi tanımlar. Bugün de medya aynı yöntemi kullanmaktadır. Böylece sağduyu insanların temel kabullerine aykırı düşen alternatif yaklaşımları vatandaşın gündeminden uzaklaştırır. Sağduyunun temel kabulleri ile insanlar belli tarz düşünceleri ve düşünme

biçimlerini kabul ederek bu değerlerin inançların ve toplumsal ilişkilerin taşıyıcısı ve yeniden üreticisi durumuna gelmektedirler (Yaylagül, 2010:112).

Hegemonya kavramının özellikle iletişim çalışmalarında yaygınlıkla kullanılır hale gelmesinin nedeni, iletişim araçlarının gerek özerk toplumsal aktörler, gerekse baskın ideolojilerin veya oydaşmanın düzeyak yansımaları olmamalarıdır. Tersine iletişim araçları rızanın üretimindeki ana etkenlerdendir. İletişim açısından önemli olan bir diğer nokta, hegemonya için toplumun her alanında, hatta siyaset ve devlet müdahalelerine en kapalı ve en mahrem görünen alanlarda dahi savaşın veriliyor olmasıdır (Mutlu, 2008:127). Dolayısıyla popüler iletişim araçları metinleri de dahil, haber metinleri bu mücadelenin sürdürüldüğü önemli alanlardandır.

2.3.1.1.3. Althusser ve Devletin İdeolojik Aygıtları

Althusser'e göre ideoloji, bireylerin kendi varlık koşullarıyla olan hayali ilişkileridir. Althusser, ideolojinin yanlış bilinç olarak algılanmasına karşı çıkmaktadır. Çünkü ideolojiler, insanların zihinleri tarafından üretilmezler, kiliseler, camiler, okullar, sendikalar ve medya gibi, insanlara nasıl düşüneceğini onlara öğreten ve kendisinin devletin ideolojik aygıtları dediği kurumlarda somutlaşan maddi bir yapı tarafından ideoloji üretilmektedir (Yaylagül, 2010:116).

Althusser'in, klasik üstyapı/altyapı modeli yerine geliştirdiği üst belirlenim yaklaşımı, basitçe ekonomik ilişkiler tarafından belirlenmeyen kültür ve ideoloji arasında bir ilişki modeli üretmektedir. İdeolojinin, insanların kendilerini ve toplumla ilişkilerini düşünme, eyleme ve anlaması şeklindeki dinamik ve toplumsal bir süreç olarak kavramlaştırılması Marksist ideoloji kavramında olduğu kadar, medyayı ele alışıta da farklı açılımlar getirmiştir (Dursun, 2001:30). Althusser'in kuramında medya metinleri özneyi çağırmaktadır. Bu bağlamda Althusser'in ideoloji kuramının en önemli öğelerinden *adlandırma* ve *çağırma* kavramlarıyla medya arasındaki ilişki dikkat çekicidir. İdeoloji üreticisi konumundaki çeşitli üst yapı kuruluşlarının seslenme biçimleri, özneye kazandırdığı kimlik ve isimler ile görev ve sorumluluklar, medya alanında öne çıkar ön gerekliliklere dönüşmektedirler (Yüksel, 2012:84). Böylece öznelere en fazla ideolojik kurulumun yardımcı nesnesi

durumunda olduğunu söyleyen Althusser'e göre, özneler belirli ideolojik anlamların yalnızca taşıyıcısı olabilmektedir ve medya bu anlamda önemli rol oynamaktadır.

2.3.1.1.4. Yapısalcı Dilbilim

Yapısalcılık, II. Dünya Savaşı'ndan sonra, 1950'li yıllarda Roland Barthes ve Levi-Strauss'un çalışmaları ile popüler olmaya başlamıştır. Her ne kadar çeşitli yapısalcı yaklaşımlar olsa da diğer yaklaşımların hepsinin temelinde sosyal yaşamın o şekilde oluşmasını sağlayan yapılar olduğu görüşüne dayanmaları ortak noktalarıdır (Yaylagül, 2010:119). Dil bilim alanında yapısalcı yaklaşımların temelini Ferdinand de Saussure atmıştır.

Saussurecü dilbilimsel anlayış ve Strausscu antropolojik yaklaşım şu ifadenin altını çizmektedir: “Kategoriler, dünyamızın farklılıklarını ihtiva eder”. De Saussure, “bütün diller farklıdır ve onların kelime hazineleri dünyayı farklı kategorilere böler” şeklindeki teziyle yapısalcı dilbilimin öncülüğünü üstlenmekte; ancak eserlerinde yapı kavramını kullanmamaktadır. De Saussure, dil sistemindeki bütün ilişkilerin gösteren ve gösterilenlere bağlı olduğunu ortaya koymaya çalışır. “Dilin dil olarak ne olduğu” sorusunu ortaya attıktan sonra dili bir nesne olarak tanımlayan de Saussure, dilin kendine özgü bir göstergeler sistemi şeklinde birtakım yapıcı öğelerden oluştuğunu söylemektedir (Sözen, 1999:45).

Nazife Güngör'e göre dile odaklanan Yapısalcı çözümlemede yapıların tarihsel bağlamları göz ardı edilmektedir. Zaten Yapısalcılığa karşı çıkanlar da onun, tarihsel toplumsal, kültürel, ekonomik bağlamlardan koparıldığını ileri sürmektedirler. Yapısalcılığın göz ardı ettiği bu bağlamların sığ alanında da yalnızca metinlerin sığ anlam örüntüleri incelenebilir (2011). Metinler öne plana çekilip merkezi bir konuma taşınırken, metin üreticisi veya yaratıcısı konumundaki yazar görünmez kılınmıştır.

Yapısalcılık, farklı disiplinlerin arasında kalarak farklı mecralarda yol almıştır. Mesela, Claude Levi-Strauss yapısalcılığı antropolojik incelemelerine uygularken,

Tichener psikolojiye, Barthes ise edebi metinlere uygulamıştır. Marksist paradigma içerisinde yapısalcı çözümlene yapmaya çalışan Althusser'in yanı sıra Foucault, Lacan ve Derrida gibi isimler 1970'li yıllardan itibaren yapısalcılığın ve post-yapısalcılığın önde gelen isimlerin başında olmuşlardır.

Eleştirel yaklaşımın temel sorunsalları arasında yer alan ideoloji konusu yapısalcı çalışmalarda “medyanın ideolojik bir güç olduğu” gibi bir kabulden hareket eder. Yapısalcı yaklaşım, medya ürününün ideolojik yapısına vurgu yapmaktadır. İlk yapısalcı çalışmalar anlamlandırma ve temsiliyet üzerine yoğunlaşırken, son dönem çalışmalar medya metinleri ve edebi metinlere de ilgi göstermektedir. Yapısalcı yaklaşımın klasik Marksist, ekonomi politik temelli kitle iletişim araştırmalarından ayrıldığı nokta ise alt yapı üst yapı etkileşiminde yatmaktadır. Yapısalcı yaklaşım dilin inşa edici yönüne de dikkat çekerek, daha çok medyadaki temsillere ve medya metinlerinin analizine yönelmektedir (Karaduman, 2009:26). Yapısalcılar için kilit nokta, metnin nasıl üretildiği veya tüketildiği değil, metni belirleyen dilsel yapılarıdır.

2.3.1.1.5. Kültürel Çalışmalar

1960'lardan itibaren önce edebiyat alanında başlayan İngiliz Kültürel Çalışmalar, daha sonra disiplinler arası bir yaklaşımla toplumsal eşitsizlik, sınıfsal ayırım, ideoloji gibi sosyal konular ile uğraşmışlardır. İlk çalışmalarında daha çok elit kültür ya da seçkin/üst kültüre odaklanılmış ancak daha sonradan Frankfurt Okulu'nun da temel ilgi alanlarından olan popüler kültür, kitle kültürü ve gündelik kültür gibi konular temel araştırma konularından olmuştur. Ancak Kültürel Çalışmalar Frankfurt Okulu'ndan etkilenmiş olsa da izleyici/dinleyiciye ve okuyucuya yaklaşımları farklı olmuştur. Frankfurt ekolü izleyiciyi/okuyucuyu aldatılan kitleler olarak görerek edilgen bir yapı içerisinde tasarlamış, Kültürel Çalışmalar ise aksine izleyiciyi/okuyucu etken bir yapı içerisinde görmüşlerdir.

Richard Hoggart ve Raymond Williams'ın başını çektiği Kültürel çalışmaların (her ne kadar ekolün kurucusu Hoggart olsa da) dünya çapında ün kazanması Stuart Hall yönetimin başına geçince olmuştur. Açık Üniversitesi'nde sosyoloji profesörü olan Hall, Althusser'den etkilenmiş olup, medyanın gerçeği inşa etmesine rağmen

gerçeği yansıtmış gibi yaptığını belirtmektedir (Yaylagül, 2010:129). Hall, medya iletilerinin anlamları üzerinden medya bağlamında ideoloji çıkarımı yaptığını söyleyebiliriz. Hall'e göre (2002) *anlam*, kendine özgü doğası gereği çok anlamlıdır. Anlamlar, tümüyle toplumsal ilişki ve yapılarda içerilmemektedir. Belirli kültürel ve siyasal pratikler aracılığıyla, çeşitli toplumsal konumlara eklenilebildikleri ve toplumsal özneleri tekrar tekrar oluşturdukları ölçüde toplumsal olarak işlev görmekte ve işlemektedirler. Bu nedenle hâlihazırda sürekli edilgin izleyiciler olarak seslenilebilecek sabit, şaşkın özneler yoktur. Anlamlandırma pratiklerinin sürdürülmesini sağlayan kültürel ve ideolojik çerçeveler, sistemler, kodlar söz konusudur. Hall, bu bağlamda iletişim araştırmalarında ideoloji sorunuyla ilgilenmekten kaçınmanın kesinlikle olanaksız olduğunu belirtmektedir. Çünkü ideolojik alan, analitik açıdan bir parçası olmadığı, toplumsal, siyasal ve teknolojik ilişkilerle birlikte, ekonomik ilişkiler içerisinde yapılanmakta ve biçimlenmektedir.

Genel olarak Kültürel Çalışmaların odak noktasında kültür, medya metinleri ve iktidarın bağlamsal olarak araştırılması ve ilişkilerin değişiminin irdelenmesi yer almakta ve iktidar ilişkilerinin yerleştirilmesi, analiz edilmesi, değiştirilmesi ve yeni bağlamlar oluşturulması istenmektedir (Alver, 2009:31). Medyaya, iktidar ve egemenlik yapılarını eklemleyerek çözümlemeyi amaçlayan Kültürel Çalışmalar, izleyiciyi *etkin* olarak görmüş ve alımlama analizlerinin gerekliliğine de dikkati çekmişlerdir.

2.3.1.2. İletişimin Ekonomi Politikası

İletişimin ya da medyanın ekonomi politikası kitle iletişim kuramlarının mülkiyet ve sahiplik yapısı, bundan beslenerek gelişen medya-iktidar ilişkileri bu ilişkilerin medya metinlerinin içeriğine nasıl yansıdığı üzerinde yoğunlaşmaktadırlar. Adorno, Golding, Murdock, Mosco, Garnham, Chomsky, Herman gibi isimlerle biçimlenen iletişimin ekonomi politikası yaklaşımının kaynağı Marksist gelenek içerisinde biçimlenen ekonomi politiktir. Özgürlük, serbest rekabet, eşitsizlik maskesi takarak aslında eşitsizlik ve sömürü ilişkileri üzerine kurulan kapitalizmin eleştirisi biçiminde geliştirilen Marksist ekonomi politik, Frankfurt Okulu düşünürlerinin öncülüğünde, kitle iletişim araçlarının işlev ve işleyişine ilişkin çözümlemelere de

uyarlanmıştır. Buna göre kapitalizm içerisinde büyük sermayenin sahipliğinde biçimlenen kitle iletişim kurumlarının sistemin siyasal ve ekonomik güçleriyle nasıl işbirliği yaptığı, egemen blokta nasıl yerini aldığı, egemen kesimlerin kitleleri kandırma çabasına nasıl ortak olduğu, eleştirel bir bakış açısıyla incelenir (Güngör, 2011:119). Bu yönde yapılan çalışmalarla, iletişim kuram ve araştırmalarının ekonomi-politik boyutu oluşturulmaktadır.

Kitle iletişimiyle ilgili medya ve kültür endüstrileri kapitalist ekonomik ve siyasal yapının içerisinde hareket ederler. Bu kurumlar kapitalist pazar ekonomisinin ve siyasal bir otoritenin sınırlandırıldığı bir ortamda faaliyette bulunmaktadır. Ekonomi politik bu ortamda üretilen medya içeriklerinin ve kültürel alandaki üretim ve dağıtım süreçlerini inceler. Bu yapı içerisinde üretilen kültürel ürünler ve içerikler birer emtiadır. Bunların üretimi, dağıtımı ve tüketimi egemen üretim yapısının kurallarına bağlıdır. Ancak bu emtialar, diğer emtialardan farklı olarak ideolojik bir işlev de yerine getirmektedirler (Yaylagül, 2010:144). Böylece bu emtialar egemen toplumsal yapıyı ve iktidar ilişkilerini meşrulaştırarak pekiştirir ve yeniden üretme fonksiyonunu yerine getirmiş olur.

Ekonomi politik temelde iki farklı yaklaşımı içermektedir: *Klasik ekonomi politik* ve *eleştirel ekonomi politik*. Klasik ekonomi politikçiler serbest piyasada herkesin, toplumdaki tüm bireylerin özgür satın alma ve kullanma olanaklarına sahip olduklarını varsayarken, eleştirel görüş, medya ürünlerini satın alanların, yani izleyicilerin tercihlerinin oluşum süreçleri üzerinde durmaktadırlar (Güngör, 2011:122). Ancak genel anlamda medyanın ekonomi politik medyanın mülkiyet yapısıyla ilgilenmenin yanı sıra daha geniş bir bağlam içerisinde ekonomik ve kültürel kaynakların dağılımı aracılığıyla kapitalist sistemin işleyişini incelemektedir. Sermaye hareketlerini, devletin rolü ve işlevi ile bu sürecin ideolojik yeniden üretimi üzerindeki etkileri incelemektedir (Wasko, 1989, aktr, Yaylagül, 2010:145). Vincent Mosco'ya göre, dar anlamda ekonomi politik, iletişim kaynaklarının da dahil olduğu, toplumsal kaynakların üretim, dağıtım ve tüketimini yaratan toplumsal ve iktidar ilişkilerinin incelenmesidir. Geniş anlamda ekonomi politik ise, toplumsal yaşamda egemenliğin ve mücadelenin incelenmesidir. Ekonomi politik incelemeleri, tarihsel gelişmeleri ve toplumsal dönüşümleri analiz eder. Bütüncül bir yaklaşımla da

ekonomi, siyaset, kültür ve ideoloji arasındaki ilişkiyi organik bir biçimde ele almaktadır. İncelemelerinde değer yargılarını, ideolojileri, felsefi, etik ve inançla ilgili konuları dışarıda bırakmaz (1996, aktr, Yaylagül, 2010:146).

Özetlemek gerekirse ekonomi politik bakış açısı, medya gibi kültür ve ideoloji üreten kurumların öncelikle ekonomik yapılarına bakılması gerektiğini savunur. Çünkü medya mesajları ve bu mesajların yüklendiği anlamlar o kurumların ekonomik yapıları tarafından belirlenmektedir. Mesela ticari medya organları, kendilerine reklam verenlerin ihtiyaçları doğrultusunda içerik hazırlarlar ve bu yüzden maksimum düzeyde izleyici çekmek zorundadırlar. Ekonomi politiğin temel mantığı da metnin üretim sürecini etkileyen koşullardan başlayarak, dağıtım ve tüketim süreçleriyle birlikte hepsini kapsamaktadır.

2.3.2. Yazılı Basında İdeoloji: Dil ve Söylem Yoluyla İdeolojilerin Haber Metinlerine Yerleştirilmesi

Siyasal gücü elinde bulunduran egemen güçler, bir yandan başat ideolojinin baskı altında tuttuğu kitlelerin rızasını kazanıp diğer yandan bu ideolojilerin kültürel bağlamda kurumlarda ve ürünlerde tekrar tekrar üretilmesini sağlamaktadırlar.

Medyanın söylemsel yeniden üretiminde dil oldukça önemlidir. Ancak, dil ve söylem ile ideoloji bütünüyle örtüşmezler. Öyle ki dil, ideoloji ile eklenir, ideolojik pratik tarafından işlenir, ancak onun için de bütünüyle yok olmaz. Bu nedenle dil, ekonomik, politik, ideolojik pratiklerin yanında dördüncü bir pratik olarak görülmeye başlanmıştır. Bu durum medyanın söylemsel yeniden üretiminin, egemen ideolojilerin yeniden üretimi olarak algılanmasına bir çekince koymayı gerektirmektedir. Nitekim dilin bir pratik olarak işleyişi ve ideolojiden öte tabiatı, söylemle ideoloji arasında basit bir özdeşlik ilişkisi kurmasına izin vermemektedir. Ancak bu durum, söylem ve onun araçlarından birisi ya da en önemlisi olarak medya alanının ideolojik kontrol alanı olmadığı anlamına da gelmemelidir. Çünkü egemen söylemlerin sadece iktidar edenlerin hegemonya-içi mücadelesinden ötürü değil, dilin ve söylemin çok katlı olmasından ötürü de tek sesli olmayacağı anlamına gelmektedir. Böylece egemen söylemler, birbiri ile çelişen mesajlarla da yüklü

olabilecek ve dolayısıyla medyanın söylemine müdahaleleri ideolojik bir tutarlılık taşımayabilecektir. (Alankuş, 1995, aktm, Işık, 2010:37).

Egemen ideolojinin kurulmasında, Gramsci, ideolojik hegemonya kuramıyla iktidarı elinde bulunduran egemenlerin kendi felsefelerini, kültürlerini ve etik değerlerini yaymak, zenginliklerini, güçlerini ve konumlarını güçlendirmek ve sürdürmek için kitle iletişim araçlarını kullandıklarını belirtirken; Althusser devlet eliyle yapılmış olsun veya olmasın bütün üretim araçlarını Devletin İdeolojik Aygıtları olarak görmektedir ve bu aygıtların en önemlilerinden birisi medyadır. Burjuvazinin ideolojik hegemonyasını kurmasının ve sürdürmesinin araçlarından biri olan medya, toplumun sürekli değişen koşullarına uygun olarak ideolojik yeniden üretimini gerçekleştirmesi ve bu ideolojiyi toplumu oluşturan bireylere ulaştırarak ve onların bu düşünceleri sahiplenmesini sağlayarak, ideolojik hâkimiyeti ve denetimi sağlamaktadır (Çoban, 2013:131). Yani medya, hem sermayenin kar elde ettiği bir mal, hem de burjuvazinin egemenliğini kurmasının ve sürdürmesinin bir aracıdır.

Söylem, egemenlik ilişkilerinin hem kurulduğu hem de temsil edildiği birincil araçtır ve ideoloji, söylemi ve egemenlik ilişkilerini bağlantılandırmakta dolayımlayıcı kapasiteyle işlev görmektedir (Mumby, 2004:137). Söylem dil aracılığıyla oluşturulan bilinçli bir konumlanmadır ve ideolojik yapıları inceleme yollarından biri, dilin incelenmesinden ve aktardığı söylemin analiz edilmesinden geçmektedir (Arık, 2009:247-248). Mumby'e göre, ideoloji söylemsel pratiklerle bağlantılandırılmış ve böylece doğası gereği simgeseldir. Özünde ideoloji ve söylem arasında yinelemeli bir ilişki bulunmaktadır. Yani, her biri ötekinin aracı ve çıktısı olarak işlev görmektedir. İdeoloji aynı anda söyleme yol gösteren ve onu sınırlayan altta yatan mantığı sağlarken, aynı zamanda söylem de ideolojinin sürekli üretildiği ve yeniden üretildiği ortamdır. Bundan dolayı, belirli anlam biçim(siz)lenmelerinin ideolojik yapısının çalışılması, bu anlam biçim(siz)lenmelerini oluşturan söylemsel pratiklerin bir çözümlemesini gerektirmektedir (2004:138). Söylem, dil aracılığıyla şifrelenmiş ideolojiyi gerek toplumsal gerek kurumsal olarak ortaya çıkarırken, söylenmesi olanaklı olan veya olmayanı betimlemekte ve sınırlandırmaktadır.

Söylem mesajın söylediği, ideoloji ise; söylenebilecek olanı belirleyen kodlamadır. Söylem, ideolojilerin yeniden üretiminde ve günlük ifadelerde vazgeçilmez bir rol oynar. Bu nedenle ideolojilerin söylemde nasıl ifade edildiği veya gizlendiği ve böylece toplumda nasıl yeniden üretilebileceği önem taşımaktadır. Söylem kurgusunda eğilim, toplumsal bir pratik olarak toplumsal yaşamda dilin nasıl işlediğine, söylemin içindeki iktidarın nasıl kurumlaştığına doğru kaymıştır. Açık uçlu anlatımda söylemde ortaya çıkan kapanmanın altında, anlamlandırmaya yön veren bir güç olarak gizli/örtük bir şekilde ideoloji yatmaktadır (Karaduman ve Batu, 2011:362). Böylelikle aslında her söylem, içinde ideolojiyi barındırmaktadır.

Medya üzerinden ideolojiye bakıldığında ise medya, ideolojik olanla bütünleşmekte ve egemen ideolojiyi yeniden üretmektedir. Medya ürünlerinde ideolojik olmayan içeriğe yer kalmamaktadır: “Bir şey ideolojik değilse nedir?” ideolojik olan, haber bağlamında aynı zamanda yanlılığı da beraberinde taşımaktadır. Ancak, ideolojik üretim medya kurumları açısından sabitken, bu üretimin boyutu, biçimi, görünümü her bir medya grubu için değişebilir (Özer, 2011:61). Böylece, bir medya ürünü ve söylemlerin temsil edildiği metinler olan haberlerin söyleminin oluşmasında haber kaynağı, haberin üretildiği kurumun ve toplumun ekonomi politiği, haber profesyonelleri ve editoryal süreç belirleyici bir rol oynamaktadır. Haber ve buna bağlı olarak söylem belirli bir üretim sürecinin sonunda oluşmaktadır. Bunun sonucunda üretim sürecini kontrol edenlerin de parçası olduğu egemen ideoloji üretilmektedir. Bu ideolojik unsurlar haber metnin düzenlenişi ile oluşurlar. Çünkü haber metinleri içerisinde belli egemen düşünceler, yaklaşımlar, anlatılar öne çıkarılmaktadır ki bunun sonucunda belli dünya görüşlerini taşıyan ideolojik ve kapalı bir metin ortaya çıkar (Bulut ve Yaylagül, 2004:123-124). Bu bağlamda haber metinleri yapıları, sahip oldukları kategoriler ve sergiledikleri kavramlar arası ilişkiler nedeniyle, diğer metin türlerinden açık biçimde farklıdır (Ülkü, 2004:371).

Yukarıda da bahsedildiği üzere haber kaynağı, haberin üretildiği kurumun ve toplumun ekonomi politiği, haber profesyonelleri ve editoryal süreç önemli rol oynamaktadır. Haber dilinde endüstriyel bir yapı içerisinde egemen olan belli kodlar ve profesyonel değerler kullanılmaktadır. Bu kodlar kullanılarak haber metinleri

aracılığıyla egemen bir söylem biçimi geliştirilir. Haberlerin en önemli dilsel özelliği haber metinlerinin ister yazılı ister görsel-işitsel medya olsun gündelik yaşamda insanların kullandığı dili kullanmasıdır. Ancak bu gündelik dil, haber metinlerinin üretilmesi sürecinde farklı dilsel kullanım biçimlerine dönüştürülür. Örneğin her gazetenin veya televizyonun kendine özgü bir dili vardır. Bu dil aracılığıyla kendi okuyucu/izleyici kitlesine ulaşır. Bir gazete ele alındığında o gazetenin resimleri ve yazıları sayfaya yerleştirme biçimi, yazı karakterlerinin basıldığı puntunun büyüklüğü, kullanılan başlıklar, alt başlıklar ve ara yazılar, açıklama yazıları ile fotoğrafların sayfa üzerinde harmanlanması egemen söylemin oluşmasına katkıda bulunur. Televizyon ve gazete haberlerinde egemen ideoloji bu kuruluşların ait oldukları endüstriyel yapı içerisinde profesyonel pratikler ve egemen norm ve kodlar yardımıyla oluşturulur (Bulut ve Yaylagül, 2004:124). Habercilik yaparken, gazetecinin gerçekliğe ilişkin hangi öğeleri ne tür kaygılarla haber metnini oluşturmak için alıkoyacağı ve hangilerini dışarıda bırakacağı, haberin kurulmasıyla ilgili önemli bir tercihtir. Dolayısıyla haber yazımı faaliyeti, bir seçme işleminin ister istemez var olduğunu göstermektedir. Bu seçme işleminin dışında, bir de haberin kendi yapılaşmış dili, grameri, anlatısal özellikleri de haber aracılığıyla kurulan gerçeği sorunlu kılmaktadır. Haberin yapılaşmış dili, toplumsal yapıda var olan, süre giden sınıfsal, cinsiyetçi, ırkçı vb. her türlü iktidar ve egemenlik ilişkilerinin yeniden üretilmesinden sorumsuz ya da bağımsız görülemez (Dursun, 2005:72). Yani haber, dili ve söylemindeki cinsiyetçilik, sınıfçı veya ırkçılık gibi eşitsizlik ilişkilerini bariz görünür kılan ve hatta tekrar tekrar üretilen metinlerdir.

Gazeteci kendi görüşünü ve ideolojisini haberlerin içerisine söylemiyle yerleştirmektedir. Bunun için kendi destekledikleri kişilerin iyi bir eylemde bulunmaları halinde onlara fazlasıyla yer verirken, olumsuz bir eylemde bulunmaları halinde cümleler pasif olarak yapılandırılmakta, aktörler görmezlikten gelinmekte veya çok sınırlı bir biçimde metinde yer almaktadırlar. Öte yandan karşıt oldukları kişilerin olumlu eylemlerine haberde, gerektiği kadar yer vermezken, olumsuz eylemlerine, aktörleri haberin bile önüne geçirerek, kamuoyuna yansıtmaktadır (Devran, 2010:123). Van Dijk bu duruma ideolojik kare olarak adlandırmaktadır ve şu dört madde ile özetlemektedir.

- a) Bizim iyi özelliklerimizi ve hareketlerimizi vurgulaması.
- b) Diğerlerinin/ötekilerin, kötü özelliklerini ve hareketlerini vurgulaması.
- c) Kendi kötü özellik ve hareketlerimizi hafifletmek, üzerinde fazla durmamak.
- d) Diğerlerinin/ötekilerin, iyi özellik ve eylemlerini küçümsemek, fazla dillendirmemek (1998:33).

Van Dijk'ın bu ideolojik kare önermesinden gidersek, Dursun'un belirttiği gibi haber ve haberciliğin eleştirilmesinde, eleştiri çerçevesinin en aşına olunan, haber analizlerinde en fazla dolaşımda olan önermesi, "*haber gerçek dünyayı olduğu gibi yansıtmadığı, gerçekliği kuran/inşa eden bir metin olduğu*"dur (2004:40). Oysa söylem ve ideoloji bağlamında haberler toplumsal tahakkümün kurulmasında rol oynamaktadır. İdeolojinin işleyişi açısından medya, belirli kesimlerin çıkarları siyasi erkin belli biçimlerde maskelendiği, doğal akış içerisinde meşrulaştırıldığı süreçler olarak gerçekleşmektedir. Yusuf Devran'ın da belirttiği gibi (2010:118), haberler gerçeği bir ayna gibi yansıtılabileydi, sadece toplumda daha önceden var olan şeyleri yansıtır. Eğer dünyanın resmini yansıtmış olsalardı, yansıyan bu resmin bireylerin bildiği resme çok yakın bir resim olması gerekirdi.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

2002-2011 SEÇİM DÖNEMİ HABERLERİNDE SİYASAL ETKİ VE İDEOLOJİ

Bu bölümde, Türk yazılı basınından seçilen gazetelerinden oluşan örneklem üzerinden, 3 Kasım 2002 ve 12 Haziran 2011 seçimleri öncesi seçim haberlerinin kullandığı ideolojik dilin *Söylem Analizi* yöntemiyle analiz edilmesi amaçlanmaktadır. Öncelikle araştırmanın amacından bahsedilecek daha sonra yöntem olarak belirlenen söylem analizi hakkında bilgi verilecektir.

1. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, seçim dönemini kapsayan haber örneklerinde basın kuruluşlarının ideolojik tutumlarının belirlenmesi temel amaçtır. Kitle iletişim araçları, günümüzde ekonomik anlamda kâr sağlama nedeniyle, ekonomik çevrelere bağımlı olduğu kadar, politik çevrelere de bağımlıdır. Kitle iletişim araçlarının, ya da kısa adıyla medyanın; ekonomik ve politik uzantıları medya kurumlarının sahiplik yapısından, medya metinlerinin üretimine kadar sirayet etmektedir. Araştırmanın konusunu oluşturan haber söylemindeki siyasal etki açısından bakıldığında; medyaya bağımlı olan siyasal yapı ve siyasal kültür içinde medya, kamusal tartışmaların taşıyıcısı olan, siyasal söylemlerin kurulduğu ve dolayımlandığı yerdir. Bu bağımlılık ilişkisi, zaman zaman siyasal sürece görece bir özerklik ve medyayı, direktiflerle, yasa ve yönetmeliklerle doğrudan yönlendirme konumu verse de, kimi durumlarda da, medya görece özerk bir konumdan siyasal yapıyı yönlendirebilmektedir. Bu çalışmanın adı olan “*Haber söyleminde siyasal etki ve ideoloji*” başlığı da tam da bu noktaya vurgu yapmaktadır. Haber üretiminin kaynaklarla bağlantının mülakatların sunumların, alıntılamaalarının, başat konu başlıklarının, yapılan çağrışımların, rapor etme üslubunun bu ve diğer pek çok boyutu, söz konusu toplumsal ve ideolojik konuları ustalıkla bir şekilde içinde taşımaktadır. Siyaset haberlerinde, siyasal elitlerin söylemleri de medya-siyaset ilişkisi bağlamında haberler vasıtasıyla yeniden inşa edilerek üretilmekte, haberin söylemine yerleştirilen ideoloji bağımlı sınıfların gözünde egemen sınıfların meşruiyetini sağlamlaştırmaktadır. Öyle ki haberde kullanılan başlıklardan, fotoğraf seçimine, haberin söyleminden haber kaynağının türüne kadar pek çok faktör, sıradan bir izleyici/okuyucu tarafından eleştiri yapmaksızın alınırlar. Ancak medya tüketicisinin bu alımlaması, onun siyasi tutum ve kanaatlerini belirlediği kadar, nasıl düşüneceğine, ne şekilde tutum ve davranış sergileyeceğini göstermede önemli bir faktördür. Bu araştırmanın bir amacı medya-siyaset arasındaki karşılıklı döngünün haber metinlerinin yapılandırmasına nasıl etki ettiği ve bu haber metinlerinin, söylemindeki egemen siyasi söylemler ve bu haberlere söylemler yoluyla yerleştirilen ideolojik unsuru ortaya çıkartmaktır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Bu çalışmada toplanacak verilerle; Çoğulcu yaklaşımın benimsediği gibi kitle iletişim araçlarının “toplumun bir aynası olduğu” yönündeki görüşün, günümüzde

haberlerin okuyuculara/izleyicilere şeffaf bir şekilde aktarılmadığının ortaya çıkarılacaktır. Medya bir yandan toplumsallaştırma gibi bir işleve hizmet ederken, diğer bir yandan itici güç olarak yeni ekonomik gelişmelere katkıda bulunmaktadır. Bu bağlamda medyada sermayeyi elinde bulunduran güçler açısından haberlerin verilmesinde rol oynayan unsur saptanacaktır. 21. yüzyılın en çok kullanılan kavramlarından biri olan Küreselleşme düşüncesi ile medya teknolojilerinin "özgürleştirici" yönüne vurgu yapılmakta, insan yaşamını kolaylaştırdığını ve genel bir refah artışı sağlandığını içerdiği belirtilmektedir. Ancak her medya aygıtı, haberleri kendi ideolojik süzgeçlerinden geçirmektedir. Buna göre medyanın bireyleri özgürleştirmekten ziyade, onları nasıl yönlendirdiği ve egemen ideolojileri nasıl meşrulaştırdığı sorgulanıp, bireylerin haberleri muhalif okuması sağlanacaktır. Eleştirel açıdan bakıldığında, egemen söylemler yoluyla medyanın sosyal, kültürel, ekonomik ve politik açıdan yarattığı tekdüzelikte medyanın sorumlulukları sorgulanacaktır. Medyayı kullananların, medyanın haber verme işlevinin olağan sınırlar içinde alımlaması, yani haber metinlerine etki eden egemen ideolojinin söylemlerle ve görsel fotoğraf ve görüntülerle yeniden üretilmesi izleyici/okuyucu bağlamında fark edilmemesi açısından, haberin aslında söylemlerinin saf olmadığını anlaşılması açısından bu araştırma önem taşımaktadır.

1.3. Araştırmanın Yöntemi

Gelişen kitle iletişim araçlarıyla, günümüzde hemen her kesimden sınıfın ya da grubun yayın organları bulunmaktadır. Toplum bireyleri, kendi görüşleri çerçevesinde tercih ettiği yayın organından, gün içinde olup bitenleri öğrenmektedir ya da öğrendiğini zannetmektedir. Çünkü aynı haber farklı medya organlarında farklı söylem ya da başlıklarla dolaşıma girmekte ya da bazen aynı haber başka yayın organında kendine yer bulamamaktadır. Kısacası her medya organı kendi ideolojik perspektifinden bu haberleri kamuoyuna aktarmaktadır. Böylece bireyler, medya aracılığıyla siyasal konular, sorunlar ve problemler hakkında edineceği bilgileri ve alacağı haberleri doğrudan bilgilenmenin yerine medya tarafından sunulan imajlar aracılığı ile fikir sahibi olmaktadır. Birer izleyici/okuyucu olan seçmenlerin büyük çoğunluğu, oy verdiği partiyi, lider ya da adayı sadece medya üzerinden

değerlendirebilmektedir. Medya ve siyaset ilişkisi açısından değerlendirildiğinde, medyanın sunduğu imajlar bireylerin zihin dünyasını inşa eder hale gelmektedir.

Bu araştırmada bireylerin zihin dünyasını inşa eden, onların oy kullanmalarında etkili olan haberlerin söylemlerinin yazılı basın ayağı, eleştirel söylem analizi metoduyla ele alınacaktır. Burada kullanılacak eleştirel söylem analizinin amacı klasik söylem analizinden farklıdır. Eleştirel söylem analizi Foucault'un söylem ve iktidar arasında kurduğu ilişkilerden doğmaktadır. Eleştirel Söylem Analizi, güç/bilgi, politik ve ideolojik ilişkilere yönelip, bu ilişkilerin belli bir söylem etrafında nasıl değişime dönüşüme uğradığını göstermektedir. Eleştirel Söylem Çözümlemesi yaklaşımı, dili söylem olarak çözümlemektedir. Söylem analizi araştırmalarının bir türü olan eleştirel söylem analizi öncelikle, baskın, farklı hükmedilmiş, yeniden üretilmiş sosyal ve politik bağlamdaki konuşma ve metinlerin incelenmesi yöntemi olup, sosyo-ekonomik sistemlerin baskınlık, sömürü ve insan-dışlaştırma üzerine kurulduğunu ve bu sistemler içindeki çelişkilerin nasıl bunları ilerlemeci ve özgürlükçü doğrultularda dönüştürme potansiyeli oluşturduğunu gösteren, eleştirel toplumsal bilimlerle aynı ilgi alanını paylaşmaktadır. Eleştirel söylem çözümlemesi, maddi üretimin ve toplumsal yaşamın yeniden üretiminin bir anı olarak ele almakta ve metinlerdeki toplumsal çalışmayı maddeci toplumsal eleştirinin ana odağı olarak çözümlemektedir. Eleştirel söylem çözümlemesi, söylem olarak dilin kavramlaştırılmasını merkez aldığı ve eleştirel dil çözümlemesini toplumsal bilimlerde konumlandığı için eleştirel dilbilim üzerine kurulmuştur (Fairclough ve Graham, 2003, aktrn, Mora, 2008:11).

Söylem üzerine yoğunlaşan dilbilimciler çalışmalarında, güç, hegemonya, sınıf, tür, etnik ayrımcılık, çıkar, yeniden inşa, kurumlar, sosyal yapı ve sosyal düzen gibi konulara odaklanarak, eleştirel söylem çözümlemesi yöntemleri geliştirmeye çalışmışlardır. Bu nedenle tek bir eleştirel söylem çözümlemesinin olduğu söylenemez. Ancak bu araştırmada söylem analizi literatüründe büyük kabul gören Hollandalı dil bilimci Teun van Dijk'in haber metinleri üzerine geliştirdiği "*eleştirel söylem çözümlemesi*" yapılacaktır.

Van Dijk'ın söylem çözümlemesi modeli “makro” ve “mikro” yapı olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. *Makro Yapı*; iki başlık altında incelenmektedir; *Tematik çözümleme* ve *Şematik çözümleme*. Haberler, hikâyeler ya da savlar gibi, bir hiyerarşik şemayı takip etmektedir. Haber üretimi, profesyonel rutinler, zaman yetiştirilmiş insan ve baskıya girişen ağır sınırlılıkları altında her gün binlerce defa yapılmaktadır. Bu da bir şema tarafından organize edilmektedir. Söz konusu şema içerisinde başlık-haber girişi birlikte özetleme yapmaktadır (Özer, 2011:83). Ana olay, katılımlar ve zaman girişte yer almaktadır ve giriş özetleme ile birlikte şemanın daha üst seviyesini göstermektedir. Şemaya metin de dâhil olup, başlık ve haber girişlerinden haberin teması öğrenilebilir. Makro yapı çözümlenmesinde başlıklar, haber girişleri (varsa spotlar), ana olay, haber kaynakları, ardalın ve bağlam bilgisi, olay taraflarının olayları değerlendirmesi (yorum) gibi unsurlar ele alınmaktadır (van Dijk, 1983:34). Ayrıca fotoğraflar da tematik yapı unsurları arasında değerlendirilebilmektedir.

Mikro yapı çözümlemesinde van Dijk, *Sentaktik çözümleme* denilen cümle yapılarına bakmaktadır. Yani cümle yapılarının etken-edilgen olması veya basit-karmaşık cümle yapılarını ele almaktadır. *Bölgesel uyum*, *Sözcük seçimleri* ve *Haber retoriği* de mikro yapıyı oluşturan diğer argümanlardır. Van Dijk, bölgesel uyum ile arda arda gelen cümlelerin ve bunların kendi içinde ilişkilerini ele almaktadır. Nedensellik, işlevsellik ve referansal ilişki bu cümleler arası uyumun saç ayaklarını oluşturmaktadır. Nedensel ilişkide cümle içinde nedensel bağlar aranmakta, işlevsel ilişkide genel ifadeli bir cümlenin açılımının bir sonraki cümlede yer alıp almadığı kontrol edilmektedir. Ömer Özer'e göre burada uygun anlatım, özetleme, zıtlık ve örnekleme yapıp yapılmadığına bakılmaktadır. Ayrıca burada ideolojik bulgulara da rastlanabilmektedir (2011:84). Sözcük seçimleri, haberin söylemindeki en temel ideolojik etmenlerin başında gelmektedir. Öyle ki haberde kullanılan betimleyici sıfatlar bile bir kişinin veya herhangi bir şeyin izleyici/okuyucu tarafından zihinsel inşasında farklılıklar yaratabilmektedir. Haber retoriğinde ise zaten retoriğin temel mantığına uygun ikna edici ve inandırıcı argümanlara bakılmaktadır. Bu bağlamda özellikle fotoğraflar da hedef kitle üzerinde güçlü ikna edici mesajlar taşımaktadır. Bu yazdıklarımızı şu şekilde ana başlıklar halinde özetleyebiliriz.

A) Makro Yapı

1) Tematik Yapı

- a. Başlık(lar)
- b. Haber Girişi (Spotlar. Eğer yoksa Haber metninin ilk paragrafı.
- c. Fotoğraf

2) Şematik Yapı

- a. Durum
 - i. Ana Olayın Durumu
 - ii. Sonuçlar
 - iii. Ardaalan bilgisi
 - iv. Bağlam bilgisi
- b. Yorum
 - i. Haber Kaynakları
 - ii. Tarafların Yorumları

B) Mikro Yapı

1) Sentaktik Çözümleme

- a. Aktif veya pasif cümle yapıları
- b. Basit veya karmaşık cümle yapıları

2) Bölgesel Uyum

- a. Nedensel İlişki
- b. İşlevsel İlişki
- c. Referansal İlişki

3) Sözcük Seçimleri

4) Haberin Retoriği

- a. Fotoğraf(lar)
- b. İnanıdırıcı Bilgiler
- c. Tarafların (görgü tanıklarının) ifadesi.

Yukarıda da detaylandırıldığı üzere, van Dijk'ın geliştirdiği eleştirel söylem analizi metodu ile 2002 seçimleri öncesi Cumhuriyet, Hürriyet, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin seçimden iki hafta önceki sayılarında yer alan haberlerin *ilk sayfalarındaki* seçim haberleri analiz edilmeye çalışılacaktır. Seçilen örneklem

grubunun zaman aralığı seçimden önceki 15 gün olarak belirlenmiş olup her gazete için belirli sayıda bir kota belirlenmemiş, daha çok dikkat çekici söyleme ve içeriğe sahip haberler seçilmiştir. Bu bağlamda 2002 yılında Cumhuriyet gazetesinden 8, Hürriyet gazetesinden 5, Sabah gazetesinden 6 ve Yeni Şafak gazetesinden 8 haberin analiz edilmesi uygun görülürken, 2011 yılında ise Cumhuriyet gazetesinden 8, Hürriyet gazetesinden 8, Sabah gazetesinden 6 ve Yeni Şafak gazetesinden 5 adet haberin seçilip analiz edilmesi uygun görülmüştür. Yani toplamda Cumhuriyet'ten 16, Hürriyet'ten 13, Sabah'tan 12 ve Yeni Şafak'tan ise 13 haber olmak kaydıyla toplamda 54 haber (27'si 2002, diğer 27'si ise 2011'den) analiz edilecektir.

Örnekleme dâhil ettiğimiz bu dört gazetenin nedenlerini şöyle sıralayabiliriz: Yeni Şafak gazetesi muhafazakâr kesimi temsil etmesinin yanı sıra hükümet taraftarı olması nedeniyle seçilmiştir. Cumhuriyet gazetesi ise sol kesimin en köklü ve en istikrarlı bir şekilde yayın hayatına devam eden bir yayının organı olması nedeniyle örnekleme dâhil edilmiştir. Hürriyet ve Sabah gazetelerinin örneklem kapsamına alınması ise merkez medyayı temsil etmeleri ve tirajlarının bahsi geçen diğer iki gazeteye oranla hayli yüksek olmasındandır. Hürriyet gazetesinin araştırma kapsamına alınmasındaki bir başka önemli neden de yayının politikası gereğince demokrasi kavramını koşullara göre uyarlaması ya da bir başka deyişle hükümete göre davranmasıdır. Sabah gazetesinin ele alınmasındaki neden ise 2002 seçimlerinden kısa bir süre önce değişen sahiplik yapısı 2002 ve 2011 yıllarındaki söylem farklarının ortaya konabilmesi açısından önem arz etmektedir. Ancak haber analizine geçmeden önce, gerek 2002 gerekse 2011 seçimlerinden önceki Türkiye'de toplumsal ve siyasal durumun değerlendirilmesi, haberlerin analizinin bir eksene oturması açısından yerinde olacaktır. Fakat Ak Parti'nin kesintisiz iktidarlığı dokuz yıllık bir süreci kapsadığından bu değerlendirme 2002'den 2011'e genel bir süreç değerlendirmesi olacaktır.

2. 3 Kasım 2002 Seçimlerinden 12 Haziran 2011 Seçimlerine Türkiye'de Siyasi ve Toplumsal Ortam

Ak Partinin iktidarlığı dönemi üst üste üç kez blok olduğu için bu bağlamda 2002 ve 2011 seçimlerinden önce toplumsal ve siyasal konjonktürü birbirlerinden

ayrı ele almak doğru olmayacaktır. Bu nedenle Ak Parti'nin 2002 seçim döneminden 2011 seçim dönemine uzanan iktidarlığının 9 yıllık süreç üzerinden ele alınması uygun görünmüştür.

Ak Parti 3 Kasım 2002 seçimlerine girmeden önce 23 Ekim 2002 tarihinde dönemin Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı Sabih Kanadoğlu tarafından "AK Parti'nin, ihtar kararına uymadığı gerekçesiyle kapatılması ve Genel Başkan Recep Tayyip Erdoğan'ın yetkilerini kullanmasının tedbiren önlenmesine karar verilmesi" istemiyle dava açmıştı. Uzun yıllar süren dava 10 Temmuz 2009'da Anayasa Mahkemesi tarafından düşürülmüştü⁴². 9 Mart 2003'te yenilenen Siirt seçimlerinde Tayyip Erdoğan birinci sıradan milletvekili seçilerek başbakanlık koltuğuna oturmuştu. 28 Mart 2004'te ise Türk halkı, yerel yöneticilerini seçmek için sandık başına gitmiş, seçimlerde en çok belediye başkanlığını, yerel seçimlere ilk kez katılan Ak Parti kazanmıştı. Ak Parti yüzde 41, CHP ise yüzde 18 oy almış, seçimde Ak Parti, 12'si büyükşehir olmak üzere 58 ilde, CHP ise 2'si büyükşehir olmak üzere 8 ilde belediye başkanlığını almıştı⁴³. 2005'te ise önemli gelişmelerden birisi Türkiye'nin Avrupa Birliğine katılım müzakerelerinde yaşanması ve görüşmelerin 3 Ekim 2005 tarihinde başlamasıydı.⁴⁴

2006 yılında önemli olaylardan birisi de kuşkusuz 15 Mayıs 2006 günü gerçekleştirilen Danıştay 2. Dairesi'ne silahlı saldırı olmuştu. Toplantı halindeki daire üyelerinden, üye Mustafa Yücel Özbilgin hayatını kaybetmişti. Saldırdan üç yıl sonra (3 Ağustos 2009) Danıştay Davası olarak adlandırılan bu olay, Ergenekon Davası'yla birleştirilmişti.

Ak Parti'nin ilk iki dönem iktidarlığı süresince belki de en önemli dönemin 2007 yılı olduğu söylenebilir. 2007 yılı içerisinde gazeteci Hrant Dink 19 Ocak tarihinde öldürülmüş, 14-15 Nisan'da Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde irtica tehdidi gerekçesiyle Cumhuriyet Mitingleri'nin ilki düzenlenmiş, yine aynı gerekçeyle genelkurmay başkanının bu konuda fikrini elektronik ortamda beyan ettiği 27 Nisan

⁴² <http://www.kanal04.com.tr/siyaset/sabih-kanadoglundun-kapatma-davasi-dustu.html> (Erişim: 11.04.2012)

⁴³ <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/302193.asp> (Erişim: 04.04.2012)

⁴⁴ http://www.abgs.gov.tr/files/strateji/yabs_tr1.pdf

e-muhtıra'sı yayınlanmıştı. Ancak yinede koparılan bunca fırtınaya rağmen 28 Ağustos 2007 tarihinde Abdullah Gül resmen Cumhurbaşkanı seçilmişti. Ayrıca yine bu dönemde yargılanmaları halen devam eden ve kamuoyunda "Ergenekon Terör Örgütü" olarak bilinen örgütün varlığı da ilk olarak 2007 Haziran'ında ortaya çıkmış⁴⁵, 22 Temmuz'da ise Ak Parti ikinci kez iktidar olmuştu. Andıç, Darbe Planları ve Genelkurmay'ın 'sivil toplum örgütleriyle ilişkisini haber yapan **Nokta Dergisi**'nin, 13 Nisan 2007 'da Ankara Askeri Savcılığı'nın talimatıyla polis tarafından basılıp baskından sonra iki sayı çıkararak derginin yayın hayatına, derginin sahibi Ayhan Durgun'un son vermesi⁴⁶ de basın alanında atlanmaması gereken haberlerden birisidir.

Dönemin Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı Abdurrahman Yalçınkaya da AK Parti'nin "*laikliğe aykırı fiillerin odağı haline geldiği*" gerekçesiyle, partinin kapatılması ve ilgili Başbakan Tayyip Erdoğan başta olmak üzere, Cumhurbaşkanı Abdullah Gül dâhil, 71 kişinin 5 yıl süre ile siyasetten uzaklaştırılması istemiyle hazırladığı iddianame Anayasa Mahkemesi'ne 14 Mart 2008'de sunulmuş, Anayasa Mahkemesi iddianameyi 31 Mart 2008 günü kabul etmiştir. 16 Haziran günü Adalet ve Kalkınma Partisi esas hakkındaki savunmasını vermiştir⁴⁷. 30 Temmuz 2008 tarihinde kamuoyuna yapılan açıklamada, partinin temelli kapatılmaması, fakat hazine yardımının belirli bir oranda kesilmesi kararına varılmıştır⁴⁸.

2009 yılında Ak Parti'nin Kürt sorunu üzerinde geliştirmeye çalıştığı ve kamuoyunda "demokratik açılım" olarak nitelenen çalışmalar 2009'un ikinci yarısında uzun bir süre Türkiye gündeminde yer tutmuştu. Kürt Açılımı'nın yanı sıra "Alevi Açılım" için düzenlenen Alevi Çalıştay'ının ilk toplantısı Ankara'da yapılmıştı. 29 Mart'ta yerel seçimler yapılmış, Türkiye genelindeki 16 büyükşehir, 65 il, 892 ilçe ve 1974 beldenin belediye başkanı belirlenmişti. Yargıtay Cumhuriyet

⁴⁵ Ergenekon kapsamındaki ilk iddianame Zekeriya Öz, Mehmet Ali Pekküznel ve Nihat Taşkın tarafından hazırlanmış ve 86 sanıklı dava 25 Temmuz 2008'de açılmıştır (Taraf, 26 Temmuz 2008). İlk duruşması 20 Ekim 2008'de Silivri Cezaevindeki duruşma salonunda yapılmıştır (Hürriyet, 20 Ekim 2008).

⁴⁶ <http://www.dunyabulteni.net/index.php?aType=haberArchive&ArticleID=30691>, Erişim: 04.04.2012

⁴⁷ <http://www.haber7.com/haber/20080616/AK-Parti-savunmasinin-tam-metni.php>, Erişim: 11.04.2012

⁴⁸ <http://www.cnnturk.com/2008/turkiye/07/30/akp.kapatilmadi.hazine.yardimi.kisiliyor/486570.0/index.html>, Erişim: 11.04.2012.

Başsavcılığının Demokratik Toplum Partisi'nin kapatılması istemiyle 16 Kasım 2007'de açtığı dava da 2009'un medyada çokça tartışılan konularından birisi olmuştur. 11 Aralık 2009 tarihinde sonuçlanan davada, Anayasa Mahkemesi, DTP'nin, "eylemleri yanında, terör örgütüyle olan bağlantıları da değerlendirildiğinde devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne aykırı nitelikteki fiillerin işlendiği bir odak haline geldiği" gerekçesiyle oy birliğiyle kapatılmasına karar vermiştir⁴⁹.

2010 yılında "Ergenekon Davası" ve "Balyoz Darbe Planı" yılın tartışılan konularından biri olmuş, Erzincan Cumhuriyet Başsavcısı İlhan Cihaner, "Ergenekon Soruşturması" kapsamında tutuklanmış, Balyoz davası kapsamında ise aralarında emekli orgeneralin de bulunduğu 40'a yakın kişi gözaltına alınmıştı⁵⁰. CHP Genel Başkanı Deniz Baykal, Mayıs ayında genel başkanlık görevinden istifa etmiş ve yerine CHP 33. Olağan Kurultayı'nda tek aday olarak seçime giren İstanbul Milletvekili Kemal Kılıçdaroğlu genel başkan seçilmişti. 2010 yılında siyaset ve medya dünyasında en çok konuşulan konulardan birisi de Türkiye'nin Eylül ayında referanduma sunulan anayasa değişikliği paketinin halkoyuna sunulması ve %58 oranında 'evet' oyu çıkmış olmasıydı.

2011 yılının seçime kadarki döneminde Ergenekon ve Balyoz Davalarına Oda TV davası eklenmiş ve Ergenekon'la bağlantılı olduğu gerekçesiyle Oda TV yöneticisi Soner Yalçın la birlikte, gazeteciler Nedim Şener ve Ahmet Şık "Ergenekon terör örgütüne üye olma" suçundan tutuklanarak Metris Cezaevi'ne gönderilmişti⁵¹. Basında yer alan haberlerde gazetecilerin terör örgütüne üye olma suçundan tutuklanmaları, "basın özgürlüğünün" karşısına konarak ana akım medyada ve hatta Batı medyasında çokça eleştiri malzemesi olmuştu. 2011 seçim döneminde Başbakan Erdoğan'ın Artvin Hopa'daki mitinginin ardından çıkan olaylarda, Ak

⁴⁹ http://www.sabah.com.tr/Gundem/Dosyalar/2009/12/18/turkiyede_2009_yili_aralik_ayi , Erişim: 04.04.2012.

⁵⁰ http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.kazete.com.tr/turkiyede-2010-boyle-gecti_10343.htm (Erişim: 04.04.2012).

⁵¹ <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1041974&Date=06.03.2011&CategoryID=77> , Erişim: 18.04.2012.

Parti konvoyundaki araçlar taşlanmış, olaylarda bir vatandaş hayatını kaybetmiş, bir polis yaralanmıştı⁵².

Ak Parti'nin 3 Kasım seçimlerinden 12 Haziran 2011 seçimlerine kadarki süreçte siyasi, hukuki ve toplumsal iç olaylar bunlardı. Ak Parti hükümetinin dış politika bağlamında attığı adımlar da iş başına geldikten sonra hız kazanmıştır. Ak Parti özellikle 3 Kasım seçimlerinden hemen sonra AB konusunda atak bir politika başlatmış ve "AB'ye üye bir Türkiye" misyonunu benimsediğini ifade etmiştir (Bostancı, 2007:46). 2002 ve 2004'teki AB Zirvelerinde alınan kararlar gereği Türkiye, 3 Ekim 2005'te AB ile tam üyelik müzakerelerine başlamış, bu bağlamda Türkiye, Avrupa Birliği (AB) üyesi olmak için yoğun çabalara girişmiş, bu doğrultuda Anayasa ve yasalarda çeşitli değişiklikler yapılmıştı. Mevzuatın AB mevzuatına uydurulması için idam cezasının kaldırılması, Milli Güvenlik Kurulu'nun ve Genel Sekreterliğin siviller lehine yeniden yapılandırılması, ifade özgürlüğünün önündeki engellerin kaldırılması/azaltılması, farklı dil ve lehçelerde yayına izin verilmesi gibi birtakım demokratik atılımlar gerçekleştirilmiştir. (Temiztürk, 2009:13).

Türkiye'nin son elli yılda, ortalama on yılda bir darbe ile yüzleşmesi gerek toplumsal gerek siyasal anlamda önemli izler bırakmıştır. Ak Parti'nin iktidara gelmesiyle koalisyon hükümet devrinin kapanması, ekonomik anlamda da istikrarı sağlamıştır. Aleviler, Kürtler gibi toplumun farklı kesimlerine yönelik bir dizi demokratik açılımlara, hükümet tabiri caizse askeri vesayet açılımını da getirmiş, darbe gerçekleştirenlerin hukukun karşısında hesap vermelerinin yolu da açılmıştır. Medya alanında da bazı medya grubu patronlarının ekonomik çıkmazları mülkiyet yapılarının el değiştirmesine neden olduğu gibi, bu bağlamda bu el değiştirmeler söylemlerinin değişmesine de yol açmıştır.

2.1. 3 Kasım 2002 Genel Seçimlerinde Gazetelerin Siyasi ve İdeolojik Söylemleri

⁵² http://www.posta.com.tr/turkiye/HaberDetay/2011_de_Turkiye_de_neler_oldu_.htm?ArticleID=102678 , Erişim: 04.04.2012.

2.1.1. Cumhuriyet Gazetesi

Cumhuriyet Gazetesi'nin 20 Ekim 2002 tarihli sayısında tematik açıdan "*Siyasal İslamı kullanan 'halef-selef' Milli Görüş kadroları türban sorunda bulundu*" üst başlığı ve "*AKP ve SP türbana sarıldı*" başlığıyla verilmiştir. Haberde geçen, AK Parti'nin daha önceki "türban öncelikli sorunumuz değil, bu konuyu toplumsal mutabakatla çözeceğiz" şeklindeki söylemiyle Ak Parti'nin alışlagelen ideolojisinin dışında açıklama yapmış olması ve bu söylemiyle partinin, potansiyel seçmen kitlesini etkilemeye çalıştığı vurgulanmıştır. Haberin iç sayfadaki devamında, Erdoğan'ın bu konuyla ilgili açıklamalarını ilk ağızdan siyah punto ve kalın harflerle verilmesinin yanı sıra küçük bir alanda iki sütun halinde fotoğrfsız verilmiştir. Aynı gün bu haberin altında yer alan bir başka haberde ise, Baykal'ın "*laikliğe sahip çıkın*" başlığını taşıyan haberdur. Coşkulu bir seçmen grubunu selamlayan görselin kullanıldığı haberde Baykal'ın 3 Kasım'da Atatürk'e, Cumhuriyet'e ve Laikliğe sahip çıkma uyarısında bulunduğu ifade edilmiştir. Yaşar Nuri Öztürk'ün "din istismarına son verilmezse, Türkiye'nin Cezayir ve Afganistan'a döneceği uyarısıyla haber retorik açıdan güçlendirilmiştir. Öyle ki Tayyip Erdoğan'ın başörtüsü serbestisine yönelik vaatleri ile CHP'li yetkililerin bu konudaki anti-söylemleri gazetenin okuyucuya yönelik bir bilinç inşasını göstermektedir. Gazete bu haberiyle kendi ideoloji kitlesini manipüle etmeye çalışmıştır. Yaşar Nuri Öztürk'ün ve Kemal Derviş'in açıklamalarıyla haber kaynaklarının görüşleri hiyerarşik olarak sıralanmıştır.

21 Ekim tarihli gazetede Baykal'ın Balıkesir'de yaptığı açıklama "*3 Kasım Yol Ayrımı Olacak*" üst başlığı ve "*Ya Araplar, Ya Avrupa*" başlığıyla verilmiştir. CHP'ye ait haberlerin gazetenin ilk sayfasında pozitif ve umut vaat edici şekilde gösterilmesi, Cumhuriyet Gazetesi'nin Atatürk döneminden itibaren CHP'nin yayın organı olarak kullanılması anlamında bir referansal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Haber, beşinci sayfa "*Baykal'dan barış mesajı*" başlığıyla devam etmiştir. Sentaktik açıdan aktif cümle yapılarının kullanıldığı haberde Baykal'ın söylemleri etken/aktif cümle yapıları ile doğrudan verilmiştir. Haberde görsel olarak, Baykal'ın bir nevi masumiyetin simgesi olan küçük bir çocukla çekilmiş fotoğraf kullanılmıştır.

Gazete, 24 Ekim Perşembe günü, “*İstanbul’a çıkarma*” başlığıyla verdiği haberde tematik olarak, spot, üst başlık vs kullanmamıştır. Baykal’ın açıklamaları yine ilk ağızdan verilmesinin yanı sıra, yine kucağında küçük bir çocuk fotoğrafının kullanılmasıyla Baykal, sempatik ve esnek bir karakter olarak temsil edilmiştir. “... *Ve Baykal, geliverdi*” başlığıyla dördüncü sayfada haberin devamı yer almaktadır. Burada, Baykal’ın yanında başörtülü yaşlı seçmenlerin olduğu bir fotoğraf karesi dikkat çekmektedir ki bununla, CHP’nin toplumun tüm kesimlerini kucaklayıcı bir profil resmedilmeye çalışılmıştır. Haberde “*Yer gök Deniz Baykal’lı altı ok*” ara başlığı kullanılmış, Baykal’ın seçim gezisi tüm betimlemeleri ve diyaloglarıyla detaylı bir şekilde verilmiştir. Böylelikle haberin retorığının sacayaklarından birini oluşturan ‘*inandırıcı bilgiler*’ kriteri bu detaylı habercilik anlayışını güzel bir şekilde özetlemektedir. Aynı iç sayfada tüm haberlerin, seçim haberi olması; ancak hepsinin CHP ile ilgili olması ve diğer partilerle ilgili hiçbir haberin ilk sayfa da dâhil olmak üzere yer almaması gazetenin ideolojik perspektifinin analiz edilmesine olanak sağlamaktadır.

Bununla birlikte Cumhuriyet’in, 25 Ekim tarihli sayısının ilk sayfasında CHP’ye dair herhangi bir seçim haberi bulunmamaktadır. Ancak Ak Parti’nin kapatılma mevzusunun yaşandığı o günlerde gazete, tematik olarak “*Siyasi partiler ‘anayasa ile çatışmaya giren’ AKP’yi ve Tayyip Erdoğan’ı eleştiriyor*” üst başlığıyla verilen haber “*AKP hukuku zorluyor*” başlığıyla vermiştir. İlk sayfanın alt kesimlerinde yer alan haberde, şematik anlamda Ak Parti’nin kapatılma sürecini değerlendiren Başbakan Ecevit, Devlet Bahçeli, Deniz Baykal ve ANAP’lı Nihat Gökbulut hiyerarşik olarak sıralanmıştır. Başbakan Bülent Ecevit, Erdoğan’ın kuşku uyandırdığı ve kapatılma sürecinden geçen partisi ile ilgili dava açılma istemiyle ilgili partinin somut herhangi bir şeyi ileri sürmediğini vurgulamıştır. Devlet Bahçeli’nin, Erdoğan’ın hukuku zorladığını belirttiği ifade edilmiştir. Baykal’ın yine bu konuyla ilgili hukuku yok saymanın mümkün olmadığını, hukukla siyaseti çatıştırmama konusunda, siyasetçilere büyük görev düştüğünü vurguladığı görülmüştür. ANAP’lı Nihat Gökbulut’un ise başsavcının görevini yaptığını belirttiği ifade edilmiştir. Burada dikkat çeken nokta ise bir önceki gün diğer partilerle ilgili hiçbir haberin olmayıp, Ak Parti aleyhine verilen haberde diğer muhalefet

partilerinin de görüşlerine yer verilmiş olmasıdır. Haberin iç sayfadaki devamında “*AKP gerilimi büyüyor*” başlığıyla bu konuya geniş yer verilmiştir. Haber retorik açıdan ilk sayfada değindiğimiz demeç veren isimlerin yanı sıra Eski Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı Vural Savaş, İstanbul Bağımsız milletvekilleri gibi kişilerin görüşleriyle desteklenmiştir. Olayın asıl tarafı olan Tayyip Erdoğan’ın değerlendirmelerinin yer almadığı haber, bu anlamda tematik olarak eksik bulunmuştur.

Seçimden üç gün önceki 31 Ekim tarihinde tematik olarak “*AKP’nin Sezer’i suçlayan açıklamalarına liderler sert tepki gösterdi*” üst başlığıyla verilen haber, “*Siyasilerden Köşke destek*” manşetiyle sayfaya taşınmıştır. Yine Ak Parti’nin kapatma davasına yönelik olan haber, Erdoğan’ın boydan çekilmiş fotoğrafının altına “Tayyip Erdoğan gerilimi tırmandırıyor” yorumuyla verilmiştir. Haberde ardaan ve bağlam bilgisi bulunmamaktadır. Aslında olay, Erdoğan’ın parti üyesi olmadan genel başkan olmak istemesi, milletvekili adayı olmadan başbakan tayin edilme iddiası olup, Erdoğan’ın bu yaklaşımına Ecevit’in, Baykal’ın ve Çiller’in söylemleriyle gazetenin muhalif bir tavır içerisine girdiği görülmektedir. Haberin dördüncü sayfasındaki devamında, Baykal’ın Çankaya’nın noterlik makamı olmadığına dair söylemi başlığa çekilmiştir. Haberin yanında yer alan Baykal fotoğrafının altında da, “Baykal’a CHP amblemi işlemeli, Devrek bastonu hediye edildi” ifadesi yer almaktadır. Kısaca aynı haberde ve farklı sayfalarda yer alan Erdoğan ve Baykal fotoğraflarının açıklamalarıyla iki parti lideri ilki olumsuzlanarak ikincisi olumlanıp etkin gösterilmeye çalışılmıştır.

1 Kasım 2002 tarihli sayısında Cumhuriyet Gazetesi, tematik olarak “*Seçim bile yapılmadan başbakan adaylığı için ‘tüzükte öncelik’ kavgası başladı*” üst başlığıyla ve “*AKP erken karıştı*” manşetiyle verdiği haberde, Grup başkanı Bülent Arınç ile genel başkan yardımcısı Abdullah Gül’ün yetki tartışmalarına değinmiştir. Gazete bu haberiyle, 3 Kasım Seçimlerinde Ak Partinin seçmen kitlesinde korku ve güvensizlik ortamı uyandırmaya çalışmıştır. Haberde, Cumhurbaşkanı’nın Başbakan ataması ile ilgili uyarısının, AKP’de ‘tüzükte öncelik sırasıyla’ ilgili tartışmanın erken başlamasına yol açtığı ve henüz seçim bile yapılmadan gündeme gelen “Protokol” çekişmesi spota çekilmiş, haberin devamı iç sayfada aynı başlıkla

verilmiş, sentaktik açıdan cümleler etken yapıda kullanılmıştır. Haberin retorîği açısından ise görsel kullanılmamış olup ardalın bilgisi bulunmamaktadır. Haberde geçen “...*Hesaplarını ‘birinci parti olarak sandıktan çıkma’ üzerine yapan parti yöneticilerinin büyük bölümü, bu durumda Cumhurbaşkanı’nın ‘parti tüzüğünü esas alacağını savunuyor’*” cümlesindeki “savunuyor” ifadesi, muhalif bir söylem teşkil etmektedir. Cumhuriyet gazetesinin bu haberi genel olarak değerlendirildiğinde, Ak Partiye oy verecek seçmene kendi içerisinde çeşitli anlaşmazlıkları barındıran bir parti olmanın yanı sıra hukuksal anlamda da meşruiyetinin olmadığına dair mesaj gönderilmektedir. Bununla birlikte bu haberden, seçmen için “seçimden bir müddet sonra kapatılacak bir partiye niçin oy verilsin?” mesajı da bu haberin alt mesajlarından birisi olarak anlaşılabilir.

Seçim arifesi olan 2 Kasım tarihinde Cumhuriyet Gazetesi’nde tematik olarak “*Türkiye, yeni TBMM ve 58. Hükümeti belirleyecek, seçim için yarın sandık başına gidiyor*” üst başlığı ve “*Siyasette yeni sayfa*” manşetli bir haber yer almaktadır. Zaten gündem seçim olduğu için haberde ardalın ve bağlam bilgisi bulunmayıp, haberin retorîği Atatürk’ün posterinin, CHP logo tişörtlü partililerin ve çiçeklerin yer aldığı büyük bir fotoğrafla desteklenmiştir. Fotoğrafın altında Baykal’ın tek başına iktidar isteği başlığa çekilmiştir. En fazla seçmen kitlesini barındıran İstanbul mitingini sona bırakan Baykal, Kemal Derviş, Yaşar Nuri Öztürk ve Zülfü Livaneli gibi isimlerle mitinge katıldığı belirtilmiştir. Baykal yurttaşlarını son kez uyararak ve Ak Parti’ye dolaylı gönderme yaparak “*bizim alınımız ak; CHP dışında, savcının, hâkimin dosyasını takip etmediği parti yok*” şeklindeki ifadesi ilk sayfadaki haberde belirtilmiştir. Haberin beşinci sayfasındaki devamında da Baykal’ın tek başına iktidar istediği vurgulanmış “ülkeyi sıkıntıya sokmayın” mesajı iç haberin başlığını oluşturmuştur. Sentaktik olarak Baykal’ın kurduğu cümleler etken bir şekilde verilmiş, en güçlü rakip olarak gördüğü Ak Parti’ye ve Erdoğan’a yüklendiği de haberde detaylandırılmıştır.

2.1.2. Hürriyet Gazetesi

Hürriyet Gazetesi 19 Ekim 2002 tarihli sayısında “*AKP: Türban namus borcumuz*” başlıklı haberde AKP’nin, SP’nin meydanlardaki rekabetine

dayanamadığı, bugüne kadar öncelikli sorunumuz değil dediği türban konusunda söylemini değiştirdiği belirtilmektedir. Haberin yirmi üçüncü sayfadaki devamında, “*SP’yle türban yarıışı*” başlığıyla haberde Erdoğan’ın türban meselesini gündeme getirme konusunda geri adım attığı edilgen cümle yapıları ile verilmiştir. Genel olarak Erdoğan’ın söyleminin değiştiğinin vurgulandığı haberde Bülent Arınç’ın “okulların önünde çocuklarımıza zulüm yapılıyor” ifadesi “iddiasında bulundu” şeklinde kullanılarak, muhalif bir şekilde verilmiştir. Bununla birlikte miting haberleri şu şekilde verilmiştir: “*mitinglerde eleştiri dozunu giderek sertleştiren AKP lideri, Tayyip Erdoğan, milletvekili dokunulmazlığı ve vaatleri konusunda kendisini eleştiren CHP lideri Deniz Baykal’a “ kafan basmaz “ diyerek karşılık verdi. Erdoğan, ANAP lideri Mesut Yılmaz’a da Başbakan olsan ne yazar diye hücum etti.* Haber dilinde kullanılan “ hücum etti” ifadesiyle Hürriyet Gazetesi okuyucusuna, Erdoğan’ı saldırgan bir şekilde kodlamaktadır. Haberde sivri söylemlerin genellikle prim yaptığında yola çıkarsak, Erdoğan’ın Deniz Baykal için “kafan basmaz” ve Mesut Yılmaz için “başbakan olsan ne yazar” sözleri de bu bağlamda öne çekilmiştir. Haberin devamında geçen, “*Erdoğan dün Kahramanmaraş, Osmaniye ve Gaziantep’te seçmenlerine seslendi. Kahramanmaraş İnönü Meydanında düzenlenen mitinge 1,5 saat rötarlı geldi. Erdoğan’ın Kahramanmaraş mitinginde de yine daha önce bazı mitinglerde rastlanan kara çarşafli kadınlar dikkati çekti*” cümlesiyle partinin kılık kıyafetinden ötürü, belirli seçmen kitlesine vurgu yaparak, gazete ayrıştırıcı bir tutum sergilemiştir.

24 Ekim 2002 tarihli sayısında Hürriyet, “*Tayyip’in ısrarı AKP’yi yakıyor*” başlıklı haberinde Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı Sabih Kanadoğlu’nun Anayasa Mahkemesi’ne Ak Parti hakkında kapatma davası açtığına dair haber verilmektedir. Haber, iç sayfadaki devamında tematik olarak “*İhtira uymayan AKP’ye kapatma*” başlığıyla detaylandırılmış ve Sabih Kanadoğlu’nun daha önceki yaptığı söylemlerinin yer aldığı spotta da nedensel bir ilişki kurulmuştur. Sentaktik açıdan Sabih Kanadoğlu’nun söylemleri etken cümle yapıları içerisinde verilmiştir. Sabih Kanadoğlu’nun vesika ebadındaki fotoğrafının yer aldığı haberde, Erdoğan’ın kızlarıyla birlikte çekilmiş fotoğrafı kullanılmıştır. Haberde ardalın bilgisi verilmemiş olup, sayfanın alt kısmında, Tayyip Erdoğan’ın görüşlerine de yer

verilmiş, “Türk demokrasisinin yeni ağır bir darbe daha aldığını seçimlere az bir zaman kala, hukuki mesnetten yoksun ve sonuç çıkmayacağı kesin bir girişimde bulunulması manidardır” şeklinde yaptığı açıklamayla şematik anlamda olayın taraflarının olaya getirdikleri yorumlar açısından olumlu bulunmuştur.

26 Ekim tarihli sayısında ise Hürriyet, tematik olarak “*Babanın oyu kızına*” manşetiyle verdiği haberin içeriğinde, eski TBMM başkanı Hüsametdin Cindoruk’un 9. Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel’in oyunu, DYP lideri Tansu Çiller’e vereceği spottan verilmiştir. Burada baba olarak kastedilenden Demirel, kızı olarak nitelenen Tansu Çiller ile ikilinin ilişkilerinin samimiyeti haberde kullanılan görselle de desteklenmiştir. Bu görselde Süleyman Demirel iki eliyle, Tansu Çiller’in kollarından kucaklayıcı bir pozisyonda durmaktadır. Haberde ardaan bilgisi verilmiş ve olay, Çiller’in Demirel ile ilişkisinin Refah Yol döneminde ciddi bir darbe alması ve Demirel’in Erbakan istifa edince hükümet kurma görevini başbakanlık bekleyen Çiller yerine ANAP lideri Mesut Yılmaz’a vermesi şeklinde özetlenmiştir. Haberin yirmi dördüncü sayfasındaki devamında Demirel adına açıklama yapma yetkisi aldığını belirten Cindoruk’un Demirel’in de kendisinin de seçimlerde DYP’ye oy vereceğini söylemesidir. Çiller’in ve Cindoruk’un söylemlerinin sentaktik açıdan aktif ve basit cümleler halinde verilmesi ve Çiller’in iki eli yukarıda, halkı kucaklayıcı bir şekilde selamlaması haberin retoriğini desteklemektedir.

31 Ekim tarihli sayısında “*Güvenoyunu unutma*” manşetiyle ilk sayfadan geniş yer verilen haberde “*AKP Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan, Sezer’in partisini seçmediği bir ismi ataması halinde, “güvenoyu” alamayacağı tehdidinde bulundu*” ifadesi spottan verilmiştir. “Seçme görevi bizim” ve “Adayı biz belirleyeceğiz” gibi ara başlıklarının kullanıldığı haberde, Tayyip Erdoğan meydan okuyan ve endişe yaratan bir lider olarak tasvir etmektedir. Haberin on altıncı sayfadaki devamında ise “*seçmediğimiz kişi güvenoyu alamaz*” başlığıyla detaylandırılan haberde Financial Times’ın “*AKP Türkiye’yi yönetemez*” alt başlığıyla AK Parti’nin yönetme pratiklerinden yoksun olduğunu belirtmekte ve Hürriyet Gazetesi’nin de aslında paylaştığı bu görüşü, Financial Times üzerinden dolaylı olarak ifade etmektedir. Haberde şematik açıdan ardaan bilgisi kullanılmış, mikro açıdan nedensel ilişki kurulmuştur.

Seçim arifesi olan 2 Kasım tarihinde “*Onuncu Yıl Marşı ile bu işler olmaz*” başlığıyla sağ sütunda verilen haberde Erdoğan’ın seçime bir gün kala kendini tutamadığı ve “*Onuncu Yıl Marşı okumakla, Türkiye raylarla donanmıyor. Bu işler lafla olmuyor. Marş oku, demir ağlarla ör. Neyi ördün yahu, neyi?*” şeklindeki demeci haber girişi olarak kullanılmış, haber iç sayfada “*Kendini tutamadı*” başlığıyla detaylandırılmıştır. Haberde, Erdoğan’a yönelik olarak Hürriyet gazetesinin tabiri caizse niyet okuduğu söylenebilir. Haberde, Erdoğan’ın muhafazakâr bir parti lideri olması, Atatürk’e ve onun çizgisine dair karşıt bir durum teşkil ediyormuş ve bunu “*Onuncu Yıl Marşı ile bu işler olmaz*” sözleriyle açığa çıkarmış gibi bir ima söz konusudur. Erdoğan’ın Bursa mitinginde yaptığı bu konuşmalar, ilk ağızdan verilmiştir. Bir yandan gaf yapmışçasına Erdoğan olumsuzlanırken diğer yandan retoriksel anlamda kullanılan fotoğrafın altında yer alan “*Erdoğan, Bursa da miting meydanına giderken, trafiği kilitledi. Beyaz cipin üzerinde çocukları sevip, halkı selamladı*” ifadesi ile de Erdoğan olumlanarak verilmiştir.

2.1.3. Sabah Gazetesi

Öncelikle Sabah gazetesinin 2002 yılındaki haberlerinin analizinden önce şu açıklamayı belirtmekte yarar var. Sabah gazetesinin 2002 yılındaki yayın politikasındaki farklılıktan mıdır bilinmez ama ilk sayfada seçim haberleri çok nadir bulunmaktadır. Bu nedenle bu çalışmanın temel kıstası olan “ilk sayfadaki seçim haberleri” mantığı, bu dönem için fazla geçerli olamayacaktır. Sabah gazetesi *Seçim 2002* sayfası olarak iç sayfada seçim haberleri için ayrı bir alan belirlemiş ve gündemdeki seçim haberlerini burada yayınlamıştır. Bu nedenle ilk sayfada nadir bulunan seçim haberlerinin yanı sıra *Seçim 2002* sayfasında dikkat çeken haberlerin analiz edilmesi uygun görülmüştür.

19 Ekim 2002 tarihli Sabah gazetesi, seçimle ilgili üç haberi sayfanın solunda küçük bir sütun halinde birlikte vermiştir. İlk haber “*Diğerlerine oy veren deli*” başlığıyla öne çıkmaktadır. Haberde ilk sayfada yalnızca Saadet Partisi lideri Recai Kutan’la mitinge katılan Necmettin Erbakan’ın Diyarbakır mitinginde “*’SP haricinde seçime girecek 17 partiye oy verenleri akıl doktoruna götürün’ dedi*” şeklindeki

cümlesi yer almaktadır. Haberin iç sayfadaki devamında *“Hocaya dış destek”* başlığıyla ilk sayfadaki haberle tematik açıdan farklılık gösteren bir başlık kullanılmıştır. Şematik olarak ardalın bilgisinin verilmediği haberde, *“SP’ye oy vermeyeni doktora götürün”* alt başlığıyla haber detaylandırılmış ve ilk sayfadaki cümle tekrar edilmiştir. Ayrıca Erbakan’ın; *“...ABD’nin Irak savaşında Müslümanları Müslümanlara kırdırtmak istediğini söyleyen Erbakan, ABD’nin hesabının, petrolün kendilerine ait olması ve İsrail’in karşısında güç kalmaması olduğunu öne sürdü.”* ifadesi sentaktik açıdan ilk ağızdan verilmiş olsa da olumsuzlanarak verilmiştir. *“Hoca’ya dış destek”* başlığı da Avrupa Milli Görüş Teşkilatı’nın 800 kişilik bir kabile ile Erbakan’a maddi ve siyasi destek vermesi ile ilgilidir. Tematik olarak ilk sayfadaki başlık ve iç sayfadaki başlık uyumsuzluk göstermekte olup haberde fonda bir minare, kürsüde Erbakan ve Kutan ile yanlarında onlara şemsiye tutan birinin olduğu bir fotoğraf kullanılmıştır.

Aynı sütunda yer alan diğer bir haber Ak Parti ile ilgilidir. Cumhuriyet ve Hürriyet gazetelerinde analiz ettiğimiz *“Türban namus borcu”* başlıklı haberdir. Kahramanmaraş’ta Bülent Arınç’ın *“bu sorunu çözmek namus borcumuzdur”* ifadesi doğrudan verilmiştir. Haberin iç sayfadaki devamında asıl vurgu Tayyip Erdoğan’ın konuşmasınadır. *“AKP lideri, Kemal Derviş ve Bayram Meral için ‘tükürdüklerini yahtıyorlar’ dedi”* üst başlığı ve *“Erdoğan, CHP’ye yüklendi”* başlığıyla detaylandırılan haberde (Erbakan’ın söyleminin iç sayfada farklı bir başlıkla verildiği gibi) yine farklı verilmiştir. Tematik olarak başlıkların uyumsuz olduğu haberde, Erdoğan’ın seçim vaatleri ve eleştirileri kendi ağzından doğrudan ve olumlu verilmiştir. Haberin retorisi Erdoğan’ın elinde güller ve arkasında büyük bir halk kalabalığının olduğu görselle desteklenmiş ve fotoğrafın altında *“AKP Lideri Erdoğan Kahramanmaraş’ta CHP’yi hedef aldı, ‘Bunlar memlekette taş üstüne taş koymamışlardır’ dedi. Erdoğan, Derviş ve Meral’e de yüklendi”* ifadesi yer almıştır.

Yine aynı sütunda yer alan son haber ise DYP ile ilgilidir. *“Traktörünü Derviş sattırdı”* başlığıyla ilk sayfadan verilen haberde Tansu Çiller’in kalabalığa hitap ettiği bir görsel kullanılmıştır. *“Çiller Ereğli’de Derviş’i yuhalattı”* başlığıyla iç sayfada yer alan haber sayfanın sağında küçük bir alanda yer almaktadır. Tematik

olarak başlıkların uyuştuğu haberde aktif cümle yapılar kullanılmış ve yine Tansu Çiller'in bir fotoğrafı iç sayfada kullanılmıştır.

21 Ekim tarihli Sabah gazetesinin *Seçim 2002* sayfasında “*Ecevit'ten zorunlu yanıt*” başlıklı bir haber sayfanın üst kısmında yer almaktadır. “*Apo'yu kurtardılar” diyen Bahçeli'ye ve türbanı serbest bırakacağını söyleyen tüm liderlere çattı*” spotuyla verilen haberde Ecevit'in sözleri sentaktik açıdan etken cümle kalıpları içerisinde verilmiştir. Retoriksel bağlamda dönemin başbakanı Ecevit'in halkı selamlayan bir fotoğrafın kullanıldığı haberde, Ecevit'in karşılanma seremonisinden kendisine verilen hediyeye kadar en ince detayına kadar verilmiştir.

24 Ekimde Sabah gazetesinin ilk sayfasında siyasi parti liderlerine ait bir haber bulunmamaktadır. Gazetenin on dördüncü sayfasında “*Baykal'dan Tayyip'e: Çılgınsın*” başlığıyla bir haber bulunmaktadır. AK Parti Genel Başkanı Erdoğan'ın “CHP'nin bir medya patronu ile işbirliği yaptığı” yolundaki sözlerini hatırlatması üzerine, Baykal'ın “*Medya patronlarıyla, ilişkilerimiz şeffaftır. Bir insanın böyle düşünmesi için çılgın olması lazımdır*” verdiği bu cevabı spota çekmiştir. Habere kullanılan dil açısından bakıldığında doğrudan aktarılmıştır. Tayyip Erdoğan'ı eleştirmesine rağmen Baykal'ın söylemleri aktarılırken olumsuz herhangi bir kalıba sokulmamıştır. Haberde kullanılan görsel o günkü Cumhuriyet gazetesiyle aynı olup, fotoğrafın altına “*Çocuk sevgisi!...Deniz Baykal, Pazar yerinde kucagina aldığı çocuğu severken kulağını ısırdı*” yorumuyla verilmiştir. Baykal'ın, Cumhuriyet gazetesinde olduğu gibi babacan ve sempatik bir karakter olarak resmedilmesi retoriksel anlamda ana olay kişinin güvenilirliğini artırmaktadır.

Seçime iki gün kala gazetelerin tabiri caizse taraflarını belli eder nitelikteki haberleri manşete çekmesi Sabah gazetesinin 1 Kasım tarihli gazetesinde de görülmüştür. Daha önce de belirttiğimiz gibi ilk sayfalarında seçim haberlerine pek yer vermeyen gazete, “*Tayyip Nöbeti*” manşetiyle yayınladığı haberde “*Ecevit, genel başkanlığı neden hemen bırakmayacağını böyle açıkladı: Eğer AKP iktidara gelirse laiklik yara alabilir*” cümlesini spottan vermiştir. Tematik olarak “*Laiklik kaygısı*” ve “*AKP saklanıyor*” ara başlıklarının kullanıldığı haberde, “*Partinin başından hemen ayrılacak durumda olduğunu da söyleyen Ecevit, "Ancak bu söz konusu*

değil" diyerek ekledi: "Milletimiz 4 Kasım'ı kaygıyla bekliyor. Seçmenler gerçek niyetini gizleyen bir partinin iktidara gelmesi durumunda laik Türkiye Cumhuriyeti'nin yara almasından endişeli" ifadesi ana konunun sunumunu aktarmaktadır. Gerek makro açıdan gerek haberin retorığı açısından ilk sayfada kullanılan görselde Bülent Ecevit'in eşi Rahşan Ecevit'le yan yana durduğu bir fotoğraf yer almakta ve altında; *"Rahşan da, ben de... Ecevit, DSP Kongresi'ne kadar Rahşan Ecevit ile birlikte, partideki görevlerine devam edeceklerini söyledi"* ifadesi yer almaktadır. Haberin iç sayfadaki devamında ise Ecevit'in laiklik ve rejim tehlikesine vurgusu yinelenmiştir. Bu haberde önemli bir şey dikkati çekmektedir. Bütün Türkiye'nin seçim sürecine kilitlendiği, yeni kurulan ve mecliste temsili dahi olmayan Ak partinin kamuoyu yoklamalarında açık ara önde görüldüğü o süreçte, gazetenin apolitik yayınlarını da göz önüne aldığımızda, bu haberin seçime iki gün kala manşetten verilmesi, gazetenin seçimlere yönelik politik çizgisini temsil etmesi açısından manidardır.

2.1.4. Yeni Şafak Gazetesi

Yeni Şafak gazetesinin 19 Ekim 2002 tarihli sayısının ilk sayfasında Ak Parti ile ilgili, *"Sosyal demokratlar taş üstüne taş koymadı"* başlığıyla verilen haberde tematik açıdan spot veya üst başlık kullanılmamıştır. Haberin konusu, Bayram Meral'in, Türk-İş başkanıyken halka şikâyet ettiği Kemal Derviş'le seçim dönemi omuz omuza olduğuna Erdoğan'ın dikkat çekmesidir. Sentaktik olarak cümle yapılarının etken kullanıldığı haberin iç sayfasındaki devamında *"Meral, Derviş ile nasıl kol kola girdi"* şeklinde başlık atılmış ve ön sayfada yazılanlar yine burada da spottan verilmiştir. Şematik açıdan olayla ilgili bir ardalın bilgisi bulunmayıp, ilk sayfada kullanılan görsel dikkat çekmektedir. Görselde, Tayyip Erdoğan'ın kalabalık kitlelere hitap ettiği fotoğrafın altında; *"Erdoğan için Kahramanmaraş'ta açılan 'Sensiz olmaz Tayyibim' ve 'Başbakan olamadın ancak sana Çankaya yakışır' pankartları dikkat çekti"* ifadesi yer alırken, iç sayfadaki fotoğrafta da kalabalık halk ve altında Ak Parti Evet yazmaktadır. Diğer gazetelerin (Cumhuriyet, Hürriyet ve Sabah) *"türban namus borcumuz"* başlığıyla ilk sayfadan verdikleri haberi Yeni Şafak, Erdoğan'ın Türk-İş Başkanı Bayram Meral ve Kemal Derviş'e yüklenmesi üzerinden vermiş ve *"türban namus borcumuz"* başlığını ara başlık olarak

kullanmıştır. Buradan da gazetelerin siyasilerin söylemlerinde öncelikleri ya da önemsedikleri, kendi ideolojik anlayışlarına denk düşen (ya da uç gelen) söylemleri ele aldıklarını göstermektedir.

21 Ekim tarihinde “*Ecevit, AB ve laikliğe sığındı*” başlıklı haberde tematik açıdan spot veya üst başlık kullanılmamıştır. DSP Genel Başkanı ve Başbakan Bülent Ecevit’in; “*Laiklik düşmanlarına oy vererek Türkiye’ye Avrupa Birliği’nin kapısını açılmayacağını bu milletin bilmesi lazım*” söylemi doğrudan verilmiştir. Haberin iç sayfadaki devamında Ecevit’in başka bir söylemine dikkat çekilerek, “*Ecevit, terörist Apo üzerinden oy istedi*” başlığıyla verilmiştir. İlk sayfada gündeme dair önemli haberlerin yer aldığını yani ilk sayfanın bir nevi vitrin görevi gördüğünü düşündüğümüzde bu haberin ilk sayfada yer alıp, 13. sayfadaki devamına çok küçük bir alan ayrıldığını belirtmeliyiz. Okuyucular baş sayfa üzerinden, ilk etapta göz attıklarında gündeme dair genel bir kanaat sahibi oldukları düşünüldüğünde, sağ bir gazetenin sol bir parti liderinin söylemlerini (veya tersi sol bir gazetenin sağ bir parti liderinin söylemlerini) ilk sayfada özetleyip iç sayfaya pek bir şey bırakmaması okuyucudaki bu kanaatin inşasında yeterli görünmektedir.

22 Ekim tarihli sayısında Yeni Şafak sürmanşetten “*Halkın Başbakanı Tayyip Erdoğan*” başlığıyla çıkmıştır. Verso araştırma şirketinin 7-16 Ekim tarihleri arasında yaptığı araştırma sonuçlarının değerlendirildiği haberde Ak Parti’nin oyları % 37 olarak belirtilmiş ve bu sonuçtan Tayyip Erdoğan’ın başbakan olacağı sonucu olumlanarak verilmiştir. Siyasal kampanyalarda siyasal imajın, duruşun önemini hatırlatırsak, haberde Erdoğan’ın kendinden emin duran boydan çekilmiş bir fotoğrafı ile yine kitlelerin arkasında olduğu bir görsel de bu habere eşlik etmiş ve böylece haberde retoriksel bağlamda inandırıcılık artırılmıştır. Haber iç sayfada seçmenin nasıl desteklediği gibi detaylarla genişletilmiş olsa da bu bir kamuoyu yoklaması haberi olduğu için, gazetenin Ak Parti’nin anketlerde önde olmasını nasıl haberleştirdiğini göstermesi açısından bu haberin analizi yapılması uygun görülmüştür.

25 Ekim tarihli Yeni Şafak’ın ilk sayfasında iki seçim haberi bulunup, ikisi de Ak Parti ile ilgili pozitif haberlerdir. Sürmanşette Ankara Büyükşehir Belediye

Başkanı Melih Gökçek'in "*Millet Erdoğan'ı başbakan görmek istiyor*" başlıklı röportajı yer almaktadır. Böyle bir röportajın seçim dönemi yayınlanması habercilik anlayışı açısından gazetenin yayın politikasının göstergesi olması yanında okuyucuyu etkilemesi bakımından manipülatiftir. "*Kanadoğlu'na tepki yağmuru*" başlığıyla manşetten verilen ikinci haberde ise tematik olarak "*Yargıtay Cumhuriyet Başsavcısı Kanadoğlu'nun Ak Parti için açtığı kapatma davası bütün toplum kesimlerinde tepkiyle karşılandı*" spotuyla verilmiştir. Şematik olarak haberde ardalan bilgisi verilmiştir. Haber kaynakları açısından bakıldığında haberde dönemin Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanı Nejat Arseven'in davanın AB sürecini olumsuz etkileyeceği yönündeki söylemleri, kapatılan Refah Partisi Lideri Necmettin Erbakan'ın partiler hakkındaki kararı milletin vermesi gerektiği yönündeki beyanatları ile YTP lideri İsmail Cem'in Türkiye'nin "demokrasi düzeyiyle çelişen hukuk öyküleri değişmeli" şeklindeki ifadesi hiyerarşik bir şekilde verilmiştir. Sentaktik açıdan haberde Nejat Arseven ve Erbakan'ın söylemleri ikincil ağızdan verilirken, İsmail Cem'in sözleri doğrudan aktarılmıştır. Haberde retoriksel anlamda Erdoğan'ın kalabalık bir seçmen kitlesine hitap ettiği fotoğrafın altında şu ifadeler yer almaktadır: "*Meydanların Cevabı: Başsavcı Kanadoğlu'nun açtığı kapatma davası, Ak Parti'nin miting meydanlarına coşku olarak yansıdı. Malatya ve Elazığ'da Erdoğan için toplanan on binler 'Başbakan Tayyip' sloganları attı. Erdoğan kalabalıklara hitaben 'Artık bu hikâye milletin hikâyesidir. Millet durdurulabilir mi? Unutmayın ya millet kazanacak, ya da millete tepeden bakan grubun saltanatı devam edecek' dedi.*" Fotoğrafın altındaki bu yorum fotoğraftaki durumu açıklamaktadır. Haberin iç sayfadaki "*Erdoğan: Millet kazanacak*" başlığıyla devam eden haberde Sabih Kanadoğlu'na yönelik "niyeti kuşkulu bir girişimde" yorumuna vurgu yapılmış Erdoğan'ın "*Seçimlere az bir süre kala Yargıtay Başsavcısı'nın hukuki mesnetten yoksun ve sonuç çıkmayacağı kesin olan girişimde bulunması anlamlıdır*" yorumuna vurgu yapılmıştır. Bu ifadeler diğer gazetelerde yer almamıştır. Ayrıca haberde geçen; "*...meydanların her zamankine göre daha coşkulu olması, Kanadoğlu'na meydanlarda cevap verildi değerlendirmesine neden oldu*" şeklindeki cümleyle yorumlanmış, edilgen bir söylem çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Yeni Şafak gazetesinin 26 Ekim tarihli sayısında ilk sayfanın ortasında kırmızı fon üzerine döşenmiş “Çözüm tek başına iktidar” başlıklı bir haber bulunmaktadır. Haberde Konya mitinginde konuşan Erdoğan’ın sağ oyları partisinde toplanacağını belirterek, marjinal gruplarla vakit kaybedilmemesi, oyların bölünmemesi, Ak Parti’de birleştirilmesine yönelik çağrısı öne çekilmiş, haberin iç sayfadaki devamında ise Erdoğan’ın bu talebi, “oylarınızı bölmeyin bizi iktidara taşıyın” şeklinde başlık olmuştur. İlk sayfadaki haberde (gazetenin diğer haberlerinde olduğu gibi) retoriksel anlamda Erdoğan’ın kalabalık bir gruba hitap ettiği görselle artırılırken, iç sayfada ise “Kasımpaşalı dik dur arkanda 60 milyon var” yazılı bir pankartın önünde elini kalbinin üzerine koymuş selamlar bir şekilde Erdoğan’ın fotoğrafı kullanılmıştır. Sentaktik olarak haberde cümle yapıları etken şekilde doğrudan kullanılmıştır.

Aynı tarihli gazetenin ilk sayfasında SP genel başkanı Recai Kutan’ın “Türkiye kötü yönetiliyor” ifadesi ile MHP Genel başkanı Devlet Bahçeli’nin “Avrupa Birliği’ne değil dayatmaya karşıyız” ifadelerinin yer aldığı küçük haberler de yer almaktadır. Yine bu ilk sayfada dikkat çeken küçük bir haber bulunmaktadır. Haber, gazetenin özellikle Alevi vatandaşlara yönelik kamuoyu oluşturması açısından önem arz etmektedir. “Doğan: CHP’ye oy vermeyeceğim” başlığını taşıyan haberde, Alevi-Bektaşî-Mevlevî Dernek ve Vakıfları adına konuşan Cem Vakfı başkanı Prof. Dr. İzzettin Doğan’ın, “CHP, Atatürk’ün partisi olmaktan çıktı. Alevileri dışarıda bıraktığı için CHP’ye oy vermeyeceğim” şeklindeki demecine yer verilmiş ve CHP’yi CHP’liyle vuran bu haber, yayın politikası Ak Partiyi destekleyen gazetede kendine yer bulmuştur.

Seçime bir gün kala Yeni şafak gazetesi 1 Kasım tarihli sayısında yine kırmızı fon eşliğinde “Erdoğan: CHP’nin kuyruklarını unutmayın” başlıklı haberi yayınlamıştır. Gazetelerin saflarını seçim haberleri üzerinden belli edip söylemlerinin keskinleştiği o süreçte diğer gazetelerin de yaptığı gibi Yeni Şafak gazetesi de kamuoyu yoklamalarında Ak Parti açık ara önde olsa da rakibi ve barajı aşan tek parti olarak görünen CHP’ye yüklenen Erdoğan’ın CHP’ye yönelik olumsuzluklarını

haberini girişine taşımıştır⁵³. Tematik olarak spotun kullanılmadığı haberde, sentaktik açıdan etken cümlelerle verilmiş ve Erdoğan'ın "*Baykal, 40 yaşında bakanlık yaptı şimdi 65 yaşında neyi başaracak? Ayinesi iştir kişinin lafa bakılmaz. CHP dönemi hep yokluk, yoksulluk, kuyruk dönemi oldu. Gençler, büyüklerinize sorun; yanlış yapmayın*" ifadesi de doğrudan verilmiştir. Erdoğan'ın bu söylemlerine vurgu yapan gazete, okuyucunun toplumsal belleğini tazelemek istediğini söyleyebiliriz. Haber iç sayfada "*40'ında ne yaptın ki 65'inde yapacaksın*" başlığıyla detaylandırılmış, Baykal'ın yaş-performans ilişkisi burada yinelenmiştir. *Baykal'ın somut çözümü yok*", "*Yılmaz kaç kez kayış attı*", "*Eğitimde fırsat eşitliği olacak*" gibi ara başlıkların kullanıldığı haberde, yine Erdoğan'ın miting konuşmasında çekilmiş bir görsel kullanılarak retoriksel anlamda da inandırıcılık artırılmıştır.

2.2. 12 Haziran 2011 Genel Seçimlerinde Gazetelerin Siyasi ve İdeolojik Söylemleri

2.2.1. Cumhuriyet Gazetesi

28 Mayıs 2011 tarihli Cumhuriyet gazetesinde tematik olarak "*CHP eski milletvekili Tanla, bir seçim döneminde yaşanan 10 milyonluk artışı YSK'ya sordu*" üst başlıklı ve "*Seçmen artışı kuşkulu*" başlığıyla manşetten verilen bir haber yer almaktadır. Haberde eski CHP milletvekili Bülent Tanla'nın 2007 seçimlerinde 42 milyon 799 bin olan seçme sayısının on milyon artarak 52 milyon 700 bine çıktığına 'işaret etmekte' olup haberde "*Baraj yükseldi*", "*Bu duruma dikkat*" ara başlıklarının kullanılmıştır. Hiçbir görselin kullanılmadığı haberde Tanla'nın ifadeleri şu şekilde doğrudan aktarılmıştır: "*Bu ne TÜİK ne de MERNİS verilerini tutuyor. Anormal artışın nedenini YSK açıklamalı.*" Haberde Tanla'nın bu artışın yüzde on barajını bir milyon kişi artırdığını, baraj tehlikesi yaşayan partileri doğrudan etkilediğine dair vurgu yapılmıştır. O günlerde gündemde bazı isimlerin uygunsuz kasetleriyle ilgili dolaşan haberlere istinaden Tanla; "Buna dikkat edilmesi gerekiyor. Türk siyaseti bazı kaset iddiaları yüzünden yanlış yerlere götürülüyor. Kaset çok ses çıkarırken barajın arttırılması kimsenin dikkatini çekmiyor" şeklindeki

⁵³ Aynı kırmızı fon içerisinde SP Genel başkanının "IMF'cilere oy vermeyin" söylemiyle ve Recai Kutun'ın olduğu mitingde çekilmiş bir görselle gazete, bir dönem desteklediği Saadet Partisini tabiri caizse unutmamıştır

ifadesi de ilk sayfadan verilmektedir. Bu haber, gerek YSK gibi devlet kurumlarının, gerekse hükümetin güvenilirliğini zedeleyici yönde ve okuyucuyu yarı manipüle yarı provoke eden bir anlayışla yapılmıştır.

Aynı tarihi taşıyan gazetede, “*CHP lideri Kılıçdaroğlu ‘Rahatsız ettik’*” başlıklı haberde Kılıçdaroğlu’nun CHP’ye giderek artan ilginin AKP’yi rahatsız ettiğine dair söylemi vurgulanmıştır. Haberin iç sayfadaki devamında habere geniş yer ayrılmış, “*Erdoğan’ın korkusu artıyor*” başlığı verilmiştir. Sentaktik olarak etken cümle yapılarıyla, doğrudan verilen Kılıçdaroğlu’nun söylemleri detaylı bir şekilde verilmiştir. Kalabalık bir halk kitlesine seslenen Kılıçdaroğlu’nun kullanıldığı görselin haberinde; Kılıçdaroğlu’nun Eyüp Sultan’ı ziyaret etmesi, Beşiktaş’ta simitçiyle diyalogu gibi parti liderinin toplumun her kesimiyle ilişki içinde olması bağlamında gazete, desteklediği siyasal parti liderini inşa etmeyi amaçlamıştır.

29 Mayıs’ta “*Kılıçdaroğlu, yağmura karşın alanı dolduran on binlerle gövde gösterisi yaptı*” üst başlığı, “*İzmir Coşkusu*” başlığıyla manşetten verdiği haberinde Cumhuriyet, CHP’nin kalesi olarak bilinen İzmir mitingine geniş yer vermiştir. Tematik olarak “*AKP hazmedemiyor*”, “*Balbay’ın mektubu*” ve “*Gündoğdu farkı*” ara başlıklarının kullanıldığı haberde retoriksel anlamda büyük bir kalabalığın olduğu mitingden çekilmiş bir fotoğraf yer almaktadır. Haberin “*İzmir’de büyük coşku*” başlığıyla iç sayfada verilen devamında, 2007 yılındaki Cumhuriyet mitingleriyle benzerlik kurulması dikkat çekmektedir. O tarihten bir süre önce operasyon düzenlenen İzmir’in CHP’li belediye başkanı Aziz Kocaoğlu’na destek amaçlı atılan “*İzmir Azizdir Aziz kalacak*” sloganları ile CHP İzmir milletvekili adayı ve Cumhuriyet gazetesi yazarı olan Mustafa Balbay’ın Silivri’den gönderdiği mektubun okunması gibi atıflar, gazetenin parti ile dirsek temasına işaret etmektedir.

30 Mayıs tarihli gazetede AKP, MHP ve CHP ile ilgili üç haber yan yana bulunmaktadır. MHP’nin Ak Parti’yi eleştirmesini de ilk sayfadan veren gazete, Erdoğan’ın CHP liderini eleştirdiği “*Erdoğan’ın üslubu sert: ‘Kılıçdaroğlu vitrin süsüdür’*” başlıklı haberi ilk sayfadan vermiştir. Erdoğan’ın seçime 15 gün kala söylemini iyice sertleştirdiğini belirten gazete, Erdoğan’ın “*Kemal Kılıçdaroğlu diye biri yoktur. Kemal Kılıçdaroğlu sanaldır, sanal. Kılıçdaroğlu, siyaset mühendisleri*

tarafından üretilmiş, CHP'nin başına getirilmiş bir vitrin süsünden ibarettir” ifadesi doğrudan verilmiştir. Haberin iç sayfadaki devamında “Ankara’da protesto edilen Başbakan Erdoğan, muhalefete yönelik üslubunu iyice sertleştirdi” üst başlığı ve “Kılıçdaroğlu sanaldır” başlığıyla verdiği haberde Erdoğan’ın CHP’ye yönelttiği eleştiriler başbakanın ağızından verilmiş ancak haber verilirken Ankara’da başbakanın protesto edilmesi, mitinge zorunlu olarak vatandaş taşınması gibi Ak parti’nin aleyhindeki haberlerle birlikte verilmiştir. Erdoğan’ın Kılıçdaroğlu’na yaptığı eleştiriler, Erdoğan’ın mitingi eleştirilerek haberleştirilmiştir.

2 Haziran’da tematik olarak “Terör estiriyor” manşetiyle verilen haberde “Hopa ve Ankara’da gözaltına alınanlar terörist ilan edildi, işkence gördü. Gece baskınları düzenlendi, Erdoğan, yaşamını yitiren yurttaş için ‘Birisi de kalp krizinden ölmüş, üzerinde durmak istemiyorum’ dedi” şeklinde üst başlıkla verilmiştir. Başbakan Erdoğan’ın kürsüde gayet ciddi bir yüz ifadesiyle işaret parmağıyla yeri gösterir vaziyetteki fotoğrafı kullanılmış ve bu görselin üstüne büyük puntolarla “edepsiz, alçak” yazılmıştır. “Edepsiz, alçak” başlığı, Başbakan Erdoğan’ın, Kılıçdaroğlu’na Hopa ile ilgili “rüzgar eken fırtına biçer” sözlerine “ben onun kadar edepsiz, alçak, ahlaksız değilim” ifadesine atıfla yazılmıştır. Ancak bu ifade Erdoğan’a hakaret gibi görünmekte, haberin ayrıntılarına bakılınca söylem-görsel arasında kelime oyunu olduğu anlaşılmaktadır.

Aynı gün aynı sayfada yukarıdaki haberle bağlantılı olarak Erdoğan’ın “ben onun kadar edepsiz, alçak, ahlaksız değilim” açıklamasına CHP lideri Kılıçdaroğlu’nun cevap verdiği “O, kendini tanımlamış” başlıklı haber yer almaktadır. İlk sayfada görselin kullanılmadığı ve Kılıçdaroğlu’nun ağızından verilen söylemleri, iç sayfada “Korkma çık karşıma” başlığıyla detaylandırılmış, retoriksel olarak Kılıçdaroğlu’nun mitinginden bir görselle sunulmuştur.

Bütün siyasi partiler için önemli bir miting merkezi olan İstanbul mitingini, 5 Haziran tarihinde Cumhuriyet gazetesi tematik olarak “CHP lideri Kılıçdaroğlu, Kazlıçeşme’de yüz binlerce kişiye seslendi” üst başlığıyla “İstanbul Rüzgârı” başlığıyla manşetten vermiştir. Habere ilk bakıldığında, kalabalığın önünde duran Kılıçdaroğlu’nun elinden bırakıverdiği barışın simgesi olan beyaz bir güvercinin

kullanıldığı büyük boyuttaki fotoğraf dikkati çekmektedir. “*Öfkesi Hopa’yu savaşı alanına çevirdi*” ve “*Sanatçı müsveddeleri alanda*” ara başlıklarıyla CHP liderinin başbakan Erdoğan’a eleştirilerine vurgu yapılmış ancak olayla ilgili ardaan bağlam bilgisi verilmemiştir. “*Yüz binler meydanda*” başlığıyla Kemal Kılıçdaroğlu’nun İstanbul çıkarması tüm detaylarıyla onuncu sayfadan tam sayfa olarak yayınlanmıştır. Haberde “AKP son kullanma tarihi 12.06.2011”, “İzmir’e gâvur, Hopa’ya eşkıya demek hayaldi gerçek oldu”, “1923 ruhunu bilmeyen 2023 ü göremez” pankartlarının yer aldığı görseller ön plana çıkarılmıştır.

Seçimden bir gün önce 11 Haziran tarihli Cumhuriyet gazetesinde “*Kılıçdaroğlu olaylardan sonra gergin günler yaşayan kentte coşkuyla karşılandı*” üst başlığı ve “*Hopa’da eşkıya yok*” başlığıyla manşetten verildiği haberiyle gazete, propagandanın son günü çıkış haberini Hopa ile yapmıştır. Tematik olarak spotun kullanılmadığı haberde, “*Ağabeyimizsiniz*” ve “*On bin kişi toplandı*” ara başlıkları kullanılmıştır. Kılıçdaroğlu’nun seçim programında değişiklik yaparak Hopa’ya gitmesi, çıkan olaylarda biber gazından kalp krizi geçirerek hayatını kaybeden Metin Korkmaz’ın ailesini ziyareti ve otobüsten düşerek yaralanan koruma şefi Servet Erkan’ı hastanede ziyaretinin anlatıldığı haberde cümleler aktif yapıda kullanılmıştır. Haberin “*Eşkıya görmedim*” başlıklı iç sayfadaki devamında, ilk sayfada yer alan bilgiler yinelenmiş, Kılıçdaroğlu’nun Metin Lokumcu’nun mezarını ve kaymakamı ziyaret ettiği bilgisi verilmiştir. Erdoğan’ın “Eşkıya Hopa’ya inmiş haberimiz yok” sözlerine gönderme yapan Kılıçdaroğlu’nun konuşması “Eşkıya Tayyip” sloganlarıyla kesildiği ve Kılıçdaroğlu’nun “Buradan eşkıya çıkmaz, çıksa çıksa yurtsever çıkar” şeklindeki açıklamaları ağızından verilmiştir. Haber, mitingden alınmış bir görselle sunularak Kılıçdaroğlu’nun imajı retoriksel anlamda da olumlanarak verilmiştir.

2.2.2. Hürriyet Gazetesi

29 Mayıs tarihinde Hürriyet gazetesinin *Seçim 2011* etiketiyle mavi fon içerisinde yer alan seçim haberlerinden üstte Ak Parti, altında ise CHP ve MHP ile ilgili haberler yer almaktadır. “*CHP’nin hedefi iktidar değil*”, başlığıyla verilen haberin spotunda Erdoğan’ın Eskişehir mitinginde yağmur altında konuştuğu,

dinleyenlere beyaz karanfil dağıttığı ve yağmur nedeniyle Simav'a gidemediği bilgisi yer almaktadır. Erdoğan'ın Hatay'da *"CHP iktidara değil hala muhalefete talip. Hedefi iktidar değil. 22 Temmuz'daki 20,9'luk oy oranını yakalamaya çalışıyorlar. Sayın Baykal'ın oy oranı üzerine biraz koyabilirse kendini başarılı sayacak. Hesap uzmanı ya yüzde 40'a, 50'ye çıkamıyor"* şeklindeki ifadesi doğrudan verilmiştir. *"20.9'a kadar saymayı biliyor"* başlığıyla iç sayfada yer alan haberde tematik olarak, *"Esad'la bizzat görüştüm"*, *"Katil Mladiç yargılanmalı"*, *"Sen Hataya'a kaç kez gittin"*, *"Sadece İsrail'e selam çaktı"*, *"Baykal'ı geçerse 'başarı' sayacak"*, *"Bu, 1940 model CHP"* ara başlıklarıyla haber detaylandırılmıştır. Ara başlıkların çokluğundan da anlaşılacağı üzere, Erdoğan'ın miting konuşmalarının yanı sıra Erdoğan'ın alana gelişi, açılan pankartlar, çevre sakinleri, polis kontrolleri gibi tüm detaylarıyla mitinge, yarım sayfa ile geniş yer ayrılmıştır. Haberde ayrıca metinde de bahsedilen Erdoğan'ın mitinge katılanlara karanfil fırlatırken çekilmiş fotoğraf kullanılmıştır.

30 Mayıs tarihinde *"Müslüman yetişmesin diye çocuk yakıyorlar"* başlığıyla verdiği haberinde Hürriyet, Başbakan Tayyip Erdoğan'ın muhalefet partilerine eleştirileri üzerinden haberi başlıklandırmıştır. Tematik olarak spot kullanılmayan haberde, *"İstismar peşindeler"*, *"Kılıçdaroğlu sanal"* ara başlıkları kullanılmıştır. Aynı başlıkla haber iç sayfada detaylandırılmış, Devlet Bahçeli ve Kemal Kılıçdaroğlu'na dair tüm eleştiriler *"Terörün gölgesi"*, *"Bahçeli söylemiyor"*, *"Camilere el atıldı"*, *"Ekranı çıkartmayacak"*, *"İttifak kurdular"*, *"45-50 bandındayız"* gibi ara başlıklarla haber yarım sayfadan verilmiş ve Erdoğan'ın halkı selamlayan bir miting fotoğrafıyla haberin retoriği artırılmıştır.

Aynı tarihli gazetede yukarıdaki haberin altında yer alan *"Hortumları kesip halka vereceğim"* başlıklı haberde, CHP genel başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun söylemlerini gazete; *"Kemal Kılıçdaroğlu, iktidarın ülkenin sorunlarına kayıtsız kaldığını öne sürerek..."* şeklinde vermiştir. Çalışmanın kuramsal çerçevesinde de belirtildiği gibi *iddia etti, öne sürdü* gibi ifadeler muhalif bir anlayış çerçevesinde ele alınan söylem türleridir. Hürriyet gazetesinin yayın politikası, mevcut iktidarı desteklediğidir ki bu 2002 yılıyla haberler kıyaslandığında sabit bir ideolojik perspektifinin olmadığını göstermektedir. İlk sayfada biraz da olumsuz ele alınan bu

küçük haber, iç sayfada detaylı olarak ele alınmıştır. Tematik anlamda “*İcra daireleri yapmışlar*”, “*ODTÜ’yü de kurdum diyecek*”, “*Yeni CHP öneri getiriyor*” ara başlıkları kullanılmış olup, sentaktik açıdan cümleler aktif yapılar içerisinde verilmiştir. Haberde CHP seçim otobüsü, kalabalık bir grup ve dumanların olduğu bir fotoğrafın üstünde “meşaleli karşılama” yazısıyla, Kılıçdaroğlu’nun Kartal ve Pendik’te seçim otobüslerinden halkı selamladığı ve Kartal’da CHP Gençlik Kolları üyelerince meşalelerle karşılandığı bilgisi yer almaktadır.

2 Haziran tarihli Hürriyet gazetesi Erdoğan’ın Diyarbakır mitingi “*Diyarbakır, biz kardeşiz ilelebet kardeşiz*” başlığıyla verilmiştir. Bütün seçim haberlerini sayfanın alt kısmında küçük bir alan içerisinde veren gazete, muhalefet partilerinin haberlerini de aynı alana küçük haberler olarak yerleştirmektedir. “*Bunlar terörist*” ve “*BDP bölmek istiyor*” ara başlıklarıyla verilen haberde, Erdoğan’ın “*Bu BDP, PKK’dan güç alarak bizi bölmek istiyor. Diyarbakır! Biz kardeşiz, biz Âdem ve Havva’dan geliyoruz. Onun için biriz. Bölmek isteyenlere cevabımızı sandıkta verelim. Zılgıt da, horon da, zeybek de, halay da bizim*” şeklindeki ifadesi “birleştirici ve bütünleştirici” bir etki oluşturması amacıyla ilk sayfaya çekilmiştir. Siyasal partiler için Ankara, İstanbul, İzmir gibi büyükşehirlerin yanı sıra Diyarbakır da önemli merkezlerden birisidir. Bu nedenle olsa gerek, gazete Ak Parti’nin Diyarbakır mitingine iç sayfadaki devamında tam sayfa yer vermiştir. “*Edepsiz, alçak, ahlaksız değilim*” başlığıyla detaylandırılan haber, Başbakan Erdoğan’ın Kılıçdaroğlu’na çıkışı ile ilişkilendirilmiştir. Tayyip Erdoğan için kentte alınan olağanüstü güvenlik önemlerinin ve miting öncesi gösterilerin aktarıldığı haberde, tematik olarak CHP liderine yönelik “*Şaklabanı var*”, “*Hakaret ediyor*”; Hopa olayları için “*Şehir eşkıyaları*”, “*İlk saldırı değil*”, “*Açık bir tahrik*” gibi ara başlıklar kullanılmıştır. Haberin devamında “*Diyarbakır! Biz kardeşiz be...*” başlığı altında Erdoğan’ın konuşmasından satır başları öne çıkarılmış, Diyarbakırlılarla kardeşliğe vurgu yapılırken, gerek Hopa’da olay çıkaran CHP’liler gerek BDP ve terör örgütü tarafından ortaya konan eylemlerle öteleyici bir söylem ön plana çıkarılmıştır.

5 Haziran tarihli Hürriyet gazetesinde “*İstanbul Şov*” başlığıyla verilen haberde tematik olarak “*CHP’lilere göre 500 kişinin katıldığı İstanbul mitinginde*

konuşan Kılıçdaroğlu, Erdoğan'ın maskesini düşüreceğini belirtti" şeklindeki ifadesini spottan, sentaktik açıdan dolaylı olarak vermiştir. *"Dışlerini sökeceğim"* alt başlığıyla devam eden haberde Başbakan Erdoğan'ın CHP liderine yönelik İsrail'i desteklediğine dair iddiası, Kılıçdaroğlu'nun *"... ABD'de büyük Yahudi ödülünü alan bu değil miydi? Şimdi nasıl kaplan kesiliyor. Dışlerini sökeceğim onun hiç merak etmeyin"* ifadesi doğrudan aktarılmıştır. Haberin iç sayfadaki devamında da *"Dışlerini sökeceğim"* ifadesi başlık olarak kullanılmış, iç sayfadaki spotta ilk sayfadaki ifadeler yinelenmiştir. Kılıçdaroğlu'nun konuşması *"Vekillerin canı tatlı"*, *"Erdoğan'ın öfkesi"*, *"4 ayda siyaseti bırakırım"* gibi alt başlıklar halinde aktif cümle yapıları ile verilmiştir. Haberin inandırıcılığını artırmada kullanılan görsellerin önemli bir rolü olduğunu düşünürsek, bu habere baktığımızda, kalabalık miting alanının havadan çekilmiş fotoğrafının yan tarafında *"CHP: 500 bin, Polis: 100 bin"* yazılmıştır. İstanbul gibi kilit bir seçim merkezi için sayısal çoğunluk önemli olduğu için Ak Parti ve CHP arasında polemik haline gelen konuda gazete, polisin verilerine dayanarak bu sayıyı netleştirmeye çalışmıştır.

Aynı tarihli gazetede yer alan MHP ile ilgili *"Diyarbakır'a Yozgat'a gider gibi gideceğiz"* başlıklı haber yer almaktadır. Gazetenin seçim haberlerini yayınlamada benimsediği sayfa tasarımının, ilk sayfada küçük bir alan içinde AKP, CHP ve MHP'nin seçim haberleri ile ilgili çarpıcı söylemleri ön plana çıkarıp, bu haberlere iç sayfada neredeyse hemen her parti için tam sayfa ayırmasıdır. 5 Haziran tarihli gazetede de gerek CHP'nin Kazlıçeşme mitingi, gerekse MHP'nin Ankara mitingine birer sayfa ayrılmıştır. Bu arada şu noktayı da vurgulamakta yarar var. Bazı gazeteler siyasilerin söylemlerini, özellikle miting veya basın toplantısı gibi akıcı konuşmalarda, herhangi bir tırnak işareti koymadan ve *"dedi, belirtti, ifade etti..."* gibi aktarma ifade eden kalıplarını kullanmadan vermektedirler ki Devlet Bahçeli'nin konuşması da bu şekilde verilmiştir. Haber, *"Bahçeliden mesaj; Irkçı olsaydık sen Başbakan olamazdın"* şeklinde büyük bir ikinci başlık ile ikiye bölünmüştür. Bu haberde de Hürriyet, Bahçeli'nin sözlerini *"Türk'üm sözünden rahatsız oluyorlar"*, *"Haddini bil, sınırı aşma"*, *"Diyarbakır'da maskeni indireceğim"* gibi ara başlıklarla, Bahçeli'nin tehdit edici ve tahrikvari söylemleri ön plana bu şekilde çıkarmıştır.

6 Haziran tarihli Hürriyet, Başbakan'ın İstanbul mitingini CHP'de olduğu gibi şov olarak betimlemiş ve "*Kazlıçeşme'de İstanbul şovu*" başlığını atmıştır. Gazetenin *final mitingi* olarak nitelendirdiği İstanbul mitinginde Erdoğan'ın söylemleri de sentaktik açıdan aktif yapılarla ve olumlu olarak verilmiştir. Haberin iç sayfadaki Erdoğan'ın "*CHP'ye yasak sistemi Ağabeyim kümeste saklandı*" ifadesinin başlığa çekildiği devamında, yukarıda da bahsedildiği gibi Erdoğan'ın konuşması "*Diş doktoru musun?*", "*Bayraktan rahatsız*", "*Sivil Anayasa*", "*Bir Özhaseki etmezler*", "*Bugün 10 milyon var*" gibi doğrudan (ve tırnak içine alınmadan) ara başlıklar kullanılarak, konuşmasının çarpıcı yerleri ön plana çıkarılmıştır. "*Final mitingi: Kazlıçeşme notları*" başlığıyla da ayrıca mitinge dair detaylar (ulaşım, polis araması, engelli bölümü vb) maddeler halinde sıralanmıştır. CHP'nin İstanbul mitinginde olduğu gibi, havadan çekilmiş miting alanı fotoğrafının yanına "*Ak Parti: 1 milyon, Polis: 300 bin*" yazılmış ve o dönem iki parti arasındaki sayısal çoğunluk tartışması polis sayımı üzerinden sonuçlandırılmaya çalışılmıştır.

2.2.3. Sabah Gazetesi

2002 yılındaki seçim haberleri ile kıyaslandığında, gazetenin sahiplik yapısındaki değişiklik nedeniyle Sabah gazetesinin haber söylemlerinde büyük farklılıkların görüldüğü söyleyebiliriz. Sabah gazetesinin örnekleme dâhil edilmesinde bu durumun etkisi olduğunu belirtmiştik.

29 Mayıs 2011 tarihli Sabah gazetesindeki haberde Tayyip Erdoğan'ın miting fotoğrafı kullanılmış, fotoğrafın üst kısmında tematik olarak incelendiğinde haberin veriliş tarzı, uyguladığımız analiz metodumuza pek uymamaktadır. "*Üç kafadar meçhul istasyona gidiyor*" başlığı ve Erdoğan'ın, "*CHP lokomotif oldu, MHP ile BDP'yi kendisine vagon yaptı. Üç kafadar meçhul istasyona doğru aheste aheste gidiyor*" ifadesi spot gibi verilirken, aynı fotoğrafın alt tarafında "*Artık çok konuşan asker yok*" başlığı ve Başbakan'ın "*Şuanda sivil de asker de konumunu gayet iyi biliyor*" ifadesi spot gibi verilmiştir. Haberin iç sayfadaki devamında Başbakan'ın "*Çözümün önündeki en büyük engel BDP*" sözleri başlığa çekilmiştir. Bütün haberlerde olduğu gibi Erdoğan'ın eleştiri getirdiği isimlerin görüşleri yoktur. Haberde Erdoğan'ın söylemleri sentaktik açıdan aktif olarak verilirken, haberde

ardalan bilgisi bulunmamaktadır. İnanırcılığı artırmak için kullanılan görselde, miting alanına gelen kalabalığa Başbakan Erdoğan'ın karanfil atarkenki görüntüsü eşlik etmiştir.

30 Mayıs Tarihinde Sabah gazetesi tek seçim haberi olarak yine Ak Parti'ye yer vermiş ve *“Kılıçdaroğlu vitrin süsü”* başlıklı haberi sürmanşetten vermiştir. Başbakan Erdoğan'ın *“CHP Genel Başkanı çeteler tarafından yönlendirilen bir figürden ibarettir”* sözleri spottan verilmiştir. Erdoğan'ın, CHP liderine yönelik *“parmakta oynatılan kukla”*, *“Oyunu atabilirse...”* gibi uç söylemleri, sürmanşetteki haberin ara başlıklarını oluşturmuştur. İnanırcılık açısından ilk sayfada büyük bir fotoğrafının kullanıldığı haberin iç sayfasındaki devamında da yine büyük bir görsel kullanılmış ve burada aynı haber *“Kılıçdaroğlu sanaldır”* başlığıyla devam etmiştir. Yarım sayfa yer ayrılan haberde Erdoğan'ın söylemleri sentaktik açıdan aktif cümle yapılarıyla verilmiştir.

1 Haziranda gazete, tematik olarak *“Kepenkler açık, meydan boştu”* başlığıyla verdiği haberde, CHP lideri Kılıçdaroğlu'nun Diyarbakır mitingini de spottan *“CHP lideri Kılıçdaroğlu'nun Diyarbakır miting coşkusu katılanı da kıttı”* yorumuyla vermiştir. Hemen hemen gerek ana muhalefet olsun gerekse diğer muhalefet partileri olsun, gazete hükümet dışındaki seçim haberlerini ilk sayfasına taşımamaktadır. Haberin detayı şöyle devam etmektedir: *“Diyarbakır'da Kılıçdaroğlu'nu dinleyenlerin çoğu, Adana ve Gaziantep'ten getirilen partililerdi. Hakkâri'nin aksine bu kez BDP'liler mitinge ilgi göstermedi. CHP lideri Kılıçdaroğlu'nun 'Cezaevi değil fabrika vaat ediyorum' sözü alkış aldı.”* Bu haberle gazetenin bir bakıma CHP liderini itibarsızlaştırmanın yanında, BDP gibi terör destekçisi partilerle dirsek temasında olduğunu gündemde tutmaya çalıştığını söyleyebiliriz.

2 Haziranda *“Cesur Yürek Diyarbakır”* manşetiyle çıkan Sabah, *“Diyarbakırlılar onca tehdide, baskıya, gözdağına, bombaya rağmen Erdoğan'ı dinlemek için İstasyon Meydanı'nı doldurdu”* spotuyla verilmiştir. BDP'nin kalesi olarak bilinen Diyarbakır'da BDP'nin ve PKK'nın baskılarına dolaylı olarak vurgu yapan gazete, yerli halkın Kürtçe türkülerle Erdoğan'ı bekleyenlerin olduğu bir alt başlıkla öne çıkarmıştır. Gazete, bu haberiyle Kürtlerin aslında hükümet yanlısı

olduklarını ancak terör örgütü ve yandaşları yüzünden baskı sonucu onları desteklemek zorunda kaldıkları gibi bir mesaj vermeye çalışmıştır. Başbakan'ın Diyarbakır halkına yaptığı konuşmanın detayları maddeler halinde sıralanarak önemli mesajlar öne çıkarılmıştır. Haberin iç sayfada *“Biz çözdük, biz çözeceğiz”* başlıklı devamına tam sayfa ayrılmıştır. Seçimi izleyen muhabirlerin de izlenimlerinin aktarmalarıyla miting en ince ayrıntısına kadar anlatılmış, sentaktik açıdan Başbakan'ın konuşmaları doğrudan verilmiştir.

Erdoğan'ın İstanbul mitingini 6 Haziran'da *“Rekor Miting”* başlığıyla manşetten veren Sabah gazetesi haberinde tematik olarak *“Başbakan Erdoğan, Kazlıçeşme mitinginde 1 milyonu aşan coşkulu topluluğa hitap etti: ‘Zafer bizim olacak, sizinle gurur duyuyorum’”* cümlesi spottan verilirken, *“İstanbul sandıkları patlatacak”*, *“12 Haziran hesap sorma günü olacak”* gibi ara başlıklar kullanılmıştır. Haberin hem ilk hem iç sayfasında kalabalık mitingden büyük fotoğraf karelerinin kullanımıyla retorik artırılmak istenmiştir. *“Seçim sonrası en büyük projemiz yeni anayasa”* başlığıyla iç sayfada tam sayfa yer verilen mitingin ayrıntıları, diğer mitinglerde olduğu gibi tüm yönleriyle verilmiştir. Erdoğan'ın konuşmalarının sentaktik açıdan aktif verilmesi ve CHP lideri Kılıçdaroğlu'nun mitingine sayısal çoğunluk tarafından atıflar, nedensellik ilişkisini göstermektedir.

Sabah gazetesinin seçim arifesi olan 11 Haziran tarihli sayısında verilen *“Hele Dadaş! Eyim misen hoş musan?”* başlığıyla verilen haberin gerek söylem tarzı, gerekse kullanılan görsel açısından diğer günlerde verilen haberlerden farklı olmadığını söyleyebiliriz. Kalabalıkları selamlayan Ak Parti lideri ve Başbakan Tayyip Erdoğan'ın halkı selamla pozunu ve coşkulu kalabalık. Bunun nedenini şöyle açıklayabiliriz. Gazetenin ilk sayfasında muhalefet kendine (bir iki istisna haberi saymazsak) hemen hemen hiç kendine yer bulamazken, gazete haberlerinde, Ak Partiyi ve başbakanı fazlasıyla olumlu bir şekilde çerçevelemiştir. Diğer gazetelerden, çok bariz tarafını belli etmeyen ya da en azından makul ölçüde muhalefete de ilk sayfalarında yer veren gazetelerin seçimden önceki son gün daha tarafsız bir habercilik yaptıkları görülmektedir. Bunu da istedikleri siyasal grubun lehine yayın yaparak kararsız seçmeni etkilemek gibi bir amaçla yaptıklarını

söyleyebiliriz. Ancak Sabah gazetesinde her gün bu yayın politikası sürdüğü için, 11 Haziran tarihli gazete de diğer günlerden bu nedenle farklı olmamıştır.

2.2.4. Yeni Şafak Gazetesi

Yeni Şafak gazetesi, 30 Mayıs 2011 tarihli sayısında “*Müslüman Kürt çocuklarını yakmak istediler*” başlığıyla manşetten verilen haberde, (gazetenin tabiriyle) BDP ve PKK yandaşlarının imamların ardından İmam-Hatipli öğrencileri hedef almasını değerlendiren Başbakan Erdoğan’ın, “*Bizzat Kürtlerin çocuklarını sırf Müslüman olarak yetişmesinler diye diri diri yakmaya kalkıyorlar. Bu çocukların Müslüman olmasından korkuyorlar*” ifadesi spottan verilmiştir. Başbakan Erdoğan’ın ifadelerinin doğrudan verildiği haberde gazete, Erdoğan’ın medyayı BDP’ye karşı uyarmasını vurgulamıştır. Çok kalabalık bir miting karesinin önünde halkı selamlayan Erdoğan’ın fotoğrafı kullanılmıştır. Haberin iç sayfasında haber tam sayfa verilmiştir. Başbakan Tayyip Erdoğan’ın başta CHP ve BDP olmak üzere diğer muhalefet partilere yönelik eleştirileri, “*Terörün gölgesinde siyaset yapıyorlar*”, “*İnançlarımızla oynadı*”, “*Bu tezgâhı herkes görsün*” gibi vurgulayıcı ara başlıklar kullanılarak verilmiştir. Böylece gazete taraflı söylemiyle Erdoğan’ın söyleminden güç alarak CHP ve BDP’yi kitleler nezdinde aynı safta göstermeyi amaçlamıştır.

1 Haziran 2011 tarihli Yeni Şafak Gazetesinde tematik olarak manşetten verilen “*Batı’dan korktu, bayrağı buldu*” başlığıyla manşetten verilen haberde “*Hakkari mitinginde BDP’nin bindirme kıtalarına bayrak açmayarak selam duran Kılıçdaroğlu, batı illerinde tepkiler yükselince yine çark etti. Diyarbakır’da ‘Kürt Sorunu’ bile diyemeyen CHP lideri, bu kez bayrağa sarıldı. Alana siparişle getirilen üç büyük bayrak, kameralar önünde dalgalandırıldı*” spotuyla verilmiştir. “*50 bin kişi beklentisi 2 binde kaldı*”, “*Gürsel Tekin: Nerede bu 50 bin kişi?*”, “*Diyarbakır’a, Silivri’yi alkışlattı*” ara başlığıyla verilen haberde sentaktik açıdan edilgen cümle yapıları kullanılmıştır. Bununla birlikte haberin devamında gazetenin taraflı bakış açısından yola çıkarak mitingin tüm olumsuz yönlerine vurgu yapılarak, parti hakkında olumsuz bir imaj oluşturulmaya çalışılmıştır. Retoriksel anlamda

haberde kullanılan miting görüntüsünün altında “*Kılıçdaroğlu Kürtleri hayal kırıklığına uğrattı. Boş meydana konuşan Kılıçdaroğlu hitabeti öğrenmiş ama, CHP’de çok temel bir sorun var: Zihniyet. İnanırcılık sorunu devam ediyor. ‘Kürt Sorunu’ diyemeyen Kemal Bey, bir sorundan söz ediyor, ama nasıl çözüleceğini söyleyemiyor*” şeklindeki yorumla verilmiştir. İç sayfadaki devamında “*Batı’dan korktu, Bayrağı buldu*” başlığıyla devam eden habere yarım sayfa yer ayrılmış, haberde Kılıçdaroğlu’nun söylemleri “öne sürdü”, “iddia etti”, “... cevabını vermek zorunda kaldı” gibi negatif söylemlerle haber kurgusu inşa edilmiştir.

5 Haziran 2011 tarihli sayısında ise “*Tel Aviv’e verdiği selamın karşılığı*” başlığıyla sürmanşetten verilen haberde The Economist’in “*CHP’ye oy verin*” yazısını eleştiren Başbakan’ın “*İsrail’e her fırsatta selam gönderen, CHP Genel Başkanı, şimdi o selamların karşılığını alıyor. Meğer Kılıçdaroğlu uluslar arası çetelerin bir projesiymiş*” ifadesi sayfanın üst kısmında doğrudan verilmiştir. CHP ile ilgili olan bu haber, retoriksel bağlamda kalabalık bir miting fotoğrafı ve Erdoğan’ın pozuyla desteklenmiştir. Haberin iç sayfadaki devamında “*Biz her yerde aynı dili kullanıyoruz*” başlığıyla detaylandırılan haberde, Başbakan Erdoğan’ın bu konuşmaya yaptığı İzmir mitingine dair argümanlar en ince ayrıntısına kadar verilerek, Erdoğan’ın konuşmaları da aktif bir şekilde verilmiştir.

6 Haziran 2011 tarihli sayısında gazete manşetten verdiği “*Muhteşem İstanbul*” başlıklı haberi, Ak Parti lideri Başbakan Erdoğan’ın en önemli seçim merkezi olan İstanbul mitingi ile ilgilidir. “*İstanbul’a muhteşem projeler hediye eden, Başbakan Erdoğan, Kazlıçeşme’de muhteşem bir kitle ile kucaklaştı. Miting alanına sığmayarak Yedi Kule surlarına dayanan mahşeri kalabalığa hitap eden Başbakan ‘5 kıtanın gözü sende. Destek ver 12 Haziranda sandıkları patlatalım İstanbul’*” söylemi spottan verilmiştir. Mitingdeki coşku kadar gazetenin haberi coşkuyla vermesi dikkat çekmektedir. Tematik olarak “*Mitingde 1 milyon eşiği aşıldı*” ve CHP’ye yönelik “*Montrö’nün avukatı mısın?*”, “*Sana dışlerimi teslim etmem*” ara başlıklarının kullanıldığı haberin iç sayfasında “*İstanbul tarih yazdı*” başlığı kullanılmıştır. Mitinge geniş yer ayıran gazete bir o kadarda büyük fotoğraflar kullanmayı retoriksel anlamda tercih etmiştir. Haberin köşesinde ayrı bir kırmızı fon

üzerinde yer alan “*Babam CHP’nin zulmünden kaçtı*” ara başlığıyla verilen haberde CHP’nin tarihsel olarak yasakçı zihniyetine dikkat çekmiştir.

Seçimden bir gün önce 11 Haziran tarihli gazetede manşetten “*Ya çeteler ve faşizm ya demokrasi*” başlığıyla manşetten verilen haberde şu şekilde bir spot kullanılmıştır: “*Darbecilerin yüzde 58 ‘evet’le yargı önüne çıkararak Türkiye, yarın bir kez daha demokrasi sınavı verecek. Seçmen, yeni anayasa ve özgürlük vaat eden Ak Parti ile Ergenekon rüzgârını arkasına alan CHP, İnönü faşizmini hortlatan müttefiki BDP ve derin partneri MHP arasında tercih yapacak.*” Daha önce, seçimden bir gün önce gazetelerin taraflarını belli eder nitelikte haberleri manşetlerine çektiklerini söylemiştik. Bu haberden de anlaşıldığı üzere, Ak Parti bir tarafa CHP, MHP ve BDP diğer tarafta olacak şekilde, bir habercilik anlayışıyla haber inşa edilmiştir. Haberin iç sayfadaki devamında “*Ya çeteler ya demokrasi*” başlığıyla detaylandırılan haberde spottakine benzer bilgiler tekrarlanmış, Ak Parti’nin en büyük vaadinin yeni anayasa, CHP’nin Ergenekon sanıklarından umudu, BDP’nin mesajlarının muğlaklığı ve MHP’nin projesinin Hilal Kart olduğu ayrı başlıklar halinde açıklanmıştır.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Medya veya daha özel anlamda basın ve siyaset sürekli etkileşim içerisinde olmuştur. Özellikle Türk Basını açısından bakıldığında gazetecilik faaliyetinin Osmanlı döneminde Batı'ya göre çok geç başlamasıyla, gazetecilik ruhunun ve o ruhun içindeki gazetecilik pratiklerinin benimsenmesi zaman almıştır. Bunda gerek Osmanlı'nın devlet yapısı, gerekse toplum yapısı (okuma ihtiyacı, okuryazar kişi sayısı vb gibi faktörler) etkili olmuştur.

Dünya tarihinin en önemli dönüm noktalarından biri olan I. Dünya Savaşı, akabinde yeni ulus devletlerin ortaya çıkmasına zemin oluşturmuştur. Bilindiği üzere Osmanlı'dan kalan topraklar üzerinde yeni Türkiye Cumhuriyeti kurulmuş ve Atatürk döneminde, başta harf inkılâbı olmak üzere, Batılılaşma ekseninde yapılan yenilikler peş peşe gelmiştir. Ancak Türkiye Cumhuriyeti'ndeki bu toplumsal ve siyasal dönüşümün basın üzerinde bir izdüşümü olmamıştır. Çalışmanın kuramsal çerçevesinde de belirtildiği gibi tek parti dönemi bilhassa basın açısından sancılı bir dönem olmuştur. Çok partili hayata geçiş ve sonraki yıllarda gerçekleşen darbeler, gerek demokrasinin gerekse basın alanındaki özgürlüklerin tesisi açısından yine, sorunlu dönemler olmuştur. Türkiye'de basının çok araçlı bir sistem haline gelerek büyük medya yapılarına dönüşmesi, bu sefer demin yukarıda da bahsedilen basının sorunlarını farklı bir alana taşımıştır. Daha net ifade etmek gerekirse, medya sahiplerinin politik çizgisi, haber içeriklerine sirayet etmiş⁵⁴, ayrıca ekonomik açıdan kâr amaçlı şirket oldukları için reklam verenlerle aradaki bu katmanlı ilişki, otosansürü beraberinde getirmiştir.

Bu çalışmada da amaç, seçim dönemlerinde, farklı kesimleri temsil eden ulusal gazetelerin haberlerini inşasında nasıl bir ideolojik dil kullandıklarını saptamaktır. Çalışmada van Dijk'ın Eleştirel Söylem Analizi metodu kullanılarak

⁵⁴ Aslında burada medya patronunu politik çizgisi yalnızca haberlere değil, reklamlara da yansımıştır. Mesela bir Hürriyet veya Milliyet gazetesinde bira reklamı görürken, akit veya Yeni Şafak gibi sağ gazetelerde bu tür reklamlara rastlanmamaktadır.

haberler makro ve mikro açıdan incelenmiştir. Analizin sonuçlarını şu şekilde özetleyebiliriz:

Milli Mücadele döneminde kurulan ve 1924'ten beri Cumhuriyet adıyla yayın yapan Cumhuriyet gazetesi, kuruluşundan bu yana Cumhuriyetçi ve Atatürkçü çizgisini değiştirmemiştir. Atatürk döneminde de zaman zaman politik bir araç olarak kullanılan gazete, bugün de CHP'ye çok yakın hatta CHP çizgisinde yayın yapmaktadır. 2002 seçim döneminde Cumhuriyet gazetesi, genel yayın politikası çizgisinde de olduğu gibi laikliğe vurgu yapılan haberleri öne çekmiştir. CHP dışında başka partiler hakkında haberleri ilk sayfasına taşımayan gazete, diğer partilerin haberlerini de iç sayfada küçük bir haber olarak vermiştir. Fakat 2002 seçimlerinden önce Ak Parti'ye açılan kapatma davası ile ilgili haberler manşetten verilmiş, ayrıca bu haberler verilirken Ak Parti lideri Tayyip Erdoğan hariç, diğer parti liderlerinin ve hukukçuların görüşlerine etraflıca yer verilmiştir. Gazete haberlerinde, taraflı yorumları açısından eksik bir habercilik sergilemiştir. 2011 yılında da gazetenin temel mantığında bir değişiklik saptanmamıştır. 2002 seçimlerinde CHP lideri Deniz Baykal, gerek haberde kullanılan söylem açısından gerekse kullanılan görseller açısından nasıl olumlanarak verilmişse, aynı duruş ve söylem 2011 seçimlerinde CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu için de yapılmıştır.

Hürriyet gazetesinin Cumhuriyet gazetesinde olduğu gibi sabit bir yayın politikası yoktur. 2002 seçim dönemi haberlerinde gazetenin Tayyip Erdoğan'a temkinli bir yaklaşım sergilediği tespit edilmiştir. Bazı haberlerde Tayyip Erdoğan'ın konuşmalarındaki uç söylemler (olumsuz anlamda) öne çıkarılırken, bazı haberlerde Erdoğan, olumlu şekilde verilmiştir. 2011 seçim döneminde, 2002'dekinden farklı bir hükümetin olması, gazetenin yayın çizgisini değiştirmiştir. Ak Parti'ye dair haberler, tabii ki hükümet olması nedeniyle, ön planda ve olumlu bir yapıda haberleştirilmiştir. CHP'ye dair haberlerin ise daha muhalif olduğu ve ikinci planda kaldığı saptanmıştır.

Sabah gazetesinin 2002 yılındaki haberlerine baktığımızda ilk etapta, haber yazımı anlamında, başlıklarla haberlerin uyumsuzluğu göze çarpmaktadır. İlk sayfada verilip öne çıkarılmak istenen haber iç sayfada bambaşka bir başlık altında

detaylandırılmakta, asıl önemli olan ön sayfadaki habere daha az değinilmektedir. Başlık ve metnin uyumu tematik anlamda başarısız bulunmuştur. Çalışmanın uygulama kısmında da belirtildiği üzere, o dönem Sabah gazetesinin yayın politikasından mıdır bilinmez, ilk sayfalarında herhangi bir siyasal partiye dair seçim haberi bulunmamaktadır. Seçim haberlerine iç sayfalarında yer ayıran gazete, seçimden bir iki gün önce seçim haberlerini ‘manşet’e çekmiştir. Ak Partiye muhalif bir söylem kullanarak AKP diye hitap eden gazetenin, 2002 seçimlerinden iki gün önce Ecevit’in “laiklik kaygısı”na dair haberi, apolitik tavır sergileyen bu gazetenin ilk sayfasını süslemiştir. 2008’de Sabah gazetesinin, CEO’su aynı zamanda Başbakan Erdoğan’ın da damadı olan, Turkuvaz Grubuna resmen geçmesiyle, gazetenin yayının politikasında yüz seksen derecelik bir dönüş olmuştur. 2011 seçimlerinde Ak Parti’nin yayın organı gibi çalışan gazete, muhalefet partisine dair haberlere ilk sayfasında neredeyse yok denecek kadar az yer vermiştir. Tayyip Erdoğan’ın söylemlerinin doğrudan, mitinglerin detaylı ve olumlanarak verilmesinin yanında mitingden çekilmiş büyük görsellerin kullanılması retoriksel anlamda da dikkat çekici noktalardandır.

Yeni Şafak gazetesi de 2002 ve 2011 seçim dönemlerinde yaptığı yayınlarla Ak Parti destekli bir habercilik sergilemiştir. Mesela ilginçtir ki sağ görüşü temsil etmesine rağmen Yeni Şafak, diğer üç gazetede “Türban namus borcumuz” olarak verilen haberi iç sayfada ara başlıkla minimize etmiştir. Başka bir örnek olarak, 2002’de Sabah gazetesi dönemin başbakanı Bülent Ecevit’in “laiklik” temalı haberini “laiklik kaygısını” olarak ilk sayfadan verirken, Yeni Şafak gazetesi aynı haberi “AB ve laikliğe sığındı” başlığıyla vermiştir. Aynı haberin farklı görüşteki gazetelerde ideolojik eksende farklı kutuplarda nasıl haberleştirildiğinin tipik bir örneğidir. Yeni Şafak gazetesine iki dönem açısından da bir bütün olarak bakıldığında söylemleri, Ak Parti odaklı olmuştur.

Bütün bu çalışmanın uygulama kısmında yapılan söylem analizini genel olarak değerlendirmek gerekirse; Cumhuriyet ve Yeni Şafak gazeteleri 2002 ve 2011 seçimlerinde haber söylemlerindeki ideolojik söylemleri açısından olmasa da politik duruşlarını korumaları açısından istikrarlı bir yayın politikası sürdürmüşlerdir. Cumhuriyet, 2002’de ve 2011’de CHP odaklı yayın yaparken, aynı şekilde Yeni

Şafak da Ak Parti odaklı haberler yapmıştır. Hürriyet gazetesinin sahiplik yapısında bir değişiklik olmamasına rağmen, çoğulcu anlayış bağlamında hareket ettiği ve hangi hükümet olursa olsun iktidar yanlısı bir tavır sergilediği haberlerindeki söylemlerinden ve vurgularından ortaya çıkmıştır. Sabah gazetesinin de 2002 ve 2011 seçimlerinde haber söylemleri birbirine tamamen zıttır ve bunun nedeni de, daha önce de değinildiği üzere, mülkiyet yapısındaki değişikliktir. Gazeteler genel olarak haberlerin, gündem seçim olduğu için ardaan bilgisine yer vermemişlerdir. Ortada vuku bulmuş bir olay olmadığı için şematik anlamda farklı görüşlerin fikirlerine yer verilmemiştir. Retoriği artırmada haberde kullanılan fotoğrafların etkisini de bu arada unutmamak gerekir.

Özetle son tahlilde şunları söyleyebiliriz. Bir gazetenin ya da medyanın sabit bir görüşü yoktur, gazete veya medya sahibinin görüşü vardır. Bir gazete el değiştirdiği an, gazete sahibinin dünya görüşü ve siyaset, reklam veren gibi farklı kesimlerle olan ilişkisine göre haber içerikleri oluşmaktadır. Bu durumu Sabah gazetesi örneği de iyi bir şekilde özetlemektedir. Dolayısıyla medya sahipliğindeki değişikliklerle kurumun politik çizgisi, o medya kuruluşunda çalışan muhabirlerin söylemlerinde de değişikliğe yol açmakta ve yukarıda sözünü ettiğimiz otosansür de tam da bu noktada devreye girmektedir. Gazetecilik eğitiminin teorik kısmında her ne kadar haberde objektiflik, tarafsızlık, etik gibi kavramlar üzerinde durulsa da pratikte bu kavramlara yukarıda bahsedilen nedenlerden ötürü itibar edil(e)mediği açıktır.

KAYNAKÇA

- ADAKLI, Gülseren (2006). **Türkiye’de Medya Endüstrisi Neoliberalizm Çağında Mülkiyet ve Kontrol İlişkileri**, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- ADAKLI, Gülseren (2010). “2002-2008: Türk Medyasında AKP Etkisi”, **AKP Kitabı: Bir Dönüşümün Bilançosu**, içinde, (Der) İlhan Uzgel, Bülent Duru, Phoenix Yayınevi, 2. Baskı, Ankara, 559-613.
- AHMAD, Feroz (1996). **Demokrasi Sürecinde Türkiye (1945-1980)**, Çev. Ahmet Fethi, Hil Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- ALTHUSSER, Louis. (1991). **İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları**, Çev: Y.Alp, M. Özışık, İletişim Yayınları, İstanbul.
- ALVER, Fusun (2009). “Kültürel Çalışmalarda Medya Metinlerinin Okunması Sürecinde İzleyicinin Konumlandırılması”, **Terör ve Haber Söylemi**, içinde, (Eds) M. Şeker ve T.Şeker, Literatürk Yayınları, İstanbul, 27-60.
- ARABACI, Caner (2008). “Basın Birliği”, **Medya ve Siyaset** (içinde), (Ed.) Zülfikar Damlapınar, Eğitim Kitabevi Yayınları, 2. Baskı, Konya, 79-145
- ARABACI, Caner (2010). “İttihat ve Terakki Basını”, **İkinci Meşrutiyet Devrinde Basın ve Siyaset**, içinde, Ed. H. Aydın, Palet Yayınları, Konya, 73-171.
- ARIK, Bilal (2009). “Hrant Dink Cinayeti Haberlerinin Söylemi, **Terör ve Haber Söylemi**, içinde, (Ed.) M. Şeker ve T. Şeker, Literatürk Yayınevi, İstanbul, 241-290.
- AYDIN, Mustafa (2011). **Güncel Kültürde Temel Kavramlar**, Açılım Kitap, İstanbul.
- AYGÜL, Eser (2010). “Facebook’ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması”, **Yeni Medyada Nefret Söylemi**, içinde, (Ed.) Tuğrul Çomu, Kalkedon Yayınları, İstanbul, 95-140.
- AYGÜN, Esin (2011). **Yazılı Basın Haber Söylemlerinde Cumhuriyet Mitinglerinin Sunumu**, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- AYHAN, Bünyamin (2009). **Atatürk ve Basın**, Palet Yayınları, Konya.
- AYKOL, Hüseyin (2008). **Haber Basınından İslamcı Medyaya**, Agora Kitaplığı, İstanbul.

- BALCI, Şükrü (2008). “Medya ve Siyaset İlişkilerinde Siyasal Reklam”, Medya ve Siyaset, içinde, (Ed) Zülfikar Damlapınar, Eğitim Kitabevi, Konya.
- BALKIZ, Bekir (2004). “Frankfurt Okulu ve Eleştirel Teori: Sosyolojik Pozitivizmin Eleştirisi”, **Sosyoloji Dergisi**, E.Ü. Yay, Sayı:12-13.
- BOSTANCI, Naci (2007). **Siyaset Günlüğü**, Ufuk Kitap, İstanbul.
- BULUT, S. ve Yaylagül L. (2004). “Türkiye’deki Yazılı Basında Yargıtay ve Mafya İlişkisine Yönelik Haberler”, **Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Dergisi**, Sayı:19, 119-142.
- CANPOLAT, Nesrin (2012). “Geçmişten Günümüze Örneklerle Türkiye’de Halkla İlişkilerin Gelişimi”, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- CERECİ, Sedat (2001). “Gündem Oluşturmada Medyanın Rolü”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt:3, Sayı:3, 18-26.
- ÇOBAN, Barış (2003). “Söylem, İdeoloji ve Eylem: İktidar ve Muhalefet Arasındaki Mücadeleyi Çözümleme Denemesi”, **Söylem ve İdeoloji-Mitoloji, Din, İdeoloji**, içinde, (Eds) B. Çoban, Z. Özarslan, Su Yayınları, İstanbul, 245-284.
- ÇOBAN, Savaş (2013). **Hegemonya Aracı ve İdeolojik Aygıt Olarak Medya**, Parşömen Yayınları, İstanbul.
- ÇOLAK, Metin (2007). Temsil Stratejileri: Modern ve Postmodern Sinemanın İdeolojik Yapısı, **Medya ve Siyaset Uluslararası Sempozyumu**, Cilt 1, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, 15-17 Kasım, İzmir, 495-503.
- DAMLAPINAR, Zülfikar (2008). “Medya ve Siyasete Güvenilirlik: Medya Siyasetinin Toplumsal Algılanmasına Bağlı Faktörler”, Medya ve Siyaset, içinde, (Ed) Zülfikar Damlapınar, Eğitim Kitabevi, Konya.
- DEMİR, Vedat (2007). Türkiye’de Medya Siyaset İlişkisi, Beta Yayınları, İstanbul.
- DEVİRAN, Yusuf (2010). **Haber, Söylem, İdeoloji**, Başlık Yayınları, İstanbul.
- DURAN, Ragıp (2000). **Medyamorfoz**, Avesta Basın Yayın, İstanbul.
- DURAN, Ragıp (2000). **Apoletli Medya**, Belge Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- DURSUN, Çiler (2001). **TV Haberlerinde İdeoloji**, İmge Kitabevi, Ankara.

- DURSUN, Çiler (2004). “Haberde ‘Gerçekliğin İnşa Edilmesi’ Ne Demektir?”, Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi, içinde, Der. Çiler Dursun, Elips Yayınları, Ankara, 37-65
- DURSUN, Çiler (2005). “Haber ve Habercilik/Gazetecilik Üzerine Düşünmek”, **Gazetecilik ve Habercilik**, içinde, Der. Sevda Alankuş, IPS İletişim Vakfı Yayınları, İstanbul, 69-90.
- DURSUN, Onur (2009). **Basında İdeolojinin Oluşumu ve Haber Üretim Sürecine Etkisi (Örnek Olay: Danıştay’ın Türban Kararı ve Danıştay Saldırısı)**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ERDOĞAN, İ. ve ALEMDAR, K. (2010). **Öteki Kuram**, Erk Yayınevi, Ankara.
- ERGÜL, Hakan (2005). **Televizyonda Haberin Magazinleşmesi**, İletişim Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- FAIRCLOUGH, N. ve GRAHAM, P. (2003). “Eleştirel Söylem Çözümleyicisi Olarak Marx: Eleştirel Yöntemin Yaratılışı ve Küresel Sermayenin Eleştirisi ile Bağlantısı”, **Söylem ve İdeoloji- Mitoloji, Din, İdeoloji**, içinde, Çev ve Eds. B. Çoban, Z. Özarslan, Su Yayınları, İstanbul, 185-244.
- FAIRCLOUGH, Norman (2003). “Dil ve İdeoloji”, **Söylem ve İdeoloji- Mitoloji, Din, İdeoloji**, içinde, Çev. Barış Çoban, (Eds.) Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, Su Yayınları, İstanbul, 155-171.
- FISKE, John (2003). **İletişim Çalışmalarına Giriş**, Çev. Süleyman İrvan, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- GARNHAM, Nicholas (1999). “Political Economy and Cultural Studies”, **The Cultural Studies Reader**, içinde, (Ed) Simon During, Routledge, Second Edition, London and New York.
- GEVGİLİLİ, Ali (1983). “Türkiye Basını”, **Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi**, C.1, İletişim Yayınları, İstanbul, 202-228.
- GİRGİN, Atilla (2001). *Türk Basın Tarihi’nde Yerel Gazetecilik*, İnkılâp Kitabevi, İstanbul.

- GOLDING, P and MURDOCK, G (1974). "For a Political Economy of Mass Communications", **Socialist Register**, içinde, (Eds.):R. Milliband and J. Saville. London: Merlin, 205-234.
- GOLDING, P and MURDOCK, G (2002). "Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik", **Medya, Kültür Siyaset**, içinde, Çev. Beybin Kejanlıoğlu, Der. Süleyman İrvan, Ark Bilim ve Sanat Yayınları, 2. Baskı, Ankara, 59-97.
- GRAMSCI, Antonio (1997). **Hapishane Defterleri**, Belge Yayınları, 3. Baskı, İstanbul.
- GUREVITCH, M., BENNETT T., CURRAN J. and WOOLLACOTT J. (1982). **Culture, Society and The Media**, Routledge, London and New York.
- GÜNGÖR, Nazife (2011). **İletişim Kuramlar, Yaklaşımlar**, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- GÜRKAN, Nilgün (1997). "Türkiye'de Siyasal Tıkanma ve Medya", **Birikim**, Aralık/S.104.
- GÜRKAN, Nilgün (1998). **Türkiye'de Demokrasiye Geçişte Basın (1945-1950)**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- GÜZ, Nurettin (1991). **Türkiye'de Basın İktidar İlişkileri (1920-1927)**. Gazi Üniversitesi, Basın Yayın Yüksekokulu Yayını, No:9, Ankara.
- HALL, Stuart (1992). "Cultural Studies and Its Theoretical Legacies", **Cultural Studies**, (Eds) L. Grossberg, C. Nelson, P. Treichler, Routledge, New York and London, 277-294.
- HALL, Stuart (2002). "İdeoloji ve İdeoloji Kuramı", **Medya Kültür Siyaset**, içinde, Der. Süleyman İrvan, Ark Bilim ve Sanat Yayınları, 2. Baskı, Ankara, 101-126.
- HALL, Stuart (2005a). "Cultural Studies and the Centre: Some Problematics and Problems", **Culture, Media, Language Working Papers in Cultural Studies, 1972-79**, (Eds) S. Hall, D. Hobson, A. Lowe and P. Willis, Routledge, London, 2-35.
- HALL, Stuart (2005b). "Kültür, Medya ve 'İdeolojik Etki'", **Medya, İktidar, İdeoloji**, içinde, Der. ve Çev. M. Küçük, Bilim ve Sanat Yayınları, 3. Baskı, Ankara, 191-234.

- HARRISON, Jackie (2006). *News*, **Routledge**, London and Newyork.
- HARTLEY, John (2002). *Communication, Cultural and Media Studies*, Routledge, Third Edition, London.
- ILGIN, Leyla (2003). “Söylem ve İdeoloji”, **Söylem ve İdeoloji- Mitoloji, Din, İdeoloji**, içinde, (Eds) B. Çoban ve Z. Özarslan, Su Yayınları, İstanbul, 285-298
- IŞIK, Gülcan (2010). “Medyada ‘Yeniden Üretilen’ Cumhuriyet Mitingleri”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Sayı:31, 29-57.
- IŞIK, Metin (2007). **Dünya ve Türkiye Bağlamında Kitle İletişim Sistemleri**, Eğitim Kitabevi Yayınları, 2. Baskı, Konya.
- IŞIK, Metin (2008) “Türkiye’deki İletişim Sisteminin Medya Siyaset İlişkilerine Yansımaları”, **Medya ve Siyaset** (içinde), (Ed.) Zülfikar Damlapınar, Eğitim Kitabevi Yayınları, 2. Baskı, Konya, 147-163.
- İÇEL, K ve ÜNVER, Y. (2005). **Kitle Haberleşme Hukuku**, Beta Yayınları, Altıncı Basım, İstanbul.
- İNAL, Ayşe (1994a). “Haber Üretim Sürecine Farklı İki Yaklaşım”, **Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1993**, 155-177.
- İNAL, Ayşe (1994b). “Haber Metinlerine Eleştirel Bir Bakış: Temel Sorunlar ve Örnek Çalışmalar”, **Ankara Üni. İletişim Fakültesi Yıllık**, 307-325.
- İNAL, Ayşe (1995). “Yazılı Basın Haberlerinde Yapısal Yanlılık Sorunu”, **Toplum ve Bilim**, 111-134.
- İNAL, Ayşe (1996). **Haberi Okumak**, Temuçin Yayınları, İstanbul.
- İNAL, Ayşe (2003). “Roland Barthes: Bir Avant-Garde Yazarı”, **İletişim Araştırmaları Dergisi**, Cilt:1, Sayı:1, 9-38.
- KARADUMAN, Sibel (2009). **Televizyon Haberlerinde Egemen İdeoloji ve Farklı Kimliklerin Temsili**, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İzmir.
- KARADUMAN S. ve BATU M. (2011). “Televizyon Haberlerinde Terörizm Olgusunun TRT’nin Haber Söylemi Bağlamında İncelenmesi”, **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı:25, 359-374.

- KAZANCI, Metin (2002). “Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanımlaz Ağırlığı”, **A.Ü.Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi**, 57 (1), 55-87.
- KAZANCI, Metin (2006). “Althusser, İdeoloji ve İdeolojiyle İlgili Son Söz”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Bahar, 67-86.
- KEJANLIOĞLU, Beybin (1994). “‘Güçlü Medya’ Anlayışına Karşı Bir Araç (medium) Olarak *Medya, İktidar, İdeoloji*: ‘Disiplinlerarasılık’ ve İletişim Alanı”, **Birikim**, Ağustos/S.64.
- KESKİN, Zerrin Ertan (2004). “Türkiye’de Haber İncelemelerinde Van Dijk Yöntemi”, **Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi**, içinde, Der. Çiler Dursun, Elips Yayınları, Ankara, 391-405.
- KILIÇ, Deniz (2005). “Haber Yapma Sürecinin Belirleyici Unsurları ve Basın Ahlakı”, **Selçuk İletişim**, Cilt:3, Sayı:4, 130-141
- KILIÇATAN, E. Pınar (2010). **Türk Medyasında Dönüşüm ve Değişen Sahiplik Yapısı: Sabah Grubu Örneğinde Tarihsel Bir İnceleme**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- KIŞLALI, Ahmet Taner (1998), **Siyasal Sistemler – Siyasal Çatışma ve Uzlaşma**, İmge Kitabevi, Ankara.
- KOCAMAN, Ahmet (2003). “Dilbilim Söylemi”, **Söylem Üzerine**, içinde, METU Pres, 2. Baskı, Ankara, 1-11.
- KOÇ, Ceyhan (2006). **Tek Parti Döneminde Basın-İktidar İlişkileri (1929-1938)**, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- KÖKTENER, Aysun (2005). **Bir Gazetenin Tarihi: Cumhuriyet**, Yapı Kredi Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- LEWIS, Bernard (1961). **The Emergence of Modern Turkey**, Oxford University Pres, London.
- LİPPMANN, Walter (1945). **Public Opinion**, The Macmillan Company, USA.
- MARSHALL, Gordon (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, Çev. Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- MATTELART, A. ve MATTELART M. (1998). *İletişim Kuramları Tarihi*, Çev. Merih Zılhoğlu, İletişim Yayınları, İstanbul.

- MAZICI, Nurşen (1998).“1930’a Kadar Basının Durumu ve 1931 Matbuat Kanunu”, **Atatürk Yolu Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Dergisi**, Cilt:5, Sayı:18, 131-154.
- McKANE, Anna (2006). **News Writing**, Sage Publication, London.
- MUMBY, Dennis K. (2004). “İdeoloji ve Anlamın Toplumsal İnşası: Bir İletişim Bakış Açısı”, Çev: Çiler Dursun, **Doğu Batı İdeolojiler-3**, Sayı:30, Ankara, s.123-141.
- MUTLU, Erol (2008). **İletişim Sözlüğü**, Ayraç Yayınları, 5. Baskı, Ankara.
- ÖZER, Ömer (2011). **Haber Söylem İdeoloji**, Literatürk Yayınları, Konya.
- ÖZGEN, Murat (2005). “Osmanlı’dan Günümüze Yazılı Basın ve Siyaset İlişkisi”, **İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, S:23, 13-23.
- ÖZKIR, Yusuf (2011). “27Mayıs’tan 27 Nisan’a Asker-Gazete/ci İlişkisi”, **İş Ahlakı Dergisi** (Medya ve Ahlak Özel Sayısı), Cilt:4, Sayı:8, İstanbul.
- ÖZTÜRK, Cemil (2007). “Marxizm’de İdeoloji Tartışmaları”, **Sosyoloji Notları Dergisi**, Ankara, 64-73
- POYRAZ, Bedriye (2002). **Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik**, Ütopya Yayınevi, Ankara.
- SEVERIN, W.J ve TANKARD, J.W. (1994). **İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları**, (çev). A. Atıf Bir ve Serdar Sever, Anadolu Üniversitesi Kibele Sanat Merkezi, Eskişehir.
- SHOEMAKER, P. ve REESE, S. (1996). **Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content**, Longman, Second Edition, New York.
- SHOEMAKER, P. ve REESE, S. (1997). “İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi”, **Medya Kültür Siyaset**, içinde, Der. Süleyman İrvan, Ark Bilim ve Sanat Yayınları, 2. Baskı, Ankara, 99-136.
- SHOLLE, David (2005). “Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/Bilgiye”, **Medya, İktidar, İdeoloji**, içinde, Der. ve Çev. Mehmet Küçük, Bilim ve Sanat Yayınları, 3. Baskı, Ankara, 255-293

- SÖNMEZ, Mustafa (1996). “Türk Medya Sektöründe Yoğunlaşma ve Sonuçları”, **Birikim**, Aralık/S.92.
- SÖNMEZ, Mustafa (2010). **Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı**, Yordam Kitap, İstanbul.
- SÖZEN, Edibe (1997). **Medyatik Hafıza**, Timaş Yayınları, İstanbul.
- SÖZEN, Edibe (1999). **Söylem: Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksive**, Paradigma Yayınları, İstanbul.
- ŞEKER, Mustafa (2009). “Dağlıca Baskını Haberlerinin Söylemi”, **Terör ve Haber Söylemi**, içinde, (Eds) Mustafa Şeker ve Tülay Şeker, Literatürk Yayınları, İstanbul, 89-154.
- ŞEKER, T. ve ŞEKER, M. (2011). “Televizyon Haberlerinde Söylem: 29 Mart 2009 Yerel Seçimler Örneği”, S.Ü. Türkiyat Araştırmaları Dergisi, Sayı:30 (Güz), Konya, 515-552.
- MORA, Necla (2008). **Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim**,http://politikadergisi.com/sites/default/files/kutuphane/medya_calismalari_medya_pedagojisi_ve_kuresel_iletisim.pdf#page=29 (Erişim tarihi: 6 Aralık 2011).
- TAŞDEMİR, Erdem (2005). “1980 Sonrası Türk Basını, Türk Siyasi Hayatı ve Basın-Siyaset İlişkisi”, **Selçuk İletişim Dergisi**, Cilt:3, Sayı:4, 173-180.
- TEK, Hayati (2007). **Darbeler ve Türk Basını**, Elips, Kitap, 3. Baskı, Ankara.
- TEKİNALP, Şermin ve UZUN, Ruhdan (2009). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*, Beta Yayınları, İstanbul.
- TEMİZTÜRK, Hakan (2009). “Türkiye’de Ordunun Siyasete Müdahale Geleneği ve Basın: 27 Nisan 2007 Muhtırasından Önce ve Sonra”, **Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Cilt:1, Sayı:1, 6-26.
- TERKAN, Banu (2005). **Türkiye’de Basın ve Siyaset İlişkisi: Basın Gündemi ve Siyasal Gündemin Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Gündem Belirleme Çalışması**, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Konya.
- TERKAN, Banu (2007). “Basın ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:17, 561-584.

- TİMİSİ, Nilüfer (2003). **Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi**, Dost Kitabevi, Ankara,
- TOKGÖZ, Oya (2003). Temel Gazetecilik, İmge Yayınevi, 5. Baskı, Ankara.
- TOPUZ, Hıfzı (1973). 100 Soruda Türk Basın Tarihi, Gerçek Yayınevi, İstanbul.
- TOPUZ, Hıfzı (2003). II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, Remzi Kitabevi, 2. Baskı, İstanbul.
- URAL, Osman Anıl (2009). Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı Bağlamında **Medya** Siyaset İlişkisi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- ÜLKÜ, Güler (2004). "Söylem Çözümlemesinde Yöntem Sorunu ve Van Dijk Yöntemi", Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi, içinde, Der. Çiler Dursun, Elips Yayınları, Ankara, 371-389.
- ÜŞÜR, Serpil Sancar (1997). İdeolojinin Serüveni Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme, İmge Kitabevi, Ankara.
- Van DIJK, Teun (1983). "Discourse Analysis: Its Development and Application to the Structure of News", **Journal of Communication**, 33(2), 20-43.
- Van DIJK, Teun (1985). "Discourse Analysis as a New Cross-Discipline", **Handbook of Discourse Analysis**, içinde, (Ed) van Dijk, C.3, V:1, 1-10.
- Van DIJK, Teun (1987). **News and Discourse**, Hillsdale, Erlbaum, New Jersey.
- Van DIJK, Teun (1988). **News As Discourse**, Lawrence Erlbaum Associates Publishers, Hillsdale, New Jersey.
- Van DIJK, Teun (1993). "Principles of Critical Discourse Analysis", **Discourse and Society**, Vol. 4(2), Sage, London. Newbury Park and New Delhi, 249-283.
- Van DIJK, Teun (1995). "Aims of Critical Discourse Analysis", **Japanese Discourse**, Vol:1, 17-27.
- Van DIJK, Teun (1997). "What is Political Discourse Analysis?", **Political Linguistics**, içinde, (Eds.) J. Blommaert and C. Bulcaen, Amsterdam, 11-52.
- Van DIJK, Teun (1998a). **Ideology: A Multidisciplinary Approach**, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.

- Van DIJK, Teun (1998b). “Opinion and Ideologies in the Pres”, **Approaches to Media Discourse**, (Ed.) Allan Bell ve Peter Garrett, Blackwell Publishers, U.K.
- Van DIJK, Teun (2000). **Ideology and Discourse: A Multidisciplinary Introduction**, [English version of an internet course for the Universitat ObertadeCatalunya(UOC)]<http://www.discourses.org/UnpublishedArticles/Ideology%20and%20discourse.pdf> (Erişim, 25.04.2012).
- Van DIJK, Teun (2002). “Political discourse and ideology”, **Anàlisi Del Discurs Polític**, içinde, (Eds) Clara Ubaldina Lorda ve Montserrat Ribas, Universitat Pompeu Fabra Barcelona, 15-34.
- Van DIJK, Teun (2005). “Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları”, **Medya, İktidar, İdeoloji**, içinde, Der. ve Çev. Mehmet Küçük, Bilim ve Sanat Yayınları, 3. Baskı, Ankara, 315-375.
- WILSON, John (2003). “Politik Söylem”, **Söylem ve İdeoloji- Mitoloji, Din, İdeoloji**, içinde, Çev. Zeynep Özarslan, (Eds) Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, Su Yayınları, İstanbul, 245-284.
- YAĞBASAN, Mustafa (2007). “Bir Kentin Siyasal Söylemlerinin Oluşmasında Medyanın Metaforları (Elazığ İli Örneği)”, **Medya ve Siyaset Uluslararası Sempozyumu**, Cilt 2, Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi, 15-17 Kasım, İzmir, 627-638.
- YAYLAGÜL, Levent (2010). Kitle İletişim Kuramları: Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, Dipnot Yayınları, 3. Baskı, Ankara.
- YILDIZ, Nuran (1996), “Demokrat Parti İktidarı (1950-1960) ve Basın”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, C. 51, S.1, 481-505.
- YILDIZ, Funda; GÜNAY, V. Doğan (2011) “Yazınsal Söylemin İdeolojik Boyutu” **Synergie-Turquie**, içinde, No: 4, Revue Du Gerflint, Sylvains Lesmoulins, France, 153-167
- YİĞENOĞLU, Çetin (1996). *Metelikten Medyaya*, Çağdaş Yayınları, İstanbul.
- YÜKSEL, Celal Birkan (2012). *İdeoloji ve Gündelik Hayatta Milliyetçilik*, Enesis Kitap, Ankara.

- YÜKSEL, Erkan (2004). Medya Güvenlik Kurulu-28 Şubat Sürecinde Medya, MGK ve Siyaset Bağlantısı, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- YÜKSEL, Erkan (2010). Medya ve Habercilik, Çizgi Kitabevi, Konya.

SANAL KAYNAKLAR

- http://www.turizmdebusabah.com/haber_detay.aspx?haberNo=32189, Erişim: 14.04.2012.
- <http://arsiv.sabah.com.tr/2007/03/24/eko108.html>, Erişim: 14.04.2012.
- <http://yenisafak.com.tr/Politika/?t=25.10.2008&i=146637>, Erişim: 18.04.2012
- <http://www.haber7.com/yorumlar.php?id=353174>, Erişim: 18.04.2012
- <http://www.haber7.com/yorumlar.php?s=29&id=345835>, Erişim: 15.04.2012
- <http://www.youtube.com/watch?v=b3m0PSU8xSM&noredirect=1>, Erişim: 16.04.2012
- <http://www.habervitrini.com/haber/sabah-ve-atv-nasil-satildi-184716/> Erişim: 16.04.2012
- <http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/4807974.asp?m=1&gid=69&srid=3041&oid=3>, Erişim: 17.04.2012
- <http://www.kanal04.com.tr/siyaset/sabih-kanadoglundun-kapatma-davasi-dustu.html>, Erişim: 11.04.2012
- <http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/302193.asp>, Erişim: 04.04.2012
- http://www.abgs.gov.tr/files/strateji/yabs_tr1.pdf
- <http://www.dunyabulteni.net/index.php?aType=haberArchive&ArticleID=30691>, Erişim: 04.04.2012
- <http://www.haber7.com/haber/20080616/AK-Parti-savunmasinin-tam-metni.php>, Erişim: 11.04.2012
- <http://www.cnnturk.com/2008/turkiye/07/30/akp.kapatilmadi.hazine.yardimi.kisiliyor/486570.0/index.html>, Erişim: 11.04.2012

- http://www.sabah.com.tr/Gundem/Dosyalar/2009/12/18/turkiyede_2009_yili_aralik_ayi, Erişim: 04.04.2012
- http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.kazete.com.tr/turkiyede-2010-boyle-gecti_10343.htm, Erişim: 04.04.2012
- <http://www.radikal.com.tr/Radikal.aspx?aType=RadikalDetayV3&ArticleID=1041974&Date=06.03.2011&CategoryID=77>, Erişim: 18.04.2012
- http://www.posta.com.tr/turkiye/HaberDetay/2011_de_Turkiye_de_neler_ oldu_.htm?ArticleID=102678, Erişim: 04.04.2012

İNCELENEN HABERLER

- Cumhuriyet, “*AKP ve SP türbana sarıldı*”, 20 Ekim 2002.
- Cumhuriyet, “*Laikliğe Sahip Çıkmın*”, 20 Ekim 2002.
- Cumhuriyet, “*Ya Araplar, Ya Avrupa*”, 21 Ekim 2002.
- Cumhuriyet, “*İstanbul’a çıkarma*”, 24 Ekim 2002.
- Cumhuriyet, “*AKP hukuku zorluyor*”, 25 Ekim 2002.
- Cumhuriyet, “*Siyasilerden Köşke destek*”, 31 Ekim 2002.
- Cumhuriyet, “*AKP erken karıştı*”, 1 Kasım 2002.
- Cumhuriyet, “*Siyasette yeni sayfa*”, 2 Kasım 2002.
- Cumhuriyet, “*Seçmen artışı kuşkulu*”, 28 Mayıs 2011.
- Cumhuriyet, “*CHP lideri Kılıçdaroğlu “Rahatsız ettik”*”, 28 Mayıs 2011.
- Cumhuriyet, “*İzmir Coşkusu*”, 29 Mayıs 2011.
- Cumhuriyet, “*Kılıçdaroğlu vitrin süsüdür*”, 30 Mayıs 2011.
- Cumhuriyet, “*Terör estiriyor*”, 2 Haziran 2011.
- Cumhuriyet, “*O, kendini tanımlamış*”, 2 Haziran 2011.
- Cumhuriyet, “*İstanbul Rüzgârı*”, 5 Haziran 2011.
- Cumhuriyet, “*Hopa’da eşkıya yok*”, 11 Haziran 2011.
- Hürriyet, “*AKP: Türban namus borcumuz*”, 19 Ekim 2002.
- Hürriyet, “*Tayyip’in ısrarı AKP’yi yakıyor*”, 24 Ekim 2002.
- Hürriyet, “*Babanın oyu kızına*”, 26 Ekim 2002.
- Hürriyet, “*Güvenoyunu unutma*”, 31 Ekim 2002.
- Hürriyet, “*Onuncu Yıl Marşı ile bu işler olmaz*”, 2 Kasım 2002.
- Hürriyet, “*Ayaktayız, asla düşmeyeceğiz*”, 28 Mayıs 2011.

- Hürriyet, “*CHP’nin hedefi iktidar değil*”, 29 Mayıs 2011.
- Hürriyet, “*Müslüman yetişmesin diye çocuk yakıyorlar*”, 30 Mayıs 2011.
- Hürriyet, “*Hortumları kesip halka vereceğim*”, 30 Mayıs 2011.
- Hürriyet, “*Diyarbakır, biz kardeşiz ilelebet kardeşiz*”, 2 Haziran 2011.
- Hürriyet, “*İstanbul Şov*”, 5 Haziran 2011.
- Hürriyet, “*Diyarbakır’a Yozgat’a gider gibi gideceğiz*”, 5 Haziran 2011.
- Hürriyet, “*Kazlıçeşme’de İstanbul şovu*”, 6 Haziran 2011.
- Sabah, “*Diğerlerine oy veren deli*”, 19 Ekim 2002.
- Sabah, “*Türban namus borcu*”, 19 Ekim 2002.
- Sabah, “*Traktörünü Derviş sattırdı*”, 19 Ekim 2002.
- Sabah, “*Ecevit’ten zorunlu yanıt*”, 21 Ekim 2002.
- Sabah, “*Baykal’dan Tayyip’e: Çılgınsın*”, 24 Ekim 2002.
- Sabah, “*Tayyip Nöbeti*”, 1 Kasım 2002.
- Sabah, “*Üç kafadar meçhul istasyona gidiyor*”, 29 Mayıs 2011.
- Sabah, “*Kılıçdaroğlu vitrin süsü*”, 30 Mayıs 2011.
- Sabah, “*Kepenkler açık, meydan boştu*”, 1 Haziran 2011.
- Sabah, “*Cesur Yürek Diyarbakır*”, 2 Haziran 2011.
- Sabah, “*Rekor Miting*”, 6 Haziran 2011.
- Sabah, “*Hele Dadaş! Eyim misen hoş musan?*”, 11 Haziran 2011.
- Yeni Şafak, “*Sosyal demokratlar taş üstüne taş koymadı*”, 19 Ekim 2002.
- Yeni Şafak, “*Ecevit, AB ve laikliğe sığındı*”, 21 Ekim 2002.
- Yeni Şafak, “*Halkın Başbakanı Tayyip Erdoğan*”, 22 Ekim 2002.
- Yeni Şafak, “*Millet Erdoğan’ı başbakan görmek istiyor*”, 25 Ekim 2002.
- Yeni Şafak, “*Kanadoğlu’na tepki yağmuru*”, 25 Ekim 2002.
- Yeni Şafak, “*Çözüm tek başına iktidar*”, 26 Ekim 2002.
- Yeni Şafak, “*Doğan: CHP’ye oy vermeyeceğim*”, 26 Ekim 2002.
- Yeni Şafak, “*Erdoğan: CHP’nin kuyruklarını unutmayın*”, 1 Kasım 2002.
- Yeni Şafak, “*Müslüman Kürt çocuklarını yakmak istediler*”, 30 Mayıs 2011.
- Yeni Şafak, “*Batı’dan korktu, bayrağı buldu*”, 1 Haziran 2011.
- Yeni Şafak, “*Tel Aviv’e verdiği selamın karşılığı*”, 5 Haziran 2011.

- Yeni Şafak, “*Muhteşem İstanbul*”, 6 Haziran 2011.
- Yeni Şafak, “*Ya çeteler ve faşizm ya demokrasi*”, 11 Haziran 2011.



T.C.

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Özgeçmiş

| | |
|--|--|
| Adı Soyadı: | FATMA BETÜL AYDIN |
| Doğum Yeri: | KONYA |
| Doğum Tarihi: | 01.08.1985 |
| Medeni Durumu: | BEKÂR |
| Öğrenim Durumu | |
| Derece | Okulun Adı |
| İlköğretim | 19 MAYIS İLKOKULU |
| Ortaöğretim | KONYA MERKEZ İMAM HATİP LİSESİ |
| Lise | KONYA MERKEZ İMAM HATİP LİSESİ |
| Lisans | YAKINDOĞU ÜNİVERSİTESİ |
| Yüksek Lisans | SELÇUK ÜNİVERSİTESİ |
| Becerileri: | İNGİLİZCE, PHOTOSHOP , COREL vs. |
| İlgi Alanları: | MEDYA ve ARAŞTIRMALARI, SOSYOLOJİ. |
| İş Deneyimi: (Doldurulması isteğe bağlı) | ARŞ. GÖR. -SELÇUK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ Eylül 2012- Hâlen |
| Aldığı Ödüller: (Doldurulması isteğe bağlı) | |

| | |
|--|--|
| | |
| Hakkımda bilgi almak için önerebileceğim şahıslar: (Doldurulması isteğe bağlı) | |
| Tel: | 0506 6031593 |
| Adres | SELÇUK ÜNİVERSİTESİ İLETİŞİM FAKÜLTESİ KAMPÜS/KONYA |