

Makale Geliş Tarihi:

22 Ekim 2020

ETİK AÇISINDAN SABAH GAZETESİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Makale Kabul Tarihi:

14 Ocak 2021

Mesut YILMAZ¹

ÖZ

Gazetecinin asli görevi, kamuoyunu dünyada olup bitenler hakkında bilgilendirmek ve bu doğrultuda kişilerin kendi kanaatini oluşturma hakkına katkıda bulunmaktır. Bu şekilde yapıldığı takdirde gazetecinin mesleki etik kuralları çerçevesinde görevini gerçekleştireceği öngörülür. Fakat gazetecilikte etik sorunlara yol açan birtakım etmenler bulunmaktadır. Bu etmenlerden dolayı gazetecilikte etik sorunlar meydana gelir ve gazeteci birincil işlevini yerine getiremez. Bu çalışmada etik kavramı, meslek etiği ve basın etiğindeki sorunlardan biri olan tarafsızlık ilkesinin ihlalden oluşan etik sorunlar ele alınacaktır. Çalışma kapsamında 7 Haziran 2015 Türkiye genel seçimlerindeki *Sabah* gazetesinin seçimlerden önceki bir aylık süre zarfında yayımlanmış olduğu birinci sayfasındaki haber manşetleri, başlıkları ve haber girişleri, spotları internetten taranarak Teun A. van Dijk'in eleştirel söylem analizi modeli ile incelenecektir. *Sabah* gazetesinin örneklem olarak ele alınmasının sebebi, siyasi iktidar ve muhalefete karşı dikkat çeken yayınları göz önünde bulundurulmuştur. Makale için kullanılan gerekli veriler var olan kayıtlı/yazılı bilgi birikimine başvurularak toplanıp değerlendirilmiştir. Basının etik açısından neden tarafsızlık ihlali yaptığı konusu ideolojik nedenlere bağlanmıştır.

Yılmaz, Mesut (2021). Etik Açısından Sabah Gazetesi Üzerine Bir İnceleme, Injocmer, 1(1), 44-66.

Anantar Keyword: Etik, Medya, Gazeteci, Sabah

AN INVESTIGATION ON THE SABAH NEWSPAPER IN ETHICS

ABSTRACT

The primary duty of the journalist is to inform the public about what is happening in the world and to contribute to the right of individuals to form their own opinions in this direction. If done in this way, it is predicted that the journalist will fulfill his duty within the framework of professional ethics rules. However, there are some factors that cause ethical problems in journalism. Due to these factors, ethical problems arise in journalism and the journalist cannot fulfill his primary function. In this study, ethical problems arising from the violation of the principle of neutrality, which is one of the problems in ethics, professional ethics and press ethics, will be discussed. Working under the June 7, 2015 Turkey which was published during the previous months of the election the morning newspaper in the general elections, the first page of the news headlines, headlines and news entries, spotlights scanning the Internet will be examined by Teun A. van Dijk critical discourse analysis model. The reason why Sabah newspaper was taken as a sample was taken into consideration by its publications that draw attention to the political power and opposition. The necessary data used for the article were collected and evaluated by

¹ Arş. Gör., Karabük Üniversitesi Türker İnanoglu İletişim Fakültesi, mesutyilmaz@karabuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-0053-5147

referring to the existing recorded / written knowledge. The issue of why the press violates its ethical neutrality is linked to ideological reasons.

Keywords: Ethic, Media, Journalist, Sabah

GİRİŞ

Kolektif yaşamın olduğu her yerde etik konusunu ele alabiliriz. Dolayısıyla her yerde bulunan etik kodlar mesleklerde de bulunmaktadır. Toplumdan topluma kültürel anlamda etik kodlar değişse de meslek etiğindeki etik kodlar değişmezdir. Meslek etiğindeki var olan yazılı ibareler evrensel olarak tanınıp kabul edilen etik kodlardır. Nitekim kültürel olarak kabul edemeyip başka bir insanın herhangi bir davranışından kaynaklı bize gelen “bu hiç etik değil” düşüncesi, meslek etiklerinde hali hazırda var olan kodlara uyum sağlanmadığı zaman o meslekte etik ihlali yapıldığı anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada meslek ilkelerinden medya etiği ile ilgilenecektir. Toplum üzerinde önemli etkilere sahip kitle iletişim araçlarından biri olan gazete, televizyon, radyo ve yeni medya içerisinde de etik ihlaller her zaman olmaktadır. Medyadaki yer alan etik ihlaller; tarafsızlık ilkesinin ihlali, özel yaşama müdahale, şiddetin sunumu ve magazinleşme olarak yer almaktadır. Medyada etik olamamanın önündeki engeller ise reyting kaygısı, politik kaygı, tekelleşme ve ekonomik kaygıdır.

Medya etik ihlallerinden biri olan tarafsızlık yani yanlı yayın politikası, bu ihlale girişmiş olan medya organı sahiplerinin ya da sahibinin ideolojik tutumlarıyla ilgilidir. Kamuya kendini doğru ve özgür bir biçimde yansıtma çabası içerisinde olan bir yazılı basının yanlı yayın politikası izledikçe kendisinden bilgi alan kesim de yalnızca aynı ideolojik görüşte olanlardan olacaktır. Öyle ki kendi ideolojik düşüncesini desteklemeyen yayınlar yapan bir televizyon kanalının haberini hatta dizisini dahi izlemeyen bir toplum ortaya çıkmaktadır. Böylelikle bu etik ihlaller toplumda adeta takım tutar gibi gazete seçimlerinde de bir fanatikleşme oluşturmuştur. Bu bağlamda medya kendisini göstermiş olduğu gibi tarafsız ve özgür yayın politikasını benimseyebildiği takdirde tüm topluma ulaşabilmektedir.

Medyada haber verme açısından önemli bir dönem olan seçim öncesi dönemleri tarafsızlık açısından oldukça kıymetli bir zaman dilimidir. Tek bir siyasal

parti haberlerini vermek yerine diğer siyasal partilerin de aynı şekilde haberlerinin verilmesi gereklidir. Ancak etik ihlalinde bulunan bir medya organı için bu sıradan bir dönemdir. İdeolojisi gereği nasıl bir politika izleyeceği önceden bellidir.

Bu çalışmada da örneklem olarak alınmış olan *Sabah* gazetesinin inceleneceği dönemdeki yayımlanmış haberleri, ayrıntıları ile incelenip etik ihlalleri gösterilmeye çalışılacaktır.

1. Etik Kavramı

“Etik” sözcüğünün etimolojik kökeni Yunanca “ethos” sözcüğünden gelmektedir. Ethos sözcüğü ise birbirinden oldukça farklı birçok anlama işaret etmektedir. Yunancada çoğul olarak kullanıldığında genellikle bir kişinin esas yeri yurdu, kaldığı yer, ikamet ettiği ev bark, memleket demektir. Sözcüğün gene genellikle çoğul olarak kullanıldığında karşılaştığımız anlamları, alışkanlıkları, geçmişten uzana gelen birikimleri, insan davranışının alışıldık, bildik tarzlarını, hayatın belli alışkanlıkları, töreleri, adetleri vb. kapsar. Sözcüğün üçüncü bir öbekte karşımıza çıkan anlamları ise, töresel-ahlaksal bilinç, töresel-ahlaksal inanç ve davranışlar, tutumlar; töresel-ahlaksal karakter, töresel-ahlaksal olanın kendisidir (Atayman, 2011: 11).

Etik, insanlar arasındaki davranış standartlarının belirlenmesi, ahlaki bir yargı ya da felsefe çalışmasıdır (Özgen, 1998: 41). Etik, Yunancada, iyi bir “varoluş tarzı”, bilgece bir eylem yolu arayışına karşılık gelir. Bundan dolayı etik, felsefenin bir parçası, pratik varoluşu iyi tasarımı etrafında düzenleyen parçasıdır (Badiou, 2016: 17).

Ethos sözcüğü başlangıçta hayvanların bir arada kalması anlamında da kullanılmıştır. Ethos ile aynı kökten gelen Yunanca “syn-ethes” sözcüğü de hem “birlikte oturarak, birlikte yaşayarak” anlamlarına hem de “birbirine alışmış, birbirini tanıyan”, hatta akraba, ortak yaşama alışkanlıkları ve yaşama tarzı sayesinde “birbirine bağlanmış” anlamlarına da gelmektedir (Atayman, 2011: 12-13).

Evers’e (2010: 47) göre etik, ahlâk üzerine düşünmeyle ilgili bir davranış bilimi olarak tanımlanabilmektedir. Toplumsal bir bağlamda davranışı düzenleyen ve

neyin uygun ya da uygunsuz, izin verilir ya da verilmez, doğru ya da yanlış olduğu perspektifinden hareketle bir değerler, ilkeler ve kurallar bütünüdür.

Ethos kavramının etimolojisi, içerdiği ve birbirine bağladığı anlamlarla bizi ahlaksal olanın maddi kökenlerine kadar geri götürmekle kalmaz, ahlaksal olanın, hayatın bu en ilkel aşamasından en üst düzlemdeki karmaşık gelişmişlik düzlemine kadar uzana gelen gelişmesini anlamamızı da kolaylaştırır. Kolektif yaşamın, çalışmanın ve ikametinin belli bir tarz ve biçimi, zorunlu olarak bir yasal düzenlilik içinde bulunduğu belirli davranış tarzı ve biçimlerine, alışkanlıklara, töre, adet, gelenek ve göreneklere yol açmakla kalmayıp aynı zamanda belli ahlaksal görüş ve anlayışları, duyguları, kural ve normları da beraberinde getirmektedir. (Atayman, 2011: 15).

Bir başka deyişle etik, bireyi vesayet altına almak yerine toplum içinde diğerleriyle birlikte yaşarken, bireyin kendini nasıl kendi olarak gerçekleştirebileceğine ya da neyse o olarak var olabileceğine ilişkin yolları gösterecektir. Dolayısıyla etik, insan merkezlidir; insanlar arası ilişkilerin düzenlenmesi ve yönlendirilmesi ile ilgilenir. Bugün çevre etiği gibi kavramlardan sözü edilebilse de bu, küresel eko-sistemdeki bozulmaların insan neslini ve gelecek kuşakları tehdit eder hale gelmesindedir ve kökeni yine insana dayanır (Badiou, 2016: 18).

Ahlak felsefesi olan etik, ahlakla ilgili bir çalışma olup, ahlakı belirli bir disiplin altında yorumlayıp bunun sonucunda bazı çıkarımlar elde etmeye çalışır. Etik değerlerin saptanması da belirli bir ahlak felsefesi anlayışı doğrultusunda gerçekleşir. Her ahlak felsefesiyle ilgilenen filozof, kendi görüşüne bağlı olarak etik değerleri ortaya koyup, bunların mutlak doğruluğunu savunmaktadır. “Değer tür olarak insanın varlığa kattığı bir bilinç boyutudur... Çeşitli bağlamlar içinde kullanışlarına bakılırsa değerle, bir şeyin aynı türden şeyler arasında özel yerinin kastedildiği ve bu değer genelleştirilerek olumlu bir renk taşıdığı görülür.” (Özgen, 1998: 41). Değer kavramı etik içinde düşünüldüğünde insanların ahlak boyutunda yapmış oldukları hareketler bütününde ulaşmak istedikleri zirve noktasıdır.

Değerin kişi açısından önemi şöyle açıklanabilir: “Bizim hayatımız ancak ebedi ahlak yasasının, mutlak bir hayır kavramının varlığı kanaati sayesinde değer kazanır. Bu kanaatten mahrum bir hayat, bir hayvanın hayatından farksız, hedefsiz, gayesiz, idealsız, gayet süfli bir hayat olurdu.” Bu noktada anlaşılmakta olan insanı insan yapan “değer”ler kişinin kendisine kazandırdıkları açısından önemli bir yer tutmaktadır. Etik, insan için en yüksek iyinin ne olduğu sorusuna yanıt ararken, kendi yorumu ve anlayışı doğrultusunda en son ereğe ulaşmayı amaçlamaktadır. Bu erek, etiğin temel kavramı olan, “mutlak değer”dir (Özgen, 1998: 41-42).

2. Medya Etiği

Keeble (akt. Gülsünler, 2010: 161) gazeteciler için etik adlı eserinde etiğin basın için önemini şu şekilde belirtmiştir: “Etik, basın alanında çalışan herkesin bilmesi gereken bir konudur. Temel ahlaki ve politik prensiplerin tanımlanmasında, çalışanlara veya hedef kitlelere yönelik amaçların gerçekleştirilmesinde yardımcı olmaktadır.” Ancak basında etikten söz edebilmemiz 19. yüzyıldaki medya pratiklerinden sonra gerçekleşmiştir.

20. yüzyılın hemen başında toplumsal ve mesleki alanlarda kazanmış olduğu bu itibar, “onun” aynı zamanda daha dikkatli kullanımını da gerekli kılmıştır. 19. Yüzyılda Batı’da görülen “parti” gazeteciliği ya da kitlesel ilgiyi gazete üzerinde toplama çabalarının bir sonucu olan “peni” (penny) ve “sarı” (yellow) gazetecilik olgularının yanında basın alanında uygulanacak mesleki ahlak ilkeleri de o dönemde gündeme gelmeye başlamıştır (Özgen, 1998: 49).

Özgen’in (1998: 49) belirttiğine göre, ABD’nin üçüncü Başkan’ı Thomas Jefferson’ın kaleme aldığı ve 1776 tarihinde kabul edilen Virginia Haklar bildirgesi, basının sahip olması gereken özgürlüğü tanımlaması açısından, bu konuda çok önemli ipuçları veren yasal nitelikli tarihsel bir metin olarak karşımıza çıkmaktadır. Buna göre, özgün adı, The Virginia Bill of Rights olan Virginia Haklar Bildirgesi’nin 12. maddesinde şu hükümlere yer verilmektedir: “Basın özgürlüğü, özgürlüklerin büyük kalelerinden biridir ve hiçbir zaman, müstebit hükümetler dışında bir yönetim onu kısıtlayamaz.”

Bugün hemen hemen bütün ülkelerde, medyanın uyması gereken bazı “etik kodlar” geliştirilmiştir. Bu etik kodların uygulanıp uygulanmadığını veya ihlâl edilip edilmediğini tespit eden ve gerekli tedbiri almakla görevli olan iki temel kurum bulunmaktadır. Bunlardan ilki, bu etik kuralların pek çoğunu ortaya koyan ve kabul eden meslekî örgütler, genellikle iletişim konseyleridir. Bir diğeri ise medya organlarının kendi içlerinde uygulamaya koydukları “ombudsmanlık” uygulamasıdır (Erciyas, 2001: 28).

Avrupa kıtasında da 1789 Fransız Devrimi sonucunda meydana gelen İnsan ve Yurttaş Hakları Bildirgesi’nin 11. maddesinde belirtilen hüküm şudur (Özgen, 1998: 49): “Düşünce ve kanaatlerin özgürce iletilmesi insanın en değerli haklarından biridir. Her yurttaş özgürce konuşup yazabilir ve basım yapabilir, yalnız yasada öngörülen hallerde bu özgürlüğün kötüye kullanımından sorumludur.” Bu hükümlerle birlikte Fransa’da basın ve söz söyleme özgürlüğü anayasal bir çerçeveye alınmıştır.

Etik düşüncenin amacı, tercihen ortak ahlâki başlangıç noktalarından hareketle, ahlâki ilkeler üzerinde en yüksek odayı sağlamaktır. Sonuç olarak makul bireyler arasında geçen bir diyalog çeşitlilik içeren bir toplumda kabul görece ve etkili olacak ahlâki kuralları bulma amacını taşımaktadır. Farklı ve birbiriyle uyuşmayan düşüncelere rağmen akılcı savları temel alarak sınırları çizmek önemlidir (Evers, 2010: 49-50).

Haberde doğruluk kuralı genel kabul görmüş meslek etiği kodlarının ilki ve en önemlisi kabul edilmektedir (Avşar ve Demir, 2005: 55). Doğru haber vermeyen, haberi ya da görüntüleri manipüle eden, taraflılaştıran bir gazetecinin aslında kişisel anlamda ahlaki bir zafiyet içinde davrandığını, ahlaksızlaştığını, eş deyişle edepsizleştiği söylenebilir. Eğer bu tür bir ahlaki zafiyet içinde davranan gazeteci tipi, mesleğin içinde hızla artıyorsa, sayısal olarak çoğalıyorsa, bu durumda Mesleğin Adabında genel bir bozulmadan söz etmek mümkündür (Vural, 2009: 492).

Medya etiği her şeyden önce gazetecilerin, iletişim profesyonellerinin, reklam müdürlerinin vb. profesyonel etik kurallarını içerir. İşleri ve niyetleri ne kadar farklı olursa olsun medya çalışanlarının bir ortak noktası bulunmaktadır: her gün geniş bir topluluğa oluşturdukları iletileri yayarlar (Evers, 2010: 46).

3. Medyada Yaşanan Etik Sorunlar

Kuçuradi (2000: 30) gazetecilikte etik sorunların, kamera hileleri, fotomontaj, haber uydurmak gibi uygulamalarla başlamadığını belirterek; “diğer şeyler yanında gazeteci olan ve aracını, gazetecilikle hiçbir ilişkisi olmayan kendi amaçları için kullanan kişiden kaynaklanan sorunlardır” olarak tanımlamaktadır.

Medya son yıllarda dünyadaki değişimlere ayak uydurabilen tek güçtür. Teknolojik gelişmeler çok yakından izlenmektedir. Böylece medya olayları izlemede ve yorumlamada hızlı davranabilme yeteneğine kavuşmuştur. Bu yeteneğini her zaman doğru kullandığı söylenemez belki, ama yeni gücü ve rolü eleştirileri de beraberinde getirmiştir (Güllüoğlu, 2013: 167). Günümüzde toplumdan her kesimin medyaya karşı güvensizliği giderek artmaktadır. Bu güven probleminin nedeni olarak medyanın etik değerlerin dışına çıkarak yaptığı haberleri örnek gösterebiliriz.

Medya’da yaşanan etik sorunları sınıflandıracak olursak; tarafsızlık ilkesinin ihlali/yanlı tutum, özel yaşama müdahale ve mahremiyet, medyada şiddet içerikleri/nefret söylemi ve magazinleşme/tabloidleşme olarak sınıflandırılabilir.

Medyanın çalışanlarının etik bir şekilde görevlerini yerine getirebilmesi için insanların yaşamıyla ilgili önemli konularda doğru ve eksiksiz iletilerin oluşturulması gerekmektedir. Medyada etik sınırlamalar yalnızca haberin doğru verilmesi ve haberin nesnelliği gibi konularla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda haberin gerçekleştiği bağlamın eksiksiz ve doğru bir şekilde aktarılmasını içermektedir. Yasama, yürütme ve yargıdan sonra dördüncü güç olarak kabul edilen medyadan, haberleri objektif bir şekilde ele alması ve sunması beklenmektedir. Haberde objektifliğin sağlanabilmesi için de haberde doğruluk sağlaması, çarpıtma olmaması, olay-yorum farkına gidilmesi gerekmektedir. Medya iletilerinde politik, inanç, ideolojik, görüş ve beğenilerle ilgili konularda taraf olmamak veya belli bir tarafa fazlaca yaklaşarak, o tarafın özelliklerini, seslerini, renklerini abartmamak sürekli yer vermemek gereklidir (Güllüoğlu, 2013: 167).

Liberal basın anlayışına göre haber içinde geçen isimlerin doğru olarak belirtilip belirtilmediğine, alıntılarının aynen aktarılıp aktarılmadığına, anlamların korunup korunmadığına ve olayların açık biçimde ilişkilendirilip

ilişkilendirilmediğine bakılmalıdır; karalama olmamalıdır ve haber ancak doğruysa ve adilse yayınlanmalıdır (Güllüoğlu, 2013: 168).

Haberi bilinçli bir şekilde kamuoyuna yanlış aktarmak ya da keşfedilen gerçeğin üzerini bilerek örtmek, bir reklam verenin ya da herhangi bir sermaye sahibinin çıkarlarını gözetmek gibi durumlar yanlış tutum kapsamında değerlendirilebilir.

Yazılı basın gibi toplum üzerinde önemli bir etkiye sahip kitle iletişim aracının her zaman gerçeği aktarma iddiasında olurken, sahip olduğu gücü kötüye kullanarak oldukça güçlü bir yalan mekanizması haline gelebilmektedir. Bundan dolayı basın meslek ilkelerine göre objektiflik; tarafsızlık, bağımsız olmak ve çoğulcu olmak gibi etik ilkeleri yok sayarak tarafsızlık ihlali basın etiğinde önemli bir sorun olmaktadır.

4. Sabah Gazetesinin 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri ile İlgili Haberlerinin Basında Yaşanan Tarafsızlık İhlalinden Kaynaklanan Etik Sorunlar Kapsamı Üzerinden İncelenmesi

Medyanın veya biraz daraltacak olursak yazılı basının sahip olabileceği etik sorunlara yukarıda değindik. Yazılı basının sahip olduğu bu etik sorunlardan biri olan tarafsızlık ihlali sermaye sahipleri ile siyasiler arasında geçen bir takım ortak çıkarlar neticesinde meydana gelebilmektedir. Ortak çıkarların yanı sıra tarafsızlık ihlalinin kaynaklanmasında ideolojik nedenler de yadsınamaz bir gerçektir. Sermaye sahibi ile siyasi aktör arasındaki bu ideolojik yakınlık medya patronlarını bir “etik olmayan” duruma sürükleyebilmektedir.

Medya bugün, dünyada olup bitenleri kendi ideolojisi etrafında biçimlendirerek, istediği şekilde tüketime sunmaktadır. Bu çerçevede medyanın tarafsız olmasını beklemek pek de mümkün değildir. Haberler genellikle gazete sahiplerinin, editörlerin, muhabirlerin ve foto muhabirlerinin ideolojilerini yansıtmaktadır. Yani ideolojik arka planın biçimlenmesinde; sahiplik ilkesi belirleyici bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Chomsky ve Herman’a göre kitle iletişim araçları çok zengin kişilerin ya da şirketlerin mülkiyetinde bulunan kar amaçlı işletmelerdir. Bu işletmelerin başlıca gelir kaynağı, yine kar amacı taşıyan ve reklamlarının sunulmasını isteyen reklam verenlerdir. Medya, hükümete ve büyük

şirketlere haber kaynağı olarak da bağımlıdır. Hükümet ve medya dışı büyük şirketler dolaylı ve dolaysız olarak medya üzerinde kolaylıkla baskı uygulayabilecek konuma (ve servete) sahiptirler (Chomsky vd., 2004: 159).

Çaplı'nın (2002: 81) belirttiğine göre; “medyada neyin haber olacağı, nasıl yorumlanacağı ve anlatılacağı tamamen değer yargıları tarafından belirlenmektedir. Haberler; kişisel önyargılar, çıkarlar ve siyasi tercihlerce yapılır. Bu da gerçeklerin doğru bir biçimde aktarılmasına ve çarpıtılmasına neden olmaktadır.” Bu şekilde haber metinlerindeki üstü kapalı ideolojileri gün yüzüne çıkaran, haberi makro ve mikro yapılarla inceleyen van Dijk'ın eleştirel söylem modelidir.

Eleştirel söylem çözümlemesi toplumsal cinsiyete dayalı kimlik ve eşitsizlik, kadın çalışmaları, ulusal ve etnik kimlikler, haber, reklam ve popüler kültür söylemi, tarih yazımı söylemi, küreselleşme en fazla ele alınan konulardır. Tüm bu alanlara bakıldığında haber etiği bağlamında da yapılacağı kanısı üzerine eleştirel söylem çözümlemesini bu çalışmada uygulanacaktır.

4.1 Veri

4.2. Sabah gazetesi

Dinç Bilgin tarafından kurulan *Sabah* gazetesi 22 Nisan 1985'te yayınlanmaya başlamıştır (Topuz, 2015: 288). Yayınlandığı günden itibaren yüksek tirajları ile dikkat çeken gazete farklı sermaye sahipleri arasında el değiştirmiştir. Sabah Gazetesinin şu anki sahibi Turkuvaz Medya Grubudur. Turkuvaz Medya Grubu şu an elinde bulundurduğu diğer medya organları ise; Takvim Gazetesi, Fotomaç, Daily Sabah, Yeni Asır ve ATV televizyon kanalına ayrıca birçok yabancı derginin Türkiye'deki yayın haklarını elinde bulunduruyor olup radyo kanallarına da sahiptir (tmgrup.com.tr, 2018).

4.3. Yöntem

Sabah gazetesi, siyasi iktidarın yürütmüş olduğu politikalara karşı olumlu yaklaşan bir yayın politikası izlediği için örneklem olarak alınmıştır. 7 Haziran 2015 Türkiye genel seçimlerinde 7 Mayıs 2015 tarihinden 6 Haziran 2015 tarihine kadar yayımlanan gazetenin ilk sayfasında yer alan seçim ile ilgili haberler, internet

arşivlerinden taranarak, gazetenin haberleri yayımlama şekli ve hedef kitleye ulaşmaya çalışırken izlediği sunum tarzı, gazetecilik meslek etiklerinden tarafsızlık ihlâli kapsamında incelenecektir.

Çalışmada uygulanacak yöntem için Teun A. van Dijk'in eleştirel söylem analizi modeli tercih edilmiştir. Van Dijk modelinin seçilmesinin nedeni, haberin yapısını ve haberde üretilen ideolojileri ortaya çıkarmasından dolayı tercih edilmiştir. Haberlerdeki ideolojik üretime göre inceleme yapılacak bu çalışmada ideolojik sunum önem arz etmektedir. Van Dijk modelinde haber, makro ve mikro olarak iki aşamada incelenmektedir (Özer, 2001).

4.4. Makro Yapı: Tematik ve Şematik Çözümleme

Haber metinleri makro önermelerden oluşmaktadır. Makro yapı, “Tematik yapı” ve “Şematik yapı” başlıkları altında incelenecektir. Başlıklar, haber girişleri, spotlar ya da haberin ilk paragrafı, fotoğraflar, ana olayın sunumu, ardaan ve bağlam bilgisi makro yapı altında incelenecektir.

4.4.1. Tematik Yapı İncelemesi

Haber anlatıları makro önermelerden oluşmaktadır. Bunlar, çoğunlukla temalardır ve bir söylem birden fazla temayı içinde barındırabilmektedir. Temalar söylem içerisinde yapılandırılmaktadır.

4.4.1.1. Manşetler/Başlıklar

Haber manşetleri ve başlıkları incelendiğinde iki siyasi aktörün (Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Başbakan Ahmet Davutoğlu) bir ay boyunca sürekli söylemlerine yer vermiş olup, meydanlardaki söylemlerini de doğrudan başlıklara ve manşetlere taşımışlardır.

7 Mayıs 2015 tarihinden 6 Haziran 2015'e kadar var olan başlıklar incelemek üzere ele alınmıştır.

İncelenen tarihlerde, *Sabah* gazetesinin manşetleri/başlıkları aşağıdaki gibidir (gazete.netgazete.com);

1. Silahı bırak barışı konuş (Sabah, 7 Mayıs 2015)

2. İnadına barış inadına kardeşlik (Sabah, 8 Mayıs 2015)
3. Onların adı artık CHDP (Sabah, 9 Mayıs 2015) – Başlık:
4. Ya yeni Türkiye ya istikrarsızlık (Sabah, 10 Mayıs 2015)
5. Egemenlerin değil milletin adamıyım (Sabah, 11 Mayıs 2015)
6. Halk kurusıkıya asla prim vermez (Sabah, 12 Mayıs 2015)
7. Aynı kaptan su içiyorlar (Sabah, 13 Mayıs 2015)
8. Banko Ak Parti (Sabah, 14 Mayıs 2015)
9. Kendilerine yeni Kâbe arıyorlar (Sabah, 15 Mayıs 2015)
10. Paralel ile bölücü örgüt bir oldu (Sabah, 16 Mayıs 2015)
11. Batı idamlara seyirci (Sabah, 17 Mayıs 2015)
12. Ey Doğan medyası avucunu yalarsın (Sabah, 18 Mayıs 2015)
13. O manşeti kim atmıştı (Sabah, 19 Mayıs 2015)
14. Ey Doğan milletin oyuna saygın yok (Sabah, 20 Mayıs 2015)
15. Tüsiad açık konuş (Sabah, 21 Mayıs 2015)
16. Bunlar aydın değil karanlık kişiler (Sabah, 22 Mayıs 2015)
17. Hayal edilemeyi gerçekleştirdik (Sabah, 23 Mayıs 2015)
18. Tayyip baba bizi kurtar (Sabah, 24 Mayıs 2015)
19. Tehditlere değil bize oy verin (Sabah, 25 Mayıs 2015)
20. İşte devletin gücü (Sabah, 26 Mayıs 2015)
21. Hdp ile Chp eş başkan gibi (Sabah, 27 Mayıs 2015)
22. 27 Mayısçılar'a sandıkta ders verin (Sabah, 28 Mayıs 2015)
23. Ne kadar eskici varsa birleşti (Sabah, 29 Mayıs 2015)
24. İhanetin ilacı yok (Sabah, 30 Mayıs 2015)
25. Fetih 7 Haziran (Sabah, 31 Mayıs 2015)
26. Haykırıyorum (Sabah, 1 Haziran 2015)
27. Bar sanatçısı gibi pazarlıyorlar (Sabah, 2 Haziran 2015)
28. Organize işler (Sabah, 3 Haziran 2015)
29. Kürdü Kürde öldürttüler (Sabah, 4 Haziran 2015)
30. Bu ülkeyi parçalamayız (Sabah, 5 Haziran 2015)
31. Demokrasi için sandığa gidin (Sabah, 6 Haziran 2015)

Tarafsızlık ilkesi ihlali bağlamında bu başlıklara bakıldığında en dikkat çekenler “Ya yeni Türkiye ya istikrarsızlık, Banko Ak Parti, Tayyip baba bizi kurtar, Tehditlere değil bize oy verin, İşte devletin gücü, Fetih 7 Haziran” başlıklarıdır. Genel olarak bakıldığında taraf olunan siyasilerin diğer partilere karşı yapmış olduğu ötekileştirmeleri de başlıklarına aktardıkları görülmektedir. “Onların adı artık CHDP, aynı kaptan su içiyorlar” başlıkları bunlara örnek teşkil etmektedir.

4.4.1.2. Haber Girişleri/Spotlar

Seçilen haberlerin girişleri ve eğer varsa spotları ele alınmıştır.

“Başbakan Davutoğlu: Barış süreci artık partililerin değil milletin meselesi. Her surette başarıya ulaşacak. Silahla demokrasi yan yana olmaz HDP tercih yapmak zorunda. Ya terör ya da barış dilini kullanacak. Türkiye artık özgürlükler ülkesi. Siyaset yapacaklarsa dağdan inip barışı konuşsunlar.” (Sabah, 7 Mayıs 2015)

“Başbakan Davutoğlu: Seçim sonucu ne olursa olsun, bu kardeşlik ve yeni Türkiye'nin özgürlükçü atmosferini korumaya devam edeceğiz.”(Sabah, 8 Mayıs 2015)

“Kılıçdaroğlu'nun 'Her işçiye sendika. Taşeron işçiliği kaldıracağız' vaadinde maske düştü: CHP'li belediyeler tam bir işçi kıyma makinesi” – Başlık: Başbakan Davutoğlu: CHP ve HDP ruh ikizi. İkisi de aynı zihniyette. Onlara artık CHDP diyebiliriz.” (Sabah, 9 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Yeni Türkiye'nin kapıları 10 Ağustos'ta aralandı. Milletimiz 7 Haziran'da yeni Türkiye ile eski Türkiye arasında bir seçim yapacak.” (Sabah, 10 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Acıları, eksiklikleri görüp de sessiz mi kalayım? Böyle şey olur mu? Ben egemen güçlerin değil, milletin adamıyım.” (Sabah, 11 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Halk kurusıktı atmaya değer vermiyor. Öyle olsa 'Asgari ücreti 5 bin lira yapacağım' diyen oyları toplardı.” (Sabah, 12 Mayıs 2015)

“Başbakan Davutoğlu: (Bahçeli'ye) Siyasetçinin şerefi vatan toprağının her köşesine adım atmasıyla ölçülür.” (Sabah, 13 Mayıs 2015)

“Dolarda düşüş, tahvil faizinde iniş, borsada yükseliş başladı. Uzmanlara göre, piyasa AK Parti'nin tek başına iktidarını koruyacağını gördü.” (Sabah, 14 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Benim Kürt kardeşlerim Zerdüştlüğü din edinenlere mutlaka gerekli cevabı verecek” (Sabah, 15 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Türkiye 7 Haziran'a giderken, bölücü terör örgütü paralel örgüt bir olmuşlar önlerine muhalefeti katmış eski Türkiye'yi getirmeye çalışıyorlar.” (Sabah, 16 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Mısır eski Mısır'a dönüyor. Yüzde 52 oyla seçilen Mursi için maalesef idam kararı alındı. Batı, darbeci Sisi'ye karşı tavır koymuyor.” (Sabah, 17 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Ey Doğan medyası!.. Pensilvanya, Kandil, Kılıçdaroğlu... Ne kadar yanıldığınızı 7 Haziran'da millet gösterecek” (Sabah, 18 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Doğan Medyası'nı yine uyardı: Türkiye eski Türkiye değil” (Sabah, 19 Mayıs 2015)

“Erdoğan kendisini tehdit eden Hürriyet'in patronuna sert yanıt verdi: Ey Aydın Doğan niye rahatsız oldun?” (Sabah, 20 Mayıs 2015)

“Başbakan Davutoğlu: TÜSİAD konuşacaksa açık konuşsun, karşımıza açıkça çıksın.” (Sabah, 21 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı: HDP'ye destek veren bazı yazarlar, aydın değil karanlık. Çünkü, Türkiye'yi bölme gayretindeler” (Sabah, 22 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Eski Türkiye'de Ordu ve Giresun'a denizin içinde bir havalimanı hayalken biz bunu hayata geçirdik” (Sabah, 23 Mayıs 2015)

“AK Parti Genel Başkan Yardımcısı Nureddin Nebati'nin Güneydoğu izlenimleri: Seçmen PKK baskısından o kadar bıktı ki, bana gizlice 'Tayyip Baba bizi kurtarsın' notu veriyorlar” (Sabah, 24 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan Şanlıurfalılara seslendi: Şimdi siz 7 Haziran’da hizmete mi oy vereceksiniz, yoksa tehditlere mi?” (Sabah, 25 Mayıs 2015)

“PKK’nın tüm tehditleri püskürtüldü... Ve Yüksekova Havalimanı tamamlandı...” (Sabah, 26 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Bunlar benim Kürt kardeşimi sevmiyor. Biz hizmet siyaseti yapıyoruz, onlar ise sadece tehdit bilir” (Sabah, 27 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: 27 Mayıs tarihe utanç günü, kara gün olarak geçti. Menderes, sonraki siyasetçilere ibret olsun diye asıldı.” (Sabah, 28 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan başkanlık sistemini istemeyenleri saydı: Terör örgütü, Pensilvanya, Halkı aşığılayanlar, Ermeni diasporası, Muhalefet partileri” (Sabah, 29 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Bugün bizi Mursi’nin akıbetiyle tehdit eden gazete geçen yıl da Ziraat Bankası New York Şubesi’ni itibarsız hale getirmeye çalışıyordu. Gaflet ve cehaleti çözebilirsiniz ama ihanetin ilacı yok” (Sabah, 30 Mayıs 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: FETİH inşallah 7 Haziran’dır. Yeni Türkiye yolunda önemli bir dönemeci birlikte başarıyla geçmektir.” (Sabah, 31 Mayıs 2015)

“Erdoğan, ‘altın klozet’ iddiasına ‘Hodrimeydan’ yanıtını verdiği CHP lideri Kılıçdaroğlu’nu Beştepe’ye davet etti” (Sabah, 1 Haziran 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: İstanbul’daki elitleri bölücü örgütün partisinin barajı geçmesi için seferber oldu.” (Sabah, 2 Haziran 2015)

“Başbakan Davutoğlu: Siyaset mühendisliği yapılıyor. Ulusalçı, Paralel ve dış medya HDP ile Kandil’i açık destekliyor. Bunlar tek değil, organize işler” (Sabah, 3 Haziran 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Bu terör örgütünün arkasındaki partinin başkanı 6-8 Ekim’de ‘Dökülin Sokağa’ dedi, 50 kişi öldü.” (Sabah, 4 Haziran 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Kurtuluş Savaşı’nda olduğu gibi düşman ülkeye girse ve dese ki, ‘Ben, Tayyip Erdoğan’ı düşürmek için geldim.’ Çiçeklerle karşılarlar” (Sabah, 5 Haziran 2015)

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Tahriklere gelmeden, bu demokratik sınavı çok büyük katılımı ile gerçekleştirmeliyiz” (Sabah, 6 Haziran 2015)

Yapılan incelemede Sabah gazetesinin 7 Haziran 2015 seçimlerine yönelik haber girişlerinde ve spotlarında mevcut siyasal iktidara yönelik yanlı haber tutumu iktidar partisi siyasal aktörleri Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve dönemin Başbakanı Ahmet Davutoğlu'nun meydanlarda belirttiği söylemleri doğrudan ele alıp haber girişi ve spotlarında bunlara yer vermiştir.

4.4.1.3. Fotoğraflar

Sabah gazetesinin seçim ile ilgili haberleri kullanımında haberin olumlu veya olumsuz havasına göre siyasal aktörlerin yüzleri gülüyor veya kızgın bir biçimde olan fotoğrafları kullanılmıştır. Örneğin; 18 Mayıs 2015 “Doğan medyası avucunu yalarsın” manşetinin altında Cumhurbaşkanının iki avucu açık bir şekilde halkı selamlarken çekildiği fotoğraf kullanılmıştır. 24 Mayıs 2015 “Tayyip baba bizi kurtar” manşetinde ise Erdoğan sağ elinin kalbinin üzerinde olduğu bir fotoğraf kullanılmıştır. Ayrıca hem Erdoğan hem de Davutoğlu'nun yer aldığı her haberin arka planında miting meydanlarında elinde Türk bayrağı bulunan insanlar kullanılmıştır. Bununla da arka planda birlik ve beraberliğin Ak Parti ile sağlanacağı vurgulanmaktadır.

4.4.2. Şematik Yapı İncelemesi

Şematik yapıda ana olayın sunumu ve sonuçlar ve arda lan ve bağ lam bilgisi çerçevesinde değerlendirme yapılmaktadır.

4.4.2.1. Ana Olayın Sunumu ve Sonuçlar

İncelenen Sabah gazetesinde ye alan haberler başlıklar ve sunumlar ile birlikte birbirini destekler nitelikte olmuştur. Siyasal aktörlerin söylemlerini başlıklarına dahil etmiş ardından spot veya haber girişi olarak da aynı yönde devam etmiştir. Haberlerin bazıları öteki medya şirketlerine ve öteki partilere cevap niteliğinde olmuştur.

4.4.2.2. Arda lan ve Bağ lam Bilgisi

Ardalan bilgisi haberde geçen olayın politik ve sosyal yönüne odaklanır. Olayların ilişkili olduğu diğer bağ lamlar bu bölümde ön plâna çıkmaktadır. 7 Haziran

2015 seçimlerine yönelik incelenmekte olan haberlerde örneğin; *Sabah* gazetesinin 23 Mayıs 2015 “Hayal edilemeyişi gerçekleştirdik” manşeti ile “*Cumhurbaşkanı Erdoğan: Eski Türkiye’de Ordu ve Giresun’a denizin içinde bir havalimanı hayalken biz bunu hayata geçirdik*” spotuna yer vermiştir. Burada da görüldüğü üzere yapılan haberin tarihsel yönü geçmişten günümüze yapılan yenilik olarak aktarılmıştır. 27 Mayıs 2015 “27 Mayısçılara dersini sandıkta verin” başlığı ile “*Cumhurbaşkanı Erdoğan: 27 Mayıs tarihe utanç günü, kara gün olarak geçti. Menderes, sonraki siyasetçilere ibret olsun diye asıldı.*” 27 Mayıs 1960 tarihinde gerçekleşen darbe hatırlatılarak Ak Parti için oy istendiği gazete tarafından da manşet olarak verilmiştir.

4.4.2.3. Haber Kaynakları ve Olay Taraflarının Değerlendirilmesi

Haber manşetleri ve içeriklerinin kaynakları doğrudan siyasi aktörlerin meydanlarda ürettiği söylemlerden elde edilmiştir. Kaynak olarak birinci elden elde edilen kaynaklar denilebilir. Verilen manşetleri güçlendirmek için siyasilerin fotoğrafları ürettiği söylemlere bir duygu katarak aktarılmaya çalışılmıştır. *Sabah* gazetesini tarafından ötekileştirilmiş muhalefet partilerinden gelen haberler ise muhalefetin seçim vaatlerini yalanlayarak öne çıkartılmıştır. Örneğin; *Sabah* gazetesinin 9 Mayıs 2015 tarihindeki manşetleri olan ‘Taşeron Yalanı’ Cumhuriyet Halk Partisi tarafından ortaya atılmış bir yalan olduğu belirtilmiştir.

4.5. Mikro Yapı

Haber metninin mikro yapısının çözümlenmesinde; sentaktik çözümlenme, bölgesel uyum, kelime seçimleri ve retorik çözümlenmeleri yapılmaktadır. Cümlelerin yapılarına, basit/karmaşık, etken/edilgen durumlarına, kelime seçimlerine, haber metninde ardı ardına gelen cümleler ile oluşturulmaya çalışılan nedensel, işlevsel ve referansal ilişkilere, haberin inandırıcılığının sağlanması için kullanılan sayısal verilere, taraf ve tanık ifadelerine, fotoğraflara, tırnak içinde aktarılan görüşlere vb. unsurlara bakılmaktadır (Özer, 2001: 83-84).

4.5.1. Sentaktik Çözümlenme

Gazetenin, haber ajansının, haber aktörlerinin, muhabirlerin, fotoğrafçının veya köşe yazarının haber hakkındaki tutumu veya duruşu analiz edilmektedir. Tezin

işlenişi bakımından medya kuruluşunun üç gazetesindeki haberler hakkındaki tutumu ve duruşuna bakılarak değerlendirilmektedir. Bu yöntemde cümle yapıları önem verilen noktadır. Cümle yapıları aktif ve pasif, kısa ve uzun, basit ve karmaşık yapısına dikkat edilmektedir.

Buna göre *Sabah* gazetesini incelediğimizde manşetlerin genel olarak uzunluğu bir gazetede olması gerektiği gibi tutulmuştur. Manşetler oldukça basit ve anlaşılırdır. Kullanılan manşetlerin birçoğu etken, spotlar veya haber girişleri ise tamamen etkindir. Anlaşılacağı üzere her spotun başında Cumhurbaşkanı Erdoğan ve Başbakan Davutoğlu olarak belirtilmiştir. Örnek verecek olursak;

Tehditlere değil bize oy verin (Sabah, 25 Mayıs 2015) başlığının ardından gelen spot,

“Cumhurbaşkanı Erdoğan Şanlıurfalılara seslendi: Şimdi siz 7 Haziran’da hizmete mi oy vereceksiniz, yoksa tehditlere mi?” (Sabah, 25 Mayıs 2015)

Demokrasi için sandığa gidin (Sabah, 6 Haziran 2015) başlığının ardından verilen spot,

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Tahriklere gelmeden, bu demokratik sınavı çok büyük katılımı ile gerçekleştirmeliyiz” (Sabah, 6 Haziran 2015)

4.5.2. Bölgesel Uyum

Bölgesel uyum, metin içerisinde arka arkaya gelen ifadelerin nasıl kurgulandığıdır. Nedensel, işlevsel ve kavramsal olarak üç tür ilişkiden söz edilmektedir. Nedensel ilişkide dikkat edilen nedensel bağıdır. İşlevsel ilişkide genel olarak sunulan bir cümlenin hemen arkasından gelen cümlede açıklamasının olup olmadığına dikkat edilir. İdeolojik bulguların varlığına dikkat çeken kavramsal ilişkide ise kavramın ardından kurulan cümlede kayıp bağın kurulup kurulmadığının aranmasıdır.

İncelenen haberlerde anlaşıldığı üzere haberde nedensel ilişkiler kurulmuş olup manşet ve spotlarda devamlılık sağlanmaktadır.

Ey Doğan medyası avucunu yalarsın (Sabah, 18 Mayıs 2015) tarihli başlığı ardından yazılan spot aynı şekilde karşıt görüşlü medya organına karşı yöneltilmiştir.

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Ey Doğan medyası!.. Pensilvanya, Kandil, Kılıçdaroğlu... Ne kadar yanıldığınızı 7 Haziran’da millet gösterecek” (Sabah, 18 Mayıs 2015)

Bu ülkeyi parçalamayız (Sabah, 5 Haziran 2015) tarihli başlıkta Erdoğan’ın mitinglerdeki bir söylemi sonuç niteliğinde manşete taşınmış ardından spot ile nedensel bir bağlantı kurulmuştur.

“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Kurtuluş Savaşı’nda olduğu gibi düşman ülkeye girse ve dese ki, ‘Ben, Tayyip Erdoğan’ı düşürmek için geldim.’ Çiçeklerle karşılarlar” (Sabah, 5 Haziran 2015)

4.5.3. Kelime Seçimleri

Eleştirel söylem çözümlemesinin en temel yapılarından biri kelime seçimidir. Çünkü kelime seçimleri gazetenin ait olduğu medya kuruluşunun ideolojisini belirlemede önemli rol oynamaktadır. Haberin kurgulandığı egemen söylemde, dil yani cümle ve bu cümleleri oluşturan kelimeler haberin aktörlerinin desteklenmesini ya da sorgulanmasını belirtir. Desteklenen görüşler haber girişlerinde genellikle; ifade etti, belirtti, açıkladı ve vurguladı şeklinde kelimelerle bitirilir. Desteklenmeyenler ise haber girişlerindeki cümleler; savundu, iddia etti, öne sürdü, ileri sürdü gibi kelimelerle bitirilmektedir.

Sabah gazetesi de gözlemlediğimiz üzere oldukça çarpıcı kelimeleri manşetlerine ve başlıklarına taşımıştır. Seçilen manşetlerde örnek kelimeler aşağıdaki gibidir;

“Halk kurusıkıya asla prim vermez” (Sabah, 12 Mayıs 2015)

Burada kullanılan ‘kurusıkı’ kelimesi boş seçim vaatlerinde bulunduğu iddiası ile muhalefet partilerine yöneltilmiştir.

“Aynı kaptan su içiyorlar” (Sabah, 13 Mayıs 2015)

Chp ve Hdp ittifakına karşı benzer düşüncülere sahip olduğunu ileri sürerken kelime seçimi bu yönde olmuştur.

“Banko Ak Parti” (Sabah, 14 Mayıs 2015)

Seçimi kazanma ihtimalinin yüksek olduğu düşünülürken kelime olarak ‘banko’ kullanılmıştır.

“Ey Doğan medyası avucunu yalarsın” (Sabah, 18 Mayıs 2015)

Karşıt medya organına karşı istediklerin olmayacak anlamında avucunu yalarsın deyiimi kullanılmıştır.

“Bunlar aydın değil karanlık kişiler” (Sabah, 22 Mayıs 2015)

Aydın Doğan’a yönelik aydın kelimesinin anlamının zıttı kullanarak ima yapılmıştır.

“Tayyip baba bizi kurtar” (Sabah, 24 Mayıs 2015)

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan hakkında daha samimi olduğu düşünüleceği üzere ‘baba’ kelimesi kullanılmıştır.

“İhanetin ilacı yok” (Sabah, 30 Mayıs 2015)

Çare yerine ilaç kelimesi kullanılmıştır.

“Fetih 7 Haziran” (Sabah, 31 Mayıs 2015)

Seçim günü kazanacağını düşünen Erdoğan’ın kazanmak yerine kullandığı kelime ‘Fetih’.

“Bar sanatçısı gibi pazarlıyorlar” (Sabah, 2 Haziran 2015)

Saz çalan Hdp eş başkanı Selahattin Demirtaş’a karşı Erdoğan’ın ‘Bar sanatçısı’ demesi kullanılmıştır.

Buradaki kelime seçimlerinden de görüldüğü üzere *Sabah* gazetesi yayın politikasını tek bir taraftan yana kullanarak yanlışlıktan kaynaklanan etik ihlaller mevcuttur. Mevcut iktidar partisi siyasi aktörlerinin söylemlerini sık ve sürekli olarak başlıklarına taşımıştır.

4.5.4. Haberlerin Retoriği

Mikro yapıda haberin retoriği aşaması inandırıcılık anlamında önem taşımaktadır. Burada bir olayın nasıl ifade edildiği haber retoriği olarak ortaya çıkmaktadır. Haber içinde yer alan alıntılar retorik olarak ikna kapsamında önemli

bulgulardır. Alıntılarının yanı sıra sayısal veriler ve haberdeki karşılaştırmalar, zıtlıklar, abartılar gibi durumlar da haber retoriği açısından önemli öğeler arasındadır.

Sabah gazetesinin 7 Haziran 2015 seçimlerine yönelik bazı haberlerindeki manşetlerde ve spotlarda uzmanlardan alındığı belirtilen alıntılara, fotoğraflara ve sayısal verilere de yer verilmiştir.

“Banko Ak Parti” (Sabah, 14 Mayıs 2015) manşeti verilmiş ardından gelen spot ile “*Dolarda düşüş, tahvil faizinde iniş, borsada yükseliş başladı. Uzmanlara göre, piyasa AK Parti'nin tek başına iktidarını koruyacağını gördü*” (Sabah, 14 Mayıs 2015) uzmanların görüşünden faydalandığı belirtilmiştir.

SONUÇ

Medyada magazinleşme olgusuyla birlikte yapılmaya başlanan sansasyonel gazetecilik, etik konusunu da gündeme getirmiş ve tartışılmaya başlanmıştır. Bugün yalnızca magazinleşmeden dolayı değil, yanlı tutum, mahremiyet ve şiddet içerikleri konularında da medyada etik olmayan yayınlar yapılmaktadır. Bu hususta sorumlu olarak hedef olan kişiler medya organını yönetenler ve biçimlendirenler olarak görülür. Nitekim bu sermaye sahipleri de bir insan olduğu için şahsi görüş ve ideolojileri bulunmaktadır. Dolayısıyla etik olmasını beklediğimiz bir medya organı ideolojik nedenlerden dolayı etik ihlalleri yapabilmektedir.

7 Mayıs 2015 ile 6 Haziran 2015 arasındaki bir aylık sürede *Sabah* gazetesinin haberlerini incelediğimiz bu çalışmada da kullanılan manşetler, başlıklar, spotlar ve haber girişleri taraf tutulan siyasi aktörün söylemlerinden özel olarak seçilen kelimelerden yapılan haberler, tarafsızlıktan kaynaklanan bir dizi etik ihlaller meydana getirmiştir.

Özellikle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve dönemin Başbakanı Ahmet Davutoğlu'nun mitinglerdeki söylemlerini doğrudan manşetlerine aktararak muhalefet partilerine karşı aynı yaklaşım içerisine girmemiştir. Medya sahiplerinin izlenen yayın politikası üzerinde büyük bir önemi olsa da haberde yapılan etik ihlallerin sebebini yalnızca onlara yükleyemeyiz. Bu işte görevlendirilmiş gazeteci/muhabirden, haberi denetleyen, düzenleyen, değiştiren eşik bekçilerine kadar

pek çok kişinin süzgecinden geçen haber, tüm bu çalışanların ön yargı, tutum ve düşünceleriyle yapılanmaya maruz kalmaktadır.

Yazılı basında ya da diğer kitle iletişim araçlarında haberin etik olmasının önemi, medyanın topluma karşı doğru haber verme görevi kapsamında büyük rol oynamaktadır. Özellikle siyasi haberlerde karşılaşılabileceğimiz tarafsızlık ihlalinde medyaya büyük bir iş düşmektedir.

KAYNAKÇA

ATAYMAN, Veysel (2011). Etik, İstanbul: Bs Yayın Basım Dağıtım.

AVŞAR, Zeki ve DEMİR, Vedat (2005). Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim, Ankara: Piramit Yayıncılık.

BADIOU, Alain (2016). Etik, (4. Basım), (Çev: Tuncay Birkan), İstanbul: Metis Yayınları.

CHOMSKY, N. vd. (2004). Medyanın Kamuoyu İmalatı, (Çev: Adnan Köymen vd.), İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi.

ÇAPLI, Bülent (2002). Medya ve Etik, Ankara: İmge Kitabevi.

ERCİYES, Cihaneri (2001). “Medya Etiği ve Klasik Etik Kodları”, Türkiye ve Siyaset Dergisi, Mayıs-Haziran 2001, s.48-61.

EVERS, Hubb (2010). “Medya Etiği”, Televizyon Haberciliğinde Etik, (Ed: Bülent Çaplı-Hakan Tuncel) Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

GAZETE (2018). http://gazete.netgazete.com/gazeteler_arsiv

GÜLLÜOĞLU, Özlem (2013). “Medyada Etik İlke ve Kuralların Belirlenmesi”, İletişim ve Etik, (Ed: Metin Işık), Konya: Eğitim Yayınevi, s.163-184.

GÜLSÜNLER, M. Evrim (2010). “İletişim Etiği ve Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Mesleki Etik Kurallarına Bakışı”, Selçuk İletişim Dergisi, Konya, 6(2), s.158-173.

KUÇURADI İoanna (2000). “Etik ve meslek etikleri.” Etik ve Meslek Etikleri: Tıp, Çevre, İş, Basın, Hukuk ve Siyaset. Harun Tepe (der.) içinde. Ankara: Türkiye Felsefe Kurumu Yayını.

ÖZER, Ömer (2001). Haber Söylem İdeoloji: Eleştirel Haber Çözümlenmeleri, Konya: Literatürk Yayınevi.

ÖZGEN, Murat (1998). Gazetecinin Etik Kimliği, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

SABAH gazetesi (2015, 8 Mayıs-6 Haziran).

TMGRUP (2018). <https://www.tmgrup.com.tr>

TOPUZ, Hıfzı (2015). II.Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi, İstanbul: Remzi Kitabevi.

VURAL, A. Murat (2009). "Edebi Bozulmuş Adabı Dağılmış Bir Toplumsal Kurum Olarak Medya", Medya ve Etik Sempozyumu, Elazığ, Fırat Üniversitesi İletişim Fakültesi, C.1, s.489-498.