

MEDYADA DEZENFORMASYON SORUNSALI VE MANİPÜLASYONUN GÜCÜ: İDEOLOJİ VE SÖYLEM AÇISINDAN SEÇİM HABERLERİNİN SİYASAL İLETİŞİMDEKİ ROLÜ

Fatma Çakmak*

ÖZET

Medya, manipülasyon etkisi nedeniyle, ekonomik veya siyasal açıdan güce sahip olanlar ve olmak isteyenler tarafından kısaca alınan bir sistemde, dezenformasyon karmaşası içerisinde var olmaya çalışmaktadır. Bir taraftan medyanın bu yapısı, diğer taraftan kitlelerin ona duyduğu ihtiyaç, medyanın durumunu daha da karmaşık bir sürece sokmaktadır. Gazetelerin manipülasyon gücünün ve haber üretiminde tarafsız yayın konusundaki dezenformasyon sorunsalının, ideolojinin hayat bulduğu haber söylemi bağlamında ele alındığı bu çalışmada; birbirinden farklı sahiplik yapıları bulunan Milliyet, Cumhuriyet, Star ve Türkiye gazetelerinin 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri ile ilgili haberleri, üç gün süreyle, T. A. van Dijk'in eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle analiz edilmiştir. Gazetelerin haberlerini kendi ideolojileri doğrultusunda nasıl yapılandırdıklarını, kitleleri hangi yönde manipüle etmeye çalıştıklarını ve dolaylı olarak partilerin siyasal iletişimlerine nasıl etkide bulduklarını ortaya koymayı amaçlayan çalışmanın sonucunda; gazetelerin habercilik anlayışlarında "tarafsızlık" tan bahsedilemeyeceği, her gazetenin ideolojik yanlılığını açık veya kapalı bir şekilde haberlerine yansıttığı, hatta gazetelerin haberciliğin ötesine geçerek, birer propaganda aracına dönüştüğü ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Seçim Haberleri, Manipülasyon, Dezenformasyon, Eleştirel Söylem Analizi.

THE PROBLEM OF DISINFORMATION PROBLEMS AND THE POWER OF MANIPULATION: THE ROLE OF ELECTION NEWS IN POLITICAL COMMUNICATION IN TERMS OF IDEOLOGY AND DISCOURSE

ABSTRACT

Due to the manipulation effect, media tries to exist in a system which is clipped by those who have power in economic and political terms and who want to have power, and in disinformation complexity. This structure of the media on the one hand and the masses' need for the media on the other hand put the situation of the media even in a more complex process. In this study, the manipulation power of newspapers and the problem of

* Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye A.S.M.K. M.Y.O., fatmacakmak@mu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7276-5016

Makale Gönderim Tarihi: 18.03.2019- Makale Kabul Tarihi: 19.06.2019

disinformation about neutral publication in news production are discussed in the context of news discourse where ideology comes to life. For this study newspapers Milliyet, Cumhuriyet, Star and Türkiye, which have different ownership structures from each other, were chosen. News in those newspapers related to Local Government General Elections dated 31st March 2019 were analysed for three days in terms of T. A. van Dijk's critical discourse analysis method. As a result of the study, which aims to show how the newspapers constructed their news in line with their own ideologies, in which way they tried to manipulate the masses and indirectly how they influenced the political communication of the parties; it has been revealed that "objectivity" cannot be mentioned in the journalistic understanding of newspapers, that every newspaper reflects its ideological bias in its news in an open or closed manner, and even newspapers went beyond journalism and became a propaganda tool.

KeyWords: Political Communication, Election News, Manipulation, Disinformation, Critical Discourse Analysis.

GİRİŞ

Siyasal iletişim denilince genellikle, kamuoyu oluşturmak amacıyla medyada belli bir ücret ödeyerek yer ve zaman satın alma anlamındaki reklamların, tanıtım faaliyetlerinin, siyasi liderlerin halka seslendiği mitinglerin akla geldiği sınırlı bir alan düşünülürken, hiçbir ücret ödmeden ve bilinçli olarak doğrudan gerçekleştirilmeyen bir faaliyet olarak haberlerde yer alabilme oldukça önem teşkil etmektedir. Haberler bugün diğer medya içeriklerine oranla, kitleler tarafından nispeten daha güvenilir bulunmakta, esas amacı olup biteni yani "haber" i iletme olduğu düşünülmektedir. Oysaki medyada hangi haberlerin nasıl yer aldığı ile ilişkili olarak haberler bilinçaltı mesajları da barındırmaktadır. Kitleler farkında olmadan bu iletiler aracılığıyla yönlendirilebilmektedir. Diğer taraftan iletilerini hedef kitleye ulaştırarak onları ikna etme amacı taşıyan siyasi partiler için haberlerde yer almanın bir maliyetinin olmaması da kuvvetli bir avantajdır. Bu noktada önemli olan medyada "haber" olarak nasıl yer alınacağıdır.

Diğer taraftan gazeteler sahiplik yapısı tarafından daima baskı altındadır ve ona ters düşen yönde içerik oluşturamaz. Ekonomik veya siyasi açıdan güce sahip olanlar ise medyanın manipülasyon gücünün farkında olduğu için daima kendi yanında yer almasını ister. Bu yönde de baskıya maruz kalan medyanın objektif olabilmesi imkânsızlaşır ve "tarafsızlık" sorunsalı baş gösterir.

Bu bağlamda çalışmada, haber üretimlerinde tarafsız yayın konusundaki dezenformasyon sorunu ve buna paralel olarak öne çıkan manipülasyon gücü, ideolojinin hayat bulduğu seçim haberleri söylemi doğrultusunda ele alınmıştır. Farklı sahiplik yapıları bulunan Milliyet, Cumhuriyet, Star ve Türkiye gazetelerinin 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri ile ilgili haberlerinin van Dijk'ın eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle analiz edildiği çalışmada, gazetelerin ideolojileri doğrultusunda seçim haberlerini nasıl yapılandığı ve kitleleri hangi yönde manipüle etmeye çalıştıkları ortaya konmaya çalışılmıştır.

1. "DEZENFORMASYON" SORUNALI

Enformasyon kavramının; genel olarak bilgi, açıklama, aydınlatma, tanıtma olarak kullanılan biçimi, zaman içerisinde teknolojik gelişmelerden etkilenecek günümüzde; haber, bildiri, duyuru, ileti anlamıyla daha çok örtüşen bir yapıya bürünmüştür. Enformasyondaki bir bozulmaya ve olumsuzluğa işaret eden dezenformasyon kavramı ise; bir bilginin kasıtlı veya kasıtsız olarak yanlış sunulması, deforme edilmesi anlamına gelir. Günümüzde dezenformasyonla en çok karşılaşılan, iletişim alanında medya aracılığıyla enformasyonun değiştirildiği, dönüştürüldüğü, çarpıtıldığı, ekonomik veya politik amaçlarla kamuoyuna sunulduğu yani bilginin dezenformasyona uğratılmış hali görülmektedir.

Yanlış bilgilendirme anlamına gelen dezenformasyon; gerçek dışı bilgi kullandığı ve manipülasyon amacı taşıdığı için genellikle kara propaganda olarak da kabul edilir. Yanlış bilgilendirme olan "misenformasyon" daki gibi yanlışlıkla hatalı bilgi iletimi olmayıp, bilinçli bir şekilde rakipleri zayıflatmak ya da alguları yönetmek için yapılır (Bektaş 2002: 38). Kasıtlı olarak üretilip paylaşılan ve kamuoyu oluşturma amacı güden, kitleleri mobilize etme ve kaos yaratma amacı taşıyan dezenformasyonun kasıtsız olarak yayılan yanlış bilgilerden çok daha tehlikeli olduğu bir gerçektir (Wardle ve Derakhshan 2017). Ancak dezenformasyon, küresel anlamda emperyalist güçler tarafından çıkarlarını engelleyecek sistemleri değiştirmede, ulusal açıdan ise politik erkin muhaliflerini etkisiz hale getirmelerinde ve toplumu kendi istedikleri yönde manipüle etmelerinde uygulanan bir strateji haline gelmiştir. Bu çerçevede kavramın salt yalan ve propagandadan daha farklı bir yapısının olduğu belirtilmelidir (Aşkın 2014: 5).

Dezenformasyon bir organizasyon ya da kişi tarafından üretilmiş olsa da bazı haber kanalları ve gazeteler de kasıtlı üretilmiş bilgiyi referans kabul ederek gerçek dışı haberler üretebilmektedir. Medya burada dezenformasyon kaynağı olmamakla birlikte, bu amaçla üretilmiş bilgiyi taşıyıcılık ve kitle geneline yayma işlevini yürütmektedir (Turan 2015: 110).

Herman ve Chomsky (1999: 22); medyanın oldukça fazla ideolojik işleve sahip olduğunu belirtir ve bunun sağlanabilmesi için propaganda ve dezenformasyona ihtiyaç duyulduğunu ve medyanın da egemen sınıfların lehine rızayı yeniden üretme işlevini yerine getirdiğini ifade ederler. Herman ve Chomsky'nin haberlerin beş süzgeçten geçerek halka ulaştığını öne süren propaganda modeli; servet ve iktidar eşitsizliği ile bu eşitsizliğin medyanın çıkar ve seçimlerine çeşitli düzeylerdeki etkisi üzerinde durur. Paranın ve iktidarın hangi yollarla haberleri seçip, basılmaya uygun olanlarını belirlediğini, muhalif düşünceleri nasıl ötekileştirdiğini, egemen çevrelere ise mesajlarını halka kolayca nasıl iletme imkânı sağladığını ayrıntılı olarak ele alır.

Bu model aslında medyadaki dezenformasyonun sebeplerini ve boyutlarını ortaya koymaktadır. Medya manipülasyon gücü nedeniyle, çeşitli çıkar grupları tarafından baskı altında tutulmakta, ekonomik ve siyasi anlamda

kendi varlığını sürdürebilmek için içeriklerini bu baskı gruplarına göre biçimlendirmekte, diğer taraftan da güce sahip olmak, gücünü meşrulaştırmak veya sürdürmek isteyenlere hizmet etmektedir. Böylece ortaya bilginin ve gerçeğin bilinçli olarak dönüştürüldüğü dezenformasyon çıkmaktadır.

Kitle iletişim araçları günümüzde, kitlelerin ağ toplumu haline gelmesi ve medyanın manipülasyon gücü nedeniyle daha çok dezenformatif bilgiliyle kuşatılmış ve doğru bilgiye ulaşmak zorlaşmıştır. Bu durum bilginin en çok aktarıldığı ve diğer medya içeriklerine göre nispeten daha güvenilir bulunan "haber" üretiminde kendini göstermektedir. Tarafsız yayın anlayışının her geçen gün daha da çıkmaza sürüklendiği bir habercilik anlayışı içerisinde dezenformasyon sorunsalı ortaya çıkmış ve haberlerin kime, neye göre, nasıl üretildiğini ve aktarıldığını sorgulamak ve anlamak önemli hale gelmiştir.

2. HABERDE "İDEOLOJİ" VE "SÖYLEM"

İdeoloji şimdiye kadar farklı çerçevelerde ele alınmış ve birçok tanımı yapılmış bir kavramdır. İdeolojiyi tek ve yeterli bir tanıma sığdırmak mümkün değildir. Eagleton'a göre (2015: 17); ideoloji kelimesi, farklı kavramsal dokularla örülmüş bir metindir; farklı tarihlerle yoğrulmuştur ve bu her tarihsel uzamda, neyin önemli, neyin işe yaramaz olduğunda karar kılmak, bütün bunları bir Büyük Global Kuram altında birleştirmeye çalışmaktan daha önemlidir.

Hegel ve Marx'tan Lukacs ve bazı geç dönem Marksist düşünörlere kadar uzanan bir temel kol, büyük ölçüde, doğru ve yanlış bilme fikriyle, yanılsama, çarpıtma ve mistifikasyon anlamında ideoloji ile meşgul olmuştur; diğer taraftan epistemeolojik olmaktan çok sosyolojik bir eğilim gösteren bir başka düşünce kolu ise yoğun şekilde, fikirlerin gerçekliği veya gerçek dışılığından çok toplumsal yaşamdaki işleviyle ilgilenmişlerdir (Eagleton 2015: 19).

İdeoloji ve söylem kavramları, özellikle eleştirel yaklaşımlar çerçevesinde ve eleştirel kuramcılar tarafından üzerinde fazlasıyla yoğunlaşılın kavramlardır. İdeoloji; üretilen, gerçeğin tersi olan, baskılayan ve meneden bir bilgidir. İdeoloji neden ve sonuç arasında bir yer tutar ve yalnızca kendisini önceleyen bir dizi maddi ilişki tarafından üretildiği sürece üretir. Eğer enformasyon araçları belli bir toplumda kurum olarak var oluyorsa, bunun nedeni topluma bilgi üretme işlevi görmesidir. Böylece ideoloji toplumsal bütünde, bu bütünün genel toplumsal üretimi karşısında bir tutum üretmek için sınıfsal bağlamda "bilinç" üreten bir süreç olarak yerini alır (Sholle 1999: 268).

Eleştirel bakış içerisinde ideoloji ile ilgili en önemli araştırmalar Marksist gelenek içerisinde gerçekleştirilmektedir. Bu gelenek medyanın en önemli işlevinin ideolojik etki olduğunu savunur. Marx'a göre; egemen sınıfın düşünceleri her dönemde egemen düşüncelerdir: Bu durumda toplumdaki maddi gücü yöneten sınıf aynı zamanda düşünsel gücü de yönetmektedir. Maddi üretim araçlarını kendi egemenliğinde tutan sınıf aynı zamanda zihinsel üretim araçları üzerinde de egemendir (Marx ve Engels 2013: 64). Buna karşılık Hirst (2009: 38); ideolojinin yanlış bir bilinç meselesi olamayacağını, çünkü şüphe götürmez derecede gerçek ve sonuç doğuran bir şey olduğunu öne sürmektedir.

Diğer taraftan Althusser ise (2002: 234); ideolojinin bir gerçekliği betimlemekten çok, bir istek, bir umut ya da bir nostaljiyi ifade ettiğini öne sürmektedir. Böylece ideoloji, temelinde korku duyma ve suçlama, yüceltme ve aşağılama meselesidir (Eagleton 2015: 40).

Kültürel yaklaşımlar ideolojiyi; belli bir sistemin kendi temsillerini, gerçeğin dolaysız yansıması olarak yeniden sunma, kendi anlamlarını yaşantı olarak üretme gücü olarak görür (Grossberg 1984: 409). Sholle'e göre (1999: 271-272); ideoloji anlam ya da enformasyon mübadelesinin gerçekleştiği mekân olarak kavranan iletişim sırasında ortaya çıkar. Buna göre ideoloji, iletişim durumunun hem üretim hem de alımlama yani tüketim noktalarında mevcuttur. İdeoloji öncelikle geçerli bilginin önünde dikilen bir engel olarak görülmektedir. Bu durumda, bilimsel ya da rasyonel bir güdülenimin yattığı bilgiyle karşıtlık içinde düşünülür. Buna göre ideoloji, varoluşun gerçek maddi koşulları hakkındaki yanlışın bir kaynağıdır. Diğer taraftan, ideolojinin toplumsal yaşam pratiğiyle iç içe geçtiği düşünülebilir. Bu durumda tüm söylem doğası gereği ideolojik bir bileşke barındırır.

Williams (1990: 48) ideolojiyi; belirli bir sınıf ya da gruba özgü inançlar dizgesi, gerçek ya da bilimsel bilginin karşıtı olan düşsel inanç dizgeleri yani yanlış düşünce ya da yanlış bilinç, anlam ve düşünce üretiminin genel süreci şeklinde üç boyutta tanımlamaktadır.

Althusser azınlığın çoğunluk üzerindeki iktidarının baskıcı olmayan araçlarla sürdürülmesinde ideolojinin rolünü vurgular. Althusser ideolojiye hiçbir sınır tanımaz. Bunun mantıksal sonucu, ideolojiden kaçınmanın mümkün olmadığıdır. Maddi toplumsal deneyimlerimizin bu ideolojiyle örtüşmediği durumlarda dahi, bu deneyimlerimizi anlamlandırmada kullandığımız araçlar daima ideoloji yüklüdür (Fiske 2015: 297- 304). Althusser'e göre (2014: 138); yaratılan ideolojik etkinin dayandığı ilke, tanıma-kabul etme, özneleştirme-tâbi kılma ve güvencedir. Bu üç terimin merkezi de, özneleştirme-tâbi kılma ve güvencedir. Bu üç terimin merkezi de, özneleştirme-tâbi kılma ve güvencedir. İdeoloji zaten hep özne olan bireyleri 'işletir'. Her özne, devlet ideolojisinin birliği altında bütünleşmiş olsa bile, görece bağımsız birçok ideolojiye tâbi olmuş durumdadır. Gerçekten de birden çok ideolojik devlet aygıtı vardır. Her özne aynı anda birden çok sayıda ideolojinin içinde ve etkisi altında yaşamakta ve bu ideolojilerin yarattığı tâbi kılma etkileri de öznenin ritüellerle belirlenen, pratiklerden ayrılmayan, kendi edimlerinde bir araya gelirler.

İdeoloji üzerine detaylı araştırmalar yapan Eagleton (2015: 52- 54) ideolojinin altı farklı tarzda tanımlanabileceğini ileri sürer: Bunlardan ilki; ideolojinin toplumsal yaşamdaki fikir, inanç ve değerleri üreten genel maddi süreç olduğudur. İkinci olarak; toplumsal açıdan önemli bir grubun veya sınıfın içinde bulunduğu durumu ve hayat deneyimlerini simgeleyen doğru veya yanlış inanç ve fikirlere karşılık gelir. Üçüncü olarak; çıkar çatışması durumlarında toplumsal grupların çıkarlarının meşrulaştırılması ve desteklenmesi anlamına gelir. Dördüncü anlamda ideoloji; grup çıkarlarının, egemen bir toplumsal gücün etkinlikleri içine hapsederek meşrulaştırılmasıdır. İdeolojinin beşinci anlamı; bir

yönetici grup veya sınıf çıkarlarını, özellikle ikiyüzlülük ve çarpıtma yoluyla meşrulaştırmaya yardımcı olan fikir ve inançları simgelemesidir. Son olarak ise; egemen sınıfın çıkarlarından değil, bir bütün olarak toplumun maddi yapısından kaynaklanan yanlış ve aldatıcı inançlar olarak tanımlanmaktadır. Hangi şekliyle olursa olsun ideolojiler, bireyin ve toplumun yaşamını kuşatan ve inanç ve düşünce bağlamında fazlasıyla etken olan bir role sahiptir.

İdeolojiyi, toplumda birleştirici ve bütünleştirici bir güç olarak hizmet eden simgesel bir mekanizma olarak gören Shoemaker ve Reese'e göre (2014: 97-99); hiyerarşik modelde medya içeriğinde en içte bireysel düzey olmak üzere sırasıyla, medya rutinleri düzeyi, kurumsal düzey, medya dışı düzey ve en dışta ise ideolojik düzey yer almaktadır. Böylece fikirler, çıkarlarla ve iktidarla bağlantılıdır ve simgeler yaratma gücü tarafsız bir güç değildir. Dahası olaylar öyle yapılandırılır ki güçlülerin bakış açısından yorumlanır. Glasgow Üniversitesi Medya Grubu, "Kötü Haberler" isimli çalışmasında medya içeriğiyle ilgili olarak endüstriyel uyuşmazlıklarda şirket yönetimlerinden çok işçi sendikalarının nasıl suçlandığını ortaya koymuştur. Dolayısıyla ideolojik düzeyde medya, toplumdaki güçlü çıkar gruplarının uzantıları olarak işlev görmekte ve egemen ideolojinin yeniden üretiminde ve denetimin sürdürülmesinde, değerlerin ve kurumsal yapıların bir araya gelmesinde büyük etkiye sahiptir.

Bu ideolojiyle sarmalanmış yaşam alanında ideolojilerin hayat bulması, söylem ve dil kavramlarıyla bütünleşmesi ile mümkün olmaktadır. İdeolojik söylem öznenin ikna edilmesi amacını taşır ve tüm ideolojik söylemlerin özneli kendi saflarına çekmek için ikna edici bir dil kullanmaları gerekir. İkna etmeye yönelik olan dil bir eylem içindedir, örgütlenmenin sağlanması ve devamı ideolojik söyleme bağlıdır. İdeolojik söylemin ikna ettiği özne yeni bir bilinç durumuna geçer (Çoban 2015: 208- 209). Böylece öznenin kendisine ait olduğunu zannettiği düşünceler aslında söylemlerin hegemonyası altına girmiş düşünceler haline gelir.

Söylem teriminin kullanımında, dil kullanımının, metinlerde beliren dilsel biçimleri de içeren kendi özelliklerindeki değişimleri sistematik olarak belirleyen toplumsal ilişkiler ve süreçlerle çakıştığı söylenebilir. Söylem kavramına içkin olan toplumsaldaki bu çakışmanın bir yönü dildir, bu dil ideolojinin maddi bir biçimidir ve dil ideoloji tarafından kuşatılmıştır. Söylem, toplumsal dünyayı dolduran ilişkilerin, özne ve nesnelere yaratılmasına ve sürekli yeniden yaratılmasına katkıda bulunur (Fairclough 2015: 124- 125). Dolayısıyla dil; düşünceyi ve ideolojiyi taşıyan temel bir araçtır. Ancak salt bir ileti aracı değildir. Ayrıca, ideolojik bir olgudur ve bireylerin, toplumdaki güçlü grupların çıkarlarını destekler yönde düşünmesini sağlayan bir araçtır (Matheson 2005: 5). Söylem ise bir dilsel eylemde bulunma biçimidir. Sadece konuşmacının kullandığı dille sınırlı olmamakla birlikte, sürekli devam eden iletişimi, dilbilimsel kuralları ve gelenekleri de kapsamaktadır (Hartley 2002: 73). Böylece dil, söylem ve ideoloji aslında tek başına ele alınması mümkün olmayan, iç içe

geçmiş ve toplumsal yönlendirmede temel işleve sahip kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Söylem diğer taraftan, dil dışında sözel olmayan işaret sistemleri vasıtasıyla kurulan iletişim araçlarına da işaret eder. Temel özelliği, birbirleriyle bağlantılı bir işaretler sistemine sahip olmasıdır (Purvis ve Hunt 2014: 21). Voloşinov'a göre (2001: 48- 50); nerede bir gösterge varsa orada ideoloji vardır ve ideolojik her şeyde göstergesel bir değer bulunmaktadır. İdeolojik olan hem içinde yaşanan gerçeğin bir parçası hem de buna ek olarak göstergeler sisteminin ona verdiği bir artı değere sahiptir ve kendi dışında bir gerçekliğe de gönderme yapar. Gösterge olmaksızın ideoloji de yoktur. Her ideolojik gösterge yalnızca gerçekliğin bir yansıması, bir gölgesi olmakla kalmaz, aynı zamanda kendisi de tam da bu gerçekliğin maddi bir parçasıdır.

Benzer şekilde van Dijk'a göre de (2010: 13) söylem; ideolojilerin yeniden üretimi ile gündelik ifadelerde büyük önem taşımaktadır. Eylemlerle söylemler arasında bir ilişki bulunmaktadır. Bu doğrultuda bireylerin eylemlerini kontrol edebilmek için söylemlerini kontrol edebilmek gerekir. Toplumsal kontrol, söylemlerin kontrol edilmesi hatta söylemlerin doğrudan üretilmesi ile sağlanabilmektedir.

Hall'e göre (2014: 90- 91) söylem; iktidar ilişkileri içinde iktidara eklemlenir ve bu da bölgesel bir alan olarak iletişimle toplumsal oluşumların içinde işleyen toplumsal, kültürel, ekonomik ve siyasal ilişkiler arasındaki ilişkiyi kavramsallaştırmaya çalışmanın tümüyle ve köktenci biçimde farklı bir yoludur. Bu kuramsal dönüş, "medya ideolojiktir" sloganıyla özetlenebilir. Medyanın ideolojik olması, anlamın toplumsal inşasında iş gördüğü anlamına gelir. Medya, insanların kendi dünyalarının bilincine vardıkları alanı sağlar. Sterilize edilmiş enformasyon terimi, tüm yinelemeleri ve büyüyle, medyanın kültürel boyutları içerisindeki temelde kirli, göstergebilimsel, anlambilimsel, söylemsel niteliği silemez ya da yok edemez. Dolayısıyla Hall, söyleme politik, toplumsal, ekonomik, teknolojik tüm alanlarda oldukça güçlü bir misyon yüklemiştir hatta söylemi, anlamlandırmanın ve yeniden üretimin merkezine konumlandırmıştır. Ancak bu işlev, görüldüğü gibi masum değildir.

Diğer taraftan küresel boyutta gerçekleşen olaylardan haberdar olma ve kanaat oluşturma, büyük kitlelere ulaşan kitle iletişim araçlarının haber söylemi ile gerçekleşmektedir. Bu nedenle haber söyleminin gücü oldukça büyük olup, haber raporlarının, şemalarının, başlıklarının ve üslubunun yakından incelenmesi ekonomik, siyasal, kültürel ve toplumsal iktidarın ideolojilerini anlayabilmek açısından oldukça önemlidir (van Dijk 2005: 353). İdeolojinin haber metinlerine yerleştirilmesini van Dijk (1998: 33), ideolojik kare olarak ifade ettiği dört unsurla özetlemektedir: Kendi olumlu ve güzel niteliklerinin ve eylemlerinin vurgulanması, ötekinin kötü, olumsuz nitelik ve eylemlerinin vurgulanması, kendi kötü ve olumsuz eylem ve niteliklerinin azımsanması veya fazla üzerinde durulmaması, ötekinin olumlu ve başarılı eylemlerinin küçümsenmesi ve gereğinden daha az dile getirilmesi. Böylece haber

söylemlerine ideolojiler açık veya gizli şekilde yerleştirilmektedir ve kitlelerin manipüle edilmesinde önemli ölçüde rol oynamaktadır.

Medya sürekli olarak yeni fikirlerle uğraşmakta, toplumsal kuralları yeniden onaylamakta, sınırları yeniden çizmekte ve tanımlamaktadır. Medya yalnızca başkaları tarafından yaratılan nitelermeleri aktarmaz. Tonlama, vurgu, yerleştirme ve sergileme konusundaki kararlarını, rutinlere ve kurumsal mantığa dayalı olarak kendileri verirler. Haber seçim ölçütleri kendileri çatışmalı, sansasyonel, göze çarpan ve olağandışı gibi sapkınlık boyutları üzerinden temellendirilir. Medya ilk önce statükoya yapılan tehditleri belirlemek zorundadır. İdeolojik statüko, sapkın fikirler aşağılanarak yeniden onaylanır (Shoemaker ve Reese 2014: 101- 102). Dolayısıyla haber metinlerinde kullanılan söylemlerle kimi birey, grup, kurum ya da inançlar aşağılanabilmekte, dışlanabilmekte veya tam tersine ayrıcalıklı olarak kamuoyuna sunulmaya çalışılabilmektedir. Bazen de bir haberin aynı konudaki başka bir haberle teyit edildiği ya da ideolojilerin üçüncü kişilerin açıklamalarıyla açığa vurulduğu görülmektedir. Bu doğrultuda gazeteler, kendilerinin ideolojik olarak karşıt olduğu bir olayın haberini yapmak yerine o olayın doğru olmadığını, aksine yanlış ve belli bir amaca dönük olduğunu otoritelerin beyanlarına dayandırarak ifade etmektedir. Kimi zaman gazeteciler habere konu olan olayı nasıl algıladıklarını başlıkta açıkça dile getirmektedirler. Medya bazen karşıt olduğu iktidarı eleştirmek için haberler üzerinden kendi ideolojisini yeniden üretmeye çalışmaktadır. Bu durumda habere konu olan olay araçsallaştırılarak başka bir amaç için kullanılmaktadır. Diğer taraftan haberlerde kurum ve kişilere yönelik mitler söylemi etkileyebilmekte, öne çıkarma, azımsama veya görmezden gelme gibi biçimlerde haber üretebilmekte, dini değerler, ironik bir dil, mecaz ya da şaşkınlık ifadeleri kullanabilmekte ve haber değerlerinden yararlanabilmektedir (Devran 2010: 132- 163).

Bu yönleriyle değerlendirildiğinde haber ve haberciliğin, sadece olan bir olayı kitlelere aktarmanın çok daha ötesinde bir misyonu ve işlevi olduğu görülmektedir. Hatta birçok olayın haberciler için belli ideolojilere hizmet etmek üzere araç olarak işlev gördüğü söylenebilir. Nitekim haber üretiminde kullanılan söylemler aracılığıyla ideolojiler kitlelere geçmektedir.

3. MEDYANIN “MANİPÜLASYON” GÜCÜ

Manipülasyon çoğunlukla kitleleri yönlendirmek bağlamında, propaganda, algı yönetimi gibi kavramlarla birlikte adı anılan, teknolojinin gelişmesi ve küreselleşme nedeniyle kitle iletişim araçlarından ve bilginin yayılmasından bağımsız değerlendirilemeyen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Genel olarak kitlelerin duygularına ve düşüncelerine etki ederek onları belli bir düşünce, tutum ve davranışa yönlendirmek anlamında kullanılan ve iknâyı içeren propaganda, halkla ilişkiler, algı yönetimi, psikolojik savaş gibi klasik veya popüler birçok kavramın içerisinde manipülasyon; daha çok

yönlendirme kavramıyla eştir ve bunlar kitleleri manipüle etmek için uygulanan profesyonel alanlar olmakla birlikte, manipülasyon için de birer araçtır.

Fransızca kökenli olan manipülasyon kavramının Türkçe karşılığı; yönlendirme ya da seçme, ekleme ve çıkarma yoluyla bilgileri değiştirmedir (<http://sozluk.gov.tr/>). Genel olarak manipülasyonun kabul gören üç anlamı vardır: İlk anlamı; insanları kendi bilgileri dışında veya istemedikleri halde etkileme, ikinci anlamı; seçme, ekleme ve çıkarma yolu ile bilgileri değiştirme ve üçüncü anlamı ise; varlıkları yapıcı, açıklayıcı ve yararlı bir biçimde kullanma işidir. Yönlendirme olarak kabul edilen anlam; iletişim bilimlerinde çıkar için yönlendirme anlamı ile bütünleşmektedir (Çakır 2007: 87- 88). Bilgin'e göre (2016: 236); manipülasyon, bir insandan istenilen davranışın onun özgür iradesi ile ortaya çıkmasını sağlamaktadır ve bu noktada yaratılan özgürlük illüzyonu büyük bir önem taşımaktadır. Manipülasyonda, herhangi bir zorlama olmaksızın itaat ortaya çıkmaktadır. Aslında birey bu durumda ortaya çıkan davranışın kendi iradesiyle oluştuğunu düşünür ancak bu bir yanılsamadır. Çünkü farkında olmadan düşünce ve duyguları güç odakları için medya aracılığıyla profesyonelce yönlendirilmektedir.

Medyanın ve özellikle sanal dünyanın etkileri üzerinde yoğunlaşan Baudrillard (2016: 15), manipülasyona yönelik; "Bugün eşiğinden içeri adım attığımız hiper-gerçek dönemi manipülasyona dayalı algı yönetimi için ne denli elverişli bir ortam sağladığını göstermektedir: Her türlü düşsel ve gerçek ayrımı artık bitmiştir ve gerçek bir daha asla geri dönmeyecektir. Artık, kendi kendini aynı yörünge çevresinde dolanan modeller aracılığıyla yineleyen ve farklılık simülasyonu üretmekten başka bir şey yapmayan hiper-gerçek dönemidir" şeklindeki ifadelerle aslında gerçek zannedilen birçok olay ve olgunun bir yanılsamadan ibaret olduğunu ve bu durumun ciddiyetini ortaya koymaya çalışmaktadır.

Küreselleşme sürecinde sermaye medya sektörüne de uzanmış ve haberde manipülasyon hızla yaygınlaşmıştır. Günümüz toplumlarındaki en etkili baskı sistemi manipülasyondur. Manipülasyona başvurmak, insanların gözünün açılmaya başlaması ve baskı yöntemleriyle istenilen neticelerin alınmasının artık mümkün olmaması halinde gereklidir. Eğer insanlar yeni doğmuş kedi yavrusu gözleri açılmamışsa, açılacağı da yoksa; ya da sopayla idare edilmeleri imkân dâhilinde ise manipülasyona gerek yoktur (Schiller 1993: 10). Schiller'in benzetmesinde olduğu gibi kitlelerin farkındalık düzeyi arttıkça baskı unsurlarının kamufle edilerek, kitleleri yönlendirmek için medya üzerinden yapılan manipülasyon gizli bir silah gibi işlev görmektedir.

Manipülasyon, birilerini veya bir şeyleri kendi çıkar ve avantajlarına göre çoğu zaman adil veya dürüst olmayan yollarla kontrol etmek anlamına gelmektedir. Örneğin bir kişi inanç, istek ya da hislerinde kendi ilgi ya da sevgi duyduğu biçimde karar veremeyip içinde bulunduğu duruma göre farklı bir yönde karar vermeye güdülendiyse bu bir tür manipülasyondur. Manipülasyon beraberinde birtakım konularda aldatma ya da yanıltmayı içermesi sebebiyle etik

açından problemlili bir kavram olma özelliğini göstermektedir. Bunun sebebi manipülasyonu yapan şahıs ya da kurumların yanında bu manipülasyondan etkilenenlerin istemeden ya da bilinçsiz bir şekilde etik olmayan bir sonucun ortaya çıkmasına ortak olmalarıdır. Dolayısıyla manipüle edilen de manipüle edene yakın ölçüde ahlaki açıdan istenmeyen bir olayın içinde bulunabilmektedir (Coons ve Weber 2014: 10). Tarihteki etkili manipülasyon örneklerine bakıldığında; Edward Bernays'ın Lucky Strike sigara firması için 1929 yılında New York'ta yürüttüğü kampanya karşımıza çıkmaktadır. Bu vaka, amacın gizlenmesi ve sahte amaç üretilmesine ilişkin oldukça karakteristik bir örnektir. Bernays, Lucky Strike firmasıyla sigara satışlarını artırmak amacıyla bir anlaşma yapmış ve manipülasyon tekniklerini başarıyla uygulayarak firmaya büyük bir çıkış sağlamıştır. Kadınların sigara içmesini, kadınların özgürlüğü olarak lanse eden Bernays; medyanın da güçlü desteğiyle "Sigara içen kadınlar, özgür kadınlardır!" algısı oluşturulmuştur. Bu sahte algı sayesinde sigara içmeyen kadınlar özgür olacakları düşüncesi ile sigaraya bağlanmışlar ve şirketin sigara satışlarını artırarak onlara büyük bir kâr sağlamışlardır (Gültekin 2017: 23- 25).

Manipülasyon sistemi en etkin olarak iletişim alanında kullanılmakta ve birçok çeşitliliği içinde barındırmaktadır. Haber akışını kontrol altında tutmak ve beyinleri amaca uygun ideallerle doldurmak, en çok uygulananlar arasındadır. Medyaya hâkim olmak ise para ile mümkündür. Televizyon istasyonları, gazeteler, radyo istasyonları, yayınevleri ve daha niceleri manipülasyon sürecinde aktif ve dominant bir rol oynamak üzere ait oldukları holdinglere bağlı olarak çalışırlar (Schiller 1993: 14). Medya yetkilileri toplumun inançlarını, tutumlarını ve davranışlarını belirlemeyi amaç edinmişlerdir. Sosyal mevcudiyetin gerçeklerine tekabül etmeyen mesajları kasıtlı olarak ürettiklerinde medya çalışanları, zihin yönlendiricileri haline gelirler. Realitenin kusurlu olarak algılanmasına, hayatın gerçeklerini kavrama gücünden yoksun bırakılmış bir şuurun oluşmasına sebebiyet veren bu mesajlar, kasıtlı olarak üretilmiş manipülasyon amaçlı mesajlardır (Çakır 2006: 29). Diğer taraftan neyin haber olduğunu tanımlayarak haberleri biçimlendiren güdümlü piyasa sisteminin unsurlarını oluştururlar. Güdümü sağlayanlarsa, hükümet, iş dünyasının önde gelen isimleri ve önemli medya kuruluşlarının sahipleriyle üst düzey yöneticileridir. Egemen düzenin şartlarını, meşruiyetini, ahlak, din, cinsellik, milliyet gibi toplumsal değerleri öne sürerek, toplumu duygusal anlamda etkileyerek, manipülatör görevini üstlenen kişiler, seçkin bir grubun çıkarları doğrultusunda halkın rızasını almaya çalışırlar (Schiller, 1993: 10). Dolayısıyla medya tarafından üretilmiş iletilerin, medya profesyonelleri tarafından bilinçli olarak üretilmiş ürünler olduğu ve çeşitli amaçlara hizmet ettiği açıktır.

Medya şirketlerinin çoğu piyasayla tam olarak bütünleşmiş durumdadır. Bu eğilim, çapraz mülkiyeti ve medya dışı şirketlerin denetimini sınırlayan yasaların gevşemesi nedeniyle iyice hızlanmış, reklamlar üzerindeki zaten zayıf olan kısıtlamalar kaldırılmış, dürüst yayıncılık ilkesi etkisini yitirmiş, böylelikle medya araçlarının ticari amaçlara yönelik kullanımı için kapılar ardına kadar

açılmıştır. Bugün bankalar ve diğer yatırım kurumları medya hisselerinin büyük sahipleri arasında yer alırlar. Diğer yandan medya şirketlerinin yasal olarak hükümetle olan bağlantıları da medya üzerindeki baskıyı artırmaktadır (Herman ve Chomsky 1999: 35- 49). Böylece medya zorunlu olarak, bağımlı olduğu bu yapıların istek ve beklentileri doğrultusunda hareket etmek durumunda kalmaktadır. Bu tür baskılarla karşı karşıya varlığını sürdürmek zorunda kalan medyanın başka bir şansı gözükmemektedir.

Medyanın yasama, yürütme, yargıdan sonra dördüncü kuvvet olarak anılması, aslında onun denetim işlevine işaret etmektedir. Daha önceleri iktidar güçlerin toplum aleyhine hareket ettiği durumlarda medyanın dördüncü güç olarak devreye girdiği ve güç sahiplerinin lehine tek yönlü oluşan bu çıkar yönelimini ortadan kaldırmak için mücadele ettiği bilinmekteydi. Ancak tarihsel süreç içerisinde medyanın bu yapısı da dönüşüme uğramış ve medyanın gücü meselesi daha çok yönlendirme gücü olarak anılmaya başlanmıştır. İçinde yaşanan çağın siyasi, ekonomik, toplumsal şartları ve küreselleşme nedeniyle dönüşen ve holdinglerin eline geçen medya artık, sahiplik yapısına göre hizmet etmektedir ve bağımlı olduğu kurumların güdümünde kitleleri manipüle eden bir yapıya bürünmüştür. Diğer taraftan manipülasyonun “güç” olduğu kabulü ise iletişimsel etki ve etik kapsamında elbette farklı açılardan değerlendirilebilir. Ancak, kitleleri manipüle edebilme özelliği, siyasi, ekonomik, kültürel ve toplumsal açılardan hâkim inanca, düşünceye, değere sahip olanlar tarafından, üzerinde hâkim olunmak istenen kitlelere yöneltilen bir süreç olarak işlemektedir.

vanDijk (2006: 375- 378) manipülasyonda; ideolojik kutuplaşma olan biz ve onlar kutuplaşması, karşıt grubu itham etme, argümanı duygusallaştırma, kendi gücünü vurgulama gibi unsurların varlığından söz eder. Konuşmacının üstünlüğünü, gücünü veya otoritesini vurgulayan, dinleyicinin ise cehaletini ve bilgisizliğini ortaya koyan manipülatif söylemde alternatif kaynak ve inançlar görmezden gelinir; bilgi, kanıt ve argümanlar sunularak manipülatörün inançları empoze edilmeye çalışılır. Manipülasyona maruz kalan kesim, yani “kurbanlar” a güç kullanım stratejileri arasında; inkâr edilmesi veya yok sayılması mümkün olmayan temel norm, değer ve ideolojilerin pompalanması, onları daha da kırılğan biçime sokacak dramatik retorik kullanımı, manipülasyon odaklı ses tonu, fotoğraf seçimi, harf karakteri gibi kullanımları vardır.

Manipülasyon, disiplinler arası bir çerçevede bulunmakta, sosyal, bilişsel ve söylemsel yaklaşımların karışımı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede; çoğu manipülasyonlar, metin ve konuşmalarla yapılır, manipülasyona uğrayanlar insandır ve onların zihinleri manipülasyona uğratılır. Manipülasyon etkileşimli bir karşılıklı konuşmadır ve güç, iktidar- güç ve iktidarın kötüye kullanımını içerdiğinden sosyal bir yaklaşım gerektirir. Manipülasyonda ayrıca, bilişsel boyut da önemlidir. İletişimsel ya da sembolik manipülasyon formlarıyla ilgilenen van Dijk’a göre bunlar, politikacılar ya da medyanın, oy sahipleri ya da okuyucuları manipüle etmesi türünden etkileşimin bir formudur ve söylemsel

etkinin bir türü aracılığıyla öne çıkarlar. İletişimsel ya da etkileşimsel pratikler içinde manipülatör, diğer insanları genellikle istek ve ilgileri çerçevesinde kontrol etmek istemektedir. Manipülatörler, diğerlerini inandırmaya ve onları kendi istekleri yönünde ikna etmeye çalışırlar. Bu süreçte de medya kullanılmaktadır (van Dijk 2006: 360). Dolayısıyla medya içeriklerine yansıyan bu manipülatif durumların ortaya çıkarılması, iletişim bilimleri kapsamında önemli hale gelmektedir.

4. ÇALIŞMANIN METODOLOJİSİ

4.1. ÇALIŞMANIN AMACI

Gazetelerin seçimle ilgili haber üretimlerinde, ideolojik yaklaşımlarını ve bu doğrultuda hedef kitleleri manipüle etme amacı içerisinde olup olmadıklarını tespit etmek amaçlanmıştır.

4.2. ÇALIŞMANIN SORUNSAĞI

Haber üretimlerinde tarafsız yayın konusundaki dezenformasyon sorunu ve buna paralel olarak öne çıkan manipülasyon gücü, ideolojinin hayat bulduğu seçim haberleri söylemi doğrultusunda ele alınmıştır.

4.3. ÇALIŞMANIN ÖRNEKLEMİ

31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri ile ilgili gazete haberlerinin analizini yapmak üzere, sahiplik yapıları birbirinden farklı olan Milliyet, Cumhuriyet, Star ve Türkiye gazeteleri örneklem olarak seçilmiştir. Şubat ayının son 3 günü olan 26- 28 Şubat 2019 tarih aralığında bu gazetelerde seçimle ilgili yer alan tüm haberlerin eleştirel söylem analizi yapılmıştır.

4.4. ÇALIŞMANIN SINIRLILIKLARI

Çalışma dört gazetenin üç gün süreyle analizi ile sınırlandırılmıştır. Gazetelerde çok kısaca yer verilenler hariç, seçimle ilgili tüm haberler analiz edilmiştir. Bu sınırlamada, seçim ile ilgili gazetelerde fazla sayıda haberin yer alıyor olması, eleştirel söylem analizinin detaylı bir analiz yöntemi olması ve dolayısıyla çalışmanın belli bir sayfa sayısında kalmasının gerekliliği etkindir.

4.5. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden Teun A. van Dijk'ın eleştirel söylem analizi uygulanmıştır.

Eleştirel söylem çözümlemesi; kendi sosyal, politik ve kültürel bağlamında metin ve konuşmanın işlevleri ve yapılarını sistematik bir şekilde çalışmaktadır. Haber medyası ve mesajlarını anlamak için bir tarafta onların bazı söylemlerin stratejilerine, yapılarına ve bu söylemlerin kurumsal düzenlemelerle ilişki yollarına ayrıntılı olarak dikkat etmek gerekirken, diğer taraftan alıcıya dikkat etmek gerekmektedir. Bu nedenle haberdeki tema ya da alıntı örnekleri, haber medyasına kaynak olanlar ya da farklı haber aktörlerinin erişiminin tarzlarını yansıtmaktadır. Dolayısıyla haber, okuyucular arasında ikna edici etkilere sahip olmaktadır. Eğer, haber medyasının, izleyicileri ve okuyucuları üzerinde yönlendirici olduğu düşünülürse, haberin yapısal unsurlarını da içeren kesin şartlarının ne olduğunu bilmek gerekmektedir (van Dijk 1995: 10).

van Dijk çalışmalarında haber çözümlemelerini tematik ve şematik yapılar üzerinden kurar. Ayrıca makro ve mikro yapılar çözümlemede önemlidir. Makro yapıda tematik çözümlemede hiyerarşik yapılar ön plandadır. Dolayısıyla ana ya da üst başlık, başlık, alt başlık, spot, haber girişleri, haberler birbirini hiyerarşik olarak takip eder. Başlıkların birbiriyle olan bağlantılarına bakılır, başlık metin ilişkisi sorgulanır, uzunlukları önemlidir ve hikâyelerle olaylar zinciri ele alınır. Şematik çözümlemede; durumsallığa ve yorumlara bakılır. Dolayısıyla hikâye veya olayın örgüsü ve yapısı değerlendirilir. Haberin işleniş biçimi, bilgisellik ve ardaan bilgileri değerlendirilir. Mikro yapı çözümlemede ise cümle yapılarındaki, basitlik, karmaşıklık, etkenlik ve edilgenlik, uzunluğu veya kısalığı, sözcük seçimleri üzerinde durulur. Resim, fotoğraf, rakamsal veriler, alıntılar gibi retorik veriler analiz edilir (van Dijk 1988: 30- 45).

4.6. ÇALIŞMANIN BULGULARI

4.6.1. MİLLİYET GAZETESİ'NİN HABER SÖYLEMİ

Milliyet Gazetesi'nin 26.02.2019 tarihli sayısının ilk sayfasında; *"Zilletin bir ucu Kandil'de"* başlıklı haber yer almaktadır. *"Tavrımız açık"* alt başlığıyla devam edilen haberin içeriğinde; Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın zillet ittifakına destek verenlere karşı tavırlarının açık olduğu ve bu ittifakın bir ucunun Kandil'de bir ucunun da Pensilvanya'da olduğu yönündeki açıklamaları doğrudan habere aktarılarak yapılandırılmıştır. Haberde makro açıdan tematik çözümleme yapıldığında; başlığın ve alt başlığın Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın söyleminin direkt olarak kullanılmasıyla oluşturulduğu görülmektedir. Şematik açıdan bakıldığında ana olayın sunumunun da yine Cumhurbaşkanı'nın ifadelerinin doğrudan habere aktarılmasıyla yapılandırıldığı görülmektedir. Ardaan bilgisi olarak kanıtı gerek duyulmaksızın, geçmişten bugüne başka örgütlerle ittifak içinde olduğu ifade edilmiştir. Kelime seçimlerinde imalara ve benzetmelere yer verildiği görülmektedir. Retoriksel olarak fotoğrafa yer verilmediği, inandırıcı olmasının Cumhurbaşkanı'nın söylemi üzerinden gerçekleştirildiği görülmektedir.

Aynı sayfadaki bir başka seçim haberi, CHP ile ilgilidir. *"CHP'den 4'lü kriz formülü"* başlığıyla verilen haberde; Kılıçdaroğlu'nun ekonomik sorunlar için, *"hukukun üstünlüğü, üreten Türkiye, güçlü sosyal devlet ve sürdürülebilirlik"* şeklinde dört maddelik strateji önerdiği belirtilmiştir. Makro açıdan tematik yapı değerlendirildiğinde; haber başlığının gazetenin kendi ifadesi olduğu dikkat çekmektedir. Haber girişi veya spota yer verilmeyen haberde ana olayın sunumunda; ekonomik sorunlar olduğu yönünde bir alt mesaj verildiği ve ana olayın bunun üzerine inşa edildiği görülmektedir. Mikro açıdan sentaktik çözümleme yapıldığında, haber cümlelerinin hem gazetenin kendi ifadeleriyle hem de Kılıçdaroğlu'nun söyleminin direkt olarak habere aktarılmasıyla yapılandırıldığı görülmektedir. Bölgesel uyum açısından kriz ve önerilen stratejiler arasında nedensel bir ilişki kurulmuştur. Retorik olarak bakıldığında sadece Kılıçdaroğlu'nun bir fotoğrafına yer verildiği görülmektedir.

Gazetenin 12. sayfasına bakıldığında, siyah ve kalın puntolarla; *“Size bu ülkeyi böldürtmeyiz”* ana başlığı dikkat çekmektedir. Haberin girişinde; *“HDP’li Sezai Temelli’nin ‘Kürdistan’da HDP’ye vereceğiz, Batı’da da Ak Parti’yi ve MHP’yi kaybettireceğiz”* şeklindeki ifadelerine karşılık, Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın; *“Ahlaksıza bak. Türkiye’de ‘Kürdistan’ diye bir bölge ne zaman çıktı? Size bu ülkeyi böldürtmeyiz”* şeklindeki ifadeleri doğrudan haber girişine aktararak yapılandırılmıştır. *“Yozgat’a askeri eğitim birliği”, “FETÖ’den gözaltına alınan avukatını aday yaptı”, “Beklemeden kayyum atarız”, “IMF ile işimiz yok” ve “Üç büyükşehirde ortak miting”* gibi alt başlıklara da yer verilen haberde ana olayın sunumu; Cumhurbaşkanı’nın Yozgat mitinginde, CHP, İYİ Parti ve HDP’ye yönelik sert eleştirileri merkeze alınarak yapılandırılmıştır. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; başlıkların, alt başlıkların ve haber girişinin Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın, diğer partilere yönelik söylemlerinin doğrudan habere aktarıldığı görülmektedir. Şematik açıdan ana olayın sunumunda; ülkenin birliği, bütünlüğü ve terör örgütleri üzerinden haber söyleminin yapılandırıldığı dikkat çekmektedir. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında, cümle yapılarının genellikle Erdoğan’ın ifadelerinin direkt olarak habere aktarılmasıyla etken yapılar şeklinde sunulduğu, terör örgütleri ve diğer partiler arasında işlevsel bir ilişki kurulduğu, retorik açıdan Cumhurbaşkanı’nın halkı selamlayan büyük bir fotoğrafıyla, miting alanından AK Parti ve Türk bayraklarının ön planda olduğu bir fotoğrafa yer verildiği görülmektedir.

Gazetenin 13. sayfasının tamamında ise CHP ile ilgili haberlere yer verilmiştir. Makro açıdan tematik inceleme yapıldığında gazetenin ilk sayfasındaki benzer olarak; *“CHP’den krize karşı dördümlü formül”* ana başlığının, bu kez siyah ve kalın puntolarla verildiği görülmektedir. Haberin girişinde gazetenin 11 Ağustos 2018 krizinden nasıl çıkılacağını, Kılıçdaroğlu’nun 13 maddelik önerilerine ek olarak dördümlü formülüyle krizin aşılabileceğini savunduğu belirtilmiştir. Şematik yapıya bakıldığında ana olayın sunumu; genel olarak Türkiye’nin bir ekonomik krizin içinde olduğu ve bu krizden kurtulmak için CHP’nin öne sürdüğü yapısal reformlar etrafında şekillendirilmiştir. Devamında da Kılıçdaroğlu’nun, bu tablodan iktidarı sorumlu tuttuğu yönündeki söylemlerine yer verilmiştir. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında haberin hem etken hem de edilgen ifadelerle oluşturulduğu görülmektedir. Retorik açıdan bakıldığında, Kılıçdaroğlu ve Milliyet Gazetesi’nin editörü Ebru Sungur’la el sıkışırken çekilmiş bir fotoğraf dikkat çekmektedir. Bu yönüyle gazetenin CHP ile ilgili haberi olumlandırıcı bir yapıda sunduğu görülmektedir.

Aynı tarihli gazetenin 14. sayfasında; *“Sahte muhalefetle karşı karşıyayız”* başlıklı haber yer almaktadır. Makro açıdan tematik çözümleme yapıldığında; CHP’nin hedef alınmasının öne çıkarıldığı görülmektedir. Haberin girişinde; DSP lideri Aksakal’ın CHP’ye sert sözlerle yüklendiği gazetenin kendi söylemiyle ifade edilmiştir. DSP’nin 433 aday gösterdiği yönünde bilginin de aktarıldığı haberde şematik yapı incelendiğinde; ana olayın sunumunun, Atatürk ve Türk

milleti kavramlarının üzerine yapılandırıldığı, yorum bilgisine büyük oranda yer verildiği görülmektedir. Mikro açıdan sentaktik çözümleme yapıldığında; konuşmaların edilgen ve etken ifadelerle aktarıldığı, retorik olarak DSP adaylarının bir arada çekilmiş fotoğraflarının öne çıkarıldığı dikkat çekmektedir.

27 Şubat 2019 tarihli Milliyet Gazetesi'nin ilk sayfasına bakıldığında ise seçimle ilgili dört ayrı habere yer verildiği görülmektedir. *"Milletim paket yapıp, hepsini sandığa gömecek"* başlıklı haberde, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Giresun mitinginde HDP Eş Genel Başkanı Sezai Temelli'ye sert çıktığı ifade edilmiştir. Detaylarının iç sayfalarda verildiği haberde ana olayın sunumunda kısaca Temelli'nin; *"31 Mart'ta Kürdistan'da biz kazanacağız"* ifadesine karşılık Erdoğan'ın; *"Türkiye'de Kürdistan diye bir yer var mı? Sen lütfen Türkiye'yi terk et, güneyde Irak'ta Kürdistan bölgesi var, oraya git..."* şeklindeki ifadesinin doğrudan habere aktarıldığı görülmektedir. Diğer haberde ise; *"Zillet ittifakı güvenlik sorunu"* başlığıyla verilmiştir. Haberin içeriğinde MHP lideri Bahçeli'nin; Türkiye'de yeni bir rejim bunalımı ve siyasi buhran çıkmaması için Cumhuriyet İttifakı'nın 31 Mart'tan zaferle çıkması gerektiğini belirttiği açıklaması edilgen bir ifadeyle yer almaktadır. Diğer haberde; *"CHP ve İYİ Parti ortak miting yapacak"* başlığı kullanılmıştır. Haberin içeriği, CHP ve İYİ Parti'nin birlikte miting yapacakları şehirleri ve tarihleri ifade eden bilgilerden oluşmaktadır. İlk sayfada son olarak; *"Özgür bir ilçe vaadi"* başlığıyla, AK Parti'nin Ankara Yenimahalle belediye başkan adayı Tiryaki'nin herkesin özgürce yaşadığı bir ilçe hedefiyle yola çıktığının belirtildiği haber yer almaktadır. Genel olarak bakıldığında, ilk sayfada kısaca yer verilen bu haberlerle Milliyet Gazetesi'nin AK Parti, CHP ve MHP'ye eşit oranda yer vermeye çalıştığı görülmektedir.

Gazetenin 10. sayfasının tamamının ise AK Parti Yenimahalle belediye başkan adayı Veysel Tiryaki ile ilgili olduğu görülmektedir. Haberin makro yapıda tematik çözümlemesi yapıldığında; *"Veysel Tiryaki: Yenimahalle'yi canlandırmak için geliyoruz"* ana başlığıyla ve çok miktarda alt başlıkla yapılandırıldığı görülmektedir. Haberin girişinde; Tiryaki'nin vurgulamak istediği; *"... mahalle kültürünün yeniden canlandığı, gençlerin yaşam standartlarının yükseldiği, sanat ve sporla dolu bir Yenimahalle inşa edeceğiz"* ifadesine yer verilmiştir. Şematik yapıya bakıldığında; haberin neredeyse tamamında Tiryaki'nin daha önceki yaptıkları ve yeni dönemdeki vaatlerinin öne çıkarıldığı görülmektedir. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında, haber söyleminin genel olarak Tiryaki'nin söylemlerinin doğrudan habere aktarıldığı etken bir yapıyla oluşturulduğu dikkat çekmektedir. Bölgesel uyum kapsamında haberin içeriğinde Tiryaki'nin referans alınarak haberin üretildiği görülmektedir. Haber retoriklerinde inandırıcılığı artırmak ve Tiryaki'nin vatandaşlar tarafından desteklendiğini göstermek amacıyla, ilçenin çeşitli yerlerinde vatandaşlarla çekilmiş fotoğraflara bol miktarda yer verildiği görülmektedir.

Aynı tarihli gazetenin 15. sayfasına bakıldığında ise bu kez sayfanın neredeyse tamamının CHP ile ilgili haberlerden oluştuğu görülmektedir. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; *"Sicilimizde tertemiz Kuvayı Milliye var"*

başlığına yer verilen haberde bol miktarda alt başlığa yer verilerek haberin detaylandırıldığı görülmektedir. Haberin girişinde; CHP Genel Başkan Yardımcısı ve Parti Sözcüsü Faik Öztrak'ın; *"Kendisine oy vermeyen tüm yurttaşlarımıza 'hain, terörist' demesini kabul edemeyiz. Orada duracak, haddini ve yerini bilecek... Varsa ellerinde bir delil mahkemeye verirler"* şeklindeki ifadeleri ile yapılandırılmıştır. Şematik açıdan ana olayın sunumu genel olarak; Öztrak'ın, ülkenin ekonomik olarak yoksulluk çektiği yönündeki açıklamalarıyla, Erdoğan'a cevap nitelikli içeriklerle ve DSP'nin kendilerine yönelttiği *"Gardırop Atatürkçüleri"* söylemine cevabı ile ve yorumlayıcı bir yapıda oluşturulduğu görülmektedir. Mikro yapıda sentaktik açıdan değerlendirildiğinde; Öztrak'ın referans alındığı ve ifadelerinin etken bir yapıda habere aktarılmasıyla oluşturulduğu görülmektedir.

Aynı tarihli Milliyet Gazetesi'nin 16 sayfasında ise ilk olarak; *"Zillet ittifakı milli güvenlik sorunu"* başlıklı haber dikkat çekmektedir. Haberde; *"Sağduyunun birlikteliği", "rejim bunalımı çıkmaması için", "beka meselesidir" ve "tek ses tek nefes"* gibi alt başlıklara yer verilmiştir. Haberin girişinde ise gazete; *"CHP-HDP-İP-SP-ÖDP'nin aynı çizgide olduğunu, PKK ve FETÖ tarafından desteklendiğini savunan MHP lideri Bahçeli..."* ifadeleri kullanılmıştır. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; haberin başlığının ve alt başlıkların Bahçeli'nin, Millet İttifak'ını ülkenin güvenliğini tehlikeye soktuğu imasıyla ve birliktelik vurgusuyla öne sürdüğü söylemleri üzerinden yapılandırıldığı görülmektedir. Haberde olayın taraflarının yorumlarına yer verilmiştir. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında; büyük oranda Bahçeli'nin ifadeleri doğrudan habere aktarılmıştır.

Milliyet Gazetesi'nin 28.02.2019 tarihli sayısına bakıldığında birinci sayfada ilk olarak; *"Biz tökezlersek bayram ederler"* başlıklı haber dikkat çekmektedir. Kısaca yer verilen haberin içeriğinde; Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Doğu ve Güneydoğulu kanaat önderleriyle bir araya geldiği bilgisi aktarılmıştır. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; iktidar partisinin başarısız olmasını isteyenlerin olduğu ima edilmiştir. Şematik yapı çözümlendiğinde; Doğu ve Güneydoğu'nun oylarına ihtiyaç duyduğu, onları ikna etmeye çalıştığı anlaşılmaktadır. Mikro açıdan sentaktik çözümleme yapıldığında; etken ve edilgen ifadelerin bir arada kullanıldığı görülmektedir.

Gazetenin 17. sayfasında; *"Seçimde yeni bir tarih yazacağız"* başlıklı haber yer almaktadır. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; Kılıçdaroğlu'nun söyleminin doğrudan başlığa aktarıldığı, haberin spotunda ise, Kılıçdaroğlu'nun söylemlerinin olumsuzdurucu bir yapıda aktarıldığı dikkat çekmektedir. *"Bir ders verin", "17 yıldır kim yönetti?", "Bize güvenin"* gibi alt başlıklarla detaylandırılan habere şematik açıdan bakıldığında içeriğinde; Kılıçdaroğlu'nun, iktidar partisine yönelik eleştirilerine, gelecekle ilgili vaatlerine yer verilmiştir. Tanzim satışlarla ilgili oluşan kuyruklar, halkın refah düzeyi ve ekonomik durumu hakkında sert eleştirileri doğrudan habere aktarılmıştır. Kılıçdaroğlu'nun sokakta halkı ziyaret ederken çekilmiş bir fotoğrafı habere eklenerek söylem güçlendirilmeye çalışılmıştır.

4.6.2. CUMHURİYET GAZETESİ'NİN HABER SÖYLEMİ

Cumhuriyet Gazetesi'nin 26 Şubat 2019 tarihli sayısının ilk sayfasında seçimle ilgili olarak ilk haber, "Özel: CHP değil AKP karışacak" başlığıyla verilmiştir. Kısaca verilen içerikte ise Özer'in; "... CHP çok sayıda büyükşehir alacak. Siz Babacan, Davutoğlu, Gül'ün döktüğü taşları ayıklıyor olacaksınız" şeklindeki ifadesi direkt olarak habere aktarılmış, detayları ise iç sayfalarda verilmiştir. Diğer haberde ise; "Erdoğan inanmıyor! Anketler şaşırttı" başlığıyla verilmiştir. Haberin içeriğinde; anketlerin CHP lehine çıkması üzerine Erdoğan'ın anketlere güvenmediğini söylediği ifade edilmiştir. Haberde referans gösterilmemesi ve gazetenin kendi söylemiyle haberi oluşturması dikkat çekmektedir.

Gazetenin 5. sayfasına bakıldığında; "Anketçiler bölündü" başlıklı haber dikkat çekmektedir. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; üst başlıkta Erdoğan'ın anketlere güvenmediğini söylediği belirtilmiştir. Haberin girişinde; anket firmalarının bazılarının Erdoğan'ın sözlerini haksızlık olarak nitelendirdiği, bazılarının üstü kapalı olarak Erdoğan'a destek verdiği ve bazılarının da AKP için olumsuz sonuçlar çıktığını söylediği ifade edilmiştir. Şematik yapı çözümlendiğinde ana olayın sunumunun da tamamen benzer içeriklerle yapılandırıldığı görülmektedir. Mikro açıdan sentaktik yapı değerlendirildiğinde anket yetkililerinin referans olarak gösterildiği ve bazı ifadelerinin etken bir ifadeyle doğrudan habere aktarıldığı görülmektedir. Haber retorik olarak incelendiğinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın karikatürüne yer verildiği ve seçim sonrasında kaybedeceklerini ima eden; "Bugün seçim anketlerine güvenim kalmadı, yarın seçimlere güvenim kalmadı" şeklindeki mizahi yaklaşımla söylem güçlendirilmeye çalışılmıştır. Gazetenin kendi söylemleriyle iktidar partisini olumsuz bir havada sunması haberdeki ideolojik yapılanmayı göstermektedir.

Cumhuriyet Gazetesi'nin 27 Şubat 2019 tarihli sayısının ilk sayfasında seçimle ilgili; "TFF- AKP ittifakı" başlıklı haber yer almaktadır. Tematik açıdan değerlendirildiğinde; başlıkta iktidar partisi ile ilgili olumsuz bir hava yaratıldığı görülmektedir. Şematik açıdan haberin içeriğine bakıldığında; Türkiye Futbol Federasyonu Genel Sekreter Yardımcısı Mustafa Baltacının görevinden istifa etmeden AKP adayı olduğu, CHP'nin itirazına karşılık, 1 Aralık'ta istifa ettiğinin söylendiği ancak, 21 Ocak'a kadar maaş almaya devam ettiği, Aralık ve Ocak aylarında toplam 28 bin 652 lira ödendiği belirtilmiştir. Bu yönüyle haberin, iktidar partisinin kendi adaylarına yapılan haksız ödemeye göz yumduğu alt mesajı verdiği görülmektedir. Haberde mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında; edilgen ifadelerle yer verildiği, haber kaynağı ve referans gösterilmediği, gazetenin kendi haber söylemini oluşturduğu görülmektedir.

İlk sayfadaki diğer haber ise; "CHP umutlu 'Seçmenler bize yöneldi' " başlığıyla verilmiştir. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; başlıkta CHP'nin öne çıkarıldığı ve olumlu bir yapıda sunulduğu görülmektedir. Haberin içeriğinde anket sonuçlarına göre AKP seçmenin yüzde 18'inin CHP'ye oy

vermeyi değerlendirdiği belirtilmektedir. Şematik açıdan ana olayın sunumunun da CHP'ye yönelik manipülatif bir yapıda aktarıldığı görülmektedir. Anket sonuçlarının haber retoriği açısından inandırıcılığı artırmak için verildiği görülmektedir. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında edilgen bir yapıda cümlelerin aktarıldığı, bazı yerlerde ise gazetenin kendi söylemi ile yapılandırıldığı görülmektedir.

Gazetenin 5. sayfasına gelindiğinde; *"DSP'ye sert eleştiri"* başlıklı ve *"CHP MYK'de Kemal Kılıçdaroğlu Önder Aksakal'a tepkisini dile getirdi"* üst başlıklı habere yer verildiği görülmektedir. Haberin spotunda ise; CHP liderinin DSP liderine cevaben; *"Bu açıklamalar Türkiye'nin geleceğine hizmet etmiyor"* şeklindeki ifadesine yer verilmiştir. Başlık, üst başlık ve haber spotu makro yapıda tematik açıdan değerlendirildiğinde; CHP'nin tavrının olumlandırıcı bir yapıda sunulduğu dikkat çekmektedir. Haberin içeriğinin ise; Atatürk ve Türkiye'ye hizmet kavramları üzerinden söylem geliştiren parti yetkililerinin söylemlerinin doğrudan habere aktarılmasıyla yapılandırıldığı görülmektedir. Haberin devamında; *"İyi Parti ile miting"* alt başlığıyla, CHP ve İYİ Parti'nin birlikte gerçekleştirecekleri mitinglerin tarihleri ve yerleri konusunda bilgi verilmiştir. *"Erdoğan millete hakaret ediyor "* alt başlıklı haberde ise; CHP Sözcüsü Öztrak'ın Erdoğan'a yönelik, hem ekonomi üzerinden hem de kendilerine oy vermeyen vatandaşları hedef aldığı söylemleri üzerinden eleştirileri, habere etken bir ifadeyle aktarılmıştır. Ülkedeki olumsuzluklara dikkat çekilen içerikte, iktidar partisi olumsuz bir yapıda sunulmuştur. Bu yönüyle gazetenin ideolojik olarak iktidar partisiyle örtüşmediği görülmektedir.

Cumhuriyet Gazetesi'nin 28.02.2019 tarihli sayısında ilk sayfada; *"Erdoğan, muhalefeti ve seçmenini bu kez bayrağın altından çıkardı"* üst başlıklı ve *"Oyu düştükçe halkı bölüyor"* başlıklı habere yer verildiği görülmektedir. *"Oy uğruna ayırıştırıyor"* alt başlığına da yer verilen haberin makro açıdan tematik yapısı incelendiğinde; haberin merkezine Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın olumsuz bir yapıda yerleştirildiği görülmektedir. Şematik açıdan haberin içeriği değerlendirildiğinde; Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sosyal medyadan paylaştığı görselle tüm muhalefete ve seçmenine çok ağır suçlamalar yönelttiği belirtilmiştir. Devamında; Erdoğan'ın, muhalefetin terör güdümünde olduğunu iddia ettiği ifade edilmiştir. Haberin detaylarına gazetenin kendi yorum bilgisini ekleyerek; Erdoğan'ın kutuplaştırıcı dil kullanmasının altında krizi perdeleme çabası ve anket sonuçlarının yattığının belirtildiği ifade edilmiştir. Mikro açıdan sentaktik çözümleme yapıldığında cümle yapılarında edilgen bir ifadenin kullanıldığı görülmektedir. Haber retoriği açısından; AKP'nin yaptırdığı anketlerde oy oranının yüzde 36.8-38'e indiğini edilgen bir söylemle aktaran gazete, Reuters'ın haberini inandırıcı olması açısından habere ekleyerek, İstanbul ve Ankara'da bıçak sırtı yarış yaşandığını ifade etmiştir. Gazete bu haberle ideolojik açıdan iktidar partisiyle örtüşmediğini açıkça ortaya koymaktadır.

Gazetenin 4. sayfasına gelindiğinde; *"Kılıçdaroğlu: Yeni bir başlangıç yapacağız"* başlığı kullanılmıştır. Haberin spotunda; CHP liderinin Batman'ın

Sason ilçesinde yaptığı konuşmada, Erdoğan'ı ve AKP'yi işsizlik üzerinden eleştirdiği, yerel seçimlerde tarih yazacaklarını söylediği ifade edilmiştir. Makro açıdan tematik yapı incelendiğinde; Kılıçdaroğlu'nun, iktidar partisi için yaptığı eleştirinin gazete tarafından öne çıkarıldığı, muhalefetin olumlu yönlerinin vurgulandığı görülmektedir. Şematik yapı incelendiğinde haberin içeriğinin; Kılıçdaroğlu'nun iktidara karşı eleştirel söylemleri üzerinden yapılandırıldığı görülmektedir. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında; çoğunlukla Kılıçdaroğlu'nun söylemlerinin etken bir yapıda habere aktarıldığı görülmektedir. Vatandaşlarla çekilmiş bir fotoğrafın habere eklenmesiyle retorik açıdan söylem güçlendirilmeye çalışılmıştır.

Gazetenin 5. sayfasına bakıldığında; *"AKP'li Cumhurbaşkanı Erdoğan, muhalefeti yine teröristlik ve gizli pazarlıkla suçladı"* üst başlıklı ve *"İfadeleriyle böldü"* başlıklı habere yer verilmiştir. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; üst başlıktaki haber söyleminin alt metninde, gazetenin Cumhurbaşkanı'nın partili olmasına gösterdiği tepkinin yattığı görülmektedir. Haberin spotunda da; Erdoğan'ın sosyal medya hesabından, Millet İttifakı'na ve seçmenine ağır ifadeler kullandığı belirtilmiştir. Bu yönüyle ve başlıkta da öne çıkarıldığı üzere, iktidar partisinin yaklaşımının, kendi tarafında olmayanları dışladığı gerekçesiyle olumsuzlandırılarak sunulmuştur. Şematik yapı çözümlendiğinde; haberin içeriğinde de iktidar partisinin aynı yaklaşımla devam ettiği vurgulanmıştır. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında; haberin içeriğinde Erdoğan'ın ifadelerinin etken bir yapıda aktarıldığı görülmektedir. Haber retoriğine bakıldığında; sosyal medyada paylaşılan görselin habere aktararak, inandırıcılığı artırmayı hedefledikleri dikkat çekmektedir. *"Akşener'den tepki"* alt başlığıyla detaylandırılan haberin devamında; Akşener'in Erdoğan'ın tweet'ine sert tepki gösterdiği belirtilmiş, Akşener'in tepkili söylemleri doğrudan habere aktarılmıştır.

Aynı sayfadaki bir başka haberde; *"AKP'de büyük endişe"* başlığına yer verilmiştir. Üst başlıkta ve spotta ise Reuters referans gösterilmiş, Reuters'in haberine göre; AKP'nin oyunun yüzde 36.8-38 arasına gerilediği, MHP'nin ise yüzde 10.5-11 arasında olduğu belirtilmiştir. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; gazetenin, iktidar partisini ve Cumhuriyet İttifakı'nı olumsuz bir yapıda sunmak üzere haberini yapılandığı görülmektedir. Şematik yapıda durum analizi yapıldığında; ana olayın, Reuters haber kaynağı olarak gösterilerek sunulduğu dikkat çekmektedir. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında; etken ve edilgen ifadelerin birlikte kullanıldığı görülmektedir. Haber retoriğine bakıldığında; anket sonuçlarının kanıt olarak sunulması, inandırıcılığın artırılmaya çalışıldığı görülmektedir.

4.6.3. STAR GAZETESİ'NİN HABER SÖYLEMİ

Star Gazetesi'nin 26.02.2019 tarihli sayısının ilk sayfasında; *"31 Mart'ta cevabı alacaksınız"* başlıklı haber yer almaktadır. Makro açıdan tematik olarak değerlendirildiğinde başlığa ek olarak; Başkan Erdoğan'ın HDP'ye sert tepki gösterdiği ifade edilen haber spotuna yer verilmiştir. Ayrıca kırmızı bir alt başlık

olarak da; *“Kürdistan diye bir bölge yok”* ifadesi kullanılmıştır. Bu haber söylemleriyle gazetenin Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın söylemlerini ön plana çıkararak ve onaylayan bir yapıda olduğu görülmektedir. Şematik çözümleme yapıldığında haberin içeriğinin; *“Ahlaksıza bak yaa... Size bu ülkeyi böldürtmeyiz...”* şeklinde Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın söylemlerinin doğrudan habere aktarılmasıyla oluşturulduğu ve onaylayıcı bir yapıda sunulmaya devam edildiği görülmektedir. Erdoğan’ın Yozgat mitingine ait bir fotoğrafa da yer verilerek, retoriksel anlamda söylemin güçlenmesine katkıda bulunulmuştur.

Aynı tarihli gazetenin 11. sayfasına bakıldığında bu kez sayfanın tamamının Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın mitinglerinden onaylayıcı söylemlerle yapılandırılan haberlerden oluşturulduğu görülmektedir. Makro açıdan tematik olarak incelendiğinde; ilk olarak, *“Başkan Erdoğan’dan terör destekçisi partiye net mesaj”* üst başlıklı ve *“Devletin paraları Kandil’e giderse kayyum atarız”* başlıklı haber yer almaktadır. Gazetenin ilk söylemi kendi yorumuyla oluşturduğu, devamını ise Erdoğan’ın söyleminin direkt olarak başlığa aktarılmasıyla oluşturulduğu dikkat çekmektedir. Bu yönüyle gazetenin ideolojik açıdan karşıtlığı ve yakınlığı açıkça ortaya çıkmaktadır. Şematik açıdan ana olayın sunumu, Erdoğan’ın HDP’ye yönelik eleştirilerinden, yaptıkları yatırımlardan, geleceğe yönelik vaatlerinden oluşturulmuştur. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında; büyük oranda Erdoğan’ın söylemlerinin direkt olarak habere aktarılmasıyla yapılandırıldığı görülmektedir. Aynı sayfada dikkat çeken; *“Tüm oyunları bozmak için oylarınızı istiyoruz”* başlıklı diğer haberde, Erdoğan’ın birlik olmaya vurgu yaptığı ve gelecekle ilgili vaatlerinin öne çıkarılarak, halktan istediği destek vurgulanmıştır.

Star Gazetesi’nin 27.02.2019 tarihli sayısının ilk sayfasında kırmızı renkle yazılmış; *“İşte Saadet-HDP ittifakının perde arkası”* üst başlıklı ve *“Çekilme değil kucaklaşma”* başlıklı haber yer almaktadır. Makro açıdan tematik yapı incelendiğinde; bu başlıklarla Saadet Partisi’nin HDP ile gizli bir anlaşma içerisinde olduğu yönünde bir algı yaratılmıştır. Haberin spotunda yer alan; *“Saadet Partisi’nin, terör örgütü uzantısı HDP ile ortaklığının PKK elebaşı Abdullah Öcalan’ın talimatıyla oluşturulan Demokratik İslam Kongresi’nin 22 Şubat’ta Şanlıurfa’daki toplantısında kurulduğu ortaya çıktı”* şeklindeki ifadelerle Saadet Partisi’ne yönelik bir iddiaya yer verildiği görülmektedir. Mikro açıdan sentaktik çözümleme yapıldığında; cümle yapılarının edilgen olduğu ve bölgesel uyum açısından referans göstermeye gerek duyulmadığı görülmektedir. Retorik açıdan aralarında Saadet Partisi üyesinin de yer aldığı bir fotoğraf paylaşarak kanıt olarak sunulduğu görülmektedir. Şematik yapıda bakıldığında ise bağlam bilgisi olarak; HDP’li vekil Kaya ve SP’li Bilgiç’in sunum yaptığı panelden üç gün sonra HDP’nin Şanlıurfa’da adaylarını SP lehine geri çektiği ifade edilerek ana olayın sunulduğu görülmektedir. Bu durum ise gazete tarafından; *“kirli tezgâh”* olarak nitelendirilmiştir. Gazete HDP’ye karşı duruşunu net bir şekilde ortaya koymuş, SP’yi de onlarla birlikte olduğu iddiasıyla açıkça eleştirmiştir.

Aynı sayfada seçimle ilgili bir başka haberde ise; *“CHP terör örgütünün piyonu oldu”* başlıklı haber dikkat çekmektedir. Makro açıdan tematik inceleme yapıldığında; genel olarak Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın söylemlerinin aktarılmasıyla haberin yapılandırıldığı görülmektedir. Haberin spotunda; *“Başkan Erdoğan, CHP’nin beceriksiz ve darbesever muhalefetinin 21. yüzyıl Türkiye’sine yakışmadığını söyledi”* ifadeleri kullanılmıştır. Muhalefetin eleştirildiği bir yaklaşımın merkeze alındığı haberde şematik açıdan ana olayın sunumunda da aynı yaklaşıma devam edilmiştir. Erdoğan’ın mitinglerinde, Kılıçdaroğlu’ndan alacağı tazminatı Mehmetçik Vakfı’na bağışlayacağını ifade eden söylemi de edilgen bir yapıda habere aktarılmıştır. Bu yönüyle ve retorik olarak Erdoğan’ın miting meydanından bir fotoğrafının habere eklenmesiyle söylem güçlendirilmiştir.

Gazetenin 10. sayfasında Saadet Partisi’nin eleştirildiği haberin detaylarına yer verilerek yeniden üretildiği görülmektedir. *“Saadeti PKK’da buldu”* şeklindeki manidar bir söylemle haber başlığının yapılandırıldığı dikkat çekmektedir. Makro açıdan tematik çözümleme yapıldığında; başlık, üst başlık ve haber spotunda SP’nin bir açığı ortaya çıkarılmış olarak haberin sunulduğu görülmektedir. Spotta yer alan; *“SP-HDP ittifakının perde arkası Apo’nun konferansında ortaya çıktı”* ifadesinin, gazetenin kendi söylemiyle oluşturulduğu görülmektedir. Gazete bu yönüyle ideolojik duruşunu net olarak ortaya koymaktadır. Şematik açıdan ana olayın sunumunda, gazete kendi söylemiyle haberi yapılandırmaya devam etmektedir. Haber retoriği açısından Demokratik İslam Kongresi’nin afişine, ilgili bilgilere ve fotoğrafa yer verilerek, haberde inandırıcılık artırılmaya çalışılmıştır.

Aynı sayfadaki bir başka haberde; *“CHP’de kılıçlar 1 Nisan’a bileniyor”* başlığına yer verilmiştir. Makro açıdan tematik yapı çözümlendiğinde başlıkla beraber, haberin girişinde; *“Diktatör Kılıçdaroğlu’nun aday seçimindeki ‘tek adam’ tutumu CHP’yi karıştırdı. Parti içindeki ve dışındaki muhalifler yerel seçimlerin ardından Kılıçdaroğlu’na karşı kazan kaldıracak...”* şeklindeki ifadelerin gazetenin kendi söylemiyle üretildiği ve böylece de muhalefet karşıtı ideolojik duruşunu net olarak ortaya koyduğu görülmektedir. Ayrıca, *“Parti içi soykırım”* şeklindeki alt başlıkla söylem güçlendirilmiştir. Şematik çözümleme yapıldığında; haberin sunumunun yine gazetenin kendi söylemleri üzerinden yapılandırıldığı görülmektedir. Mikro açıdan sentaktik çözümleme yapıldığında; herhangi bir siyasinin söylemine yer verilmediği, bölgesel uyum ve retoriksel açıdan kanıt sunulmadığı, herhangi bir nedensel ya da referansal ilişki kurulmadığı görülmektedir.

Star Gazetesi’nin 28.02.2019 tarihli sayısının ilk sayfasında; *“Biz tökezlersek bayram ederler”* başlıklı haber yer almaktadır. Haberin spotunda; *“Başkan Erdoğan Doğu ve Güneydoğu’nun kanaat önderlerini ağırladı...”* ifadesi kullanılmıştır. *“31 Mart’tan zaferle çıkmalıyız”* alt başlığına da yer verilen haberin makro açıdan tematik çözümlemesi yapıldığında; iktidar partisi ve Cumhurbaşkanı ile ilgili olumlandırıcı nitelikte bir haber olduğu görülmektedir. Şematik açıdan haberin

içeriğine bakıldığında; Erdoğan'ın, ülkenin birlik ve beraberliğine yönelik oyunlar oynandığını vurguladığı söyleminin doğrudan habere aktarıldığı görülmektedir. Mikro açıdan sentaktik çözümleme yapıldığında; genel olarak etken ifadeler yer verildiği, Erdoğan'ın haberde referans alınarak haberin yapılandırıldığı, retorik açıdan Erdoğan'ın kanaat önderleriyle el sıkışan fotoğrafının habere eklenmesiyle söylemin güçlendirildiği görülmektedir.

Aynı tarihli gazetenin 11. sayfasında; *"Zillet'in bir ucu Kandil bir ucu Pensilvanya'da"* başlıklı haber yer almaktadır. Haberin spotunda; *"... 'Amacı terör örgütlerinin uzantılarını belediye meclislerine ve bürokrasisine taşımaktır' dedi"* şeklinde, Erdoğan'ın söylemi direkt olarak aktarılmıştır. Makro açıdan tematik yapı incelendiğinde; haberin muhalefet partisini eleştirmek ve Millet İttifakı'nı olumsuzlandırarak sunmak üzere yapılandırıldığı görülmektedir. Haberin içeriği şematik açıdan değerlendirildiğinde; referans olarak gösterilen Erdoğan'ın söylemlerinin gazete tarafından da olumsuzlandırılarak sunulduğu görülmektedir. Bu yönüyle gazete iktidara yönelik ideolojik duruşunu açıkça ortaya koymaktadır. Mikro açıdan sentaktik yapı değerlendirildiğinde; genellikle etken ifadeler yer verildiği görülmektedir.

Star Gazetesi'nin aynı tarihli sayısının 15. sayfasında ise; *"Zeytinburnu'na yüz yıllık plan"* başlıklı haber yer almaktadır. Haberin spotu; Arısoy'un ifadelerinin direkt olarak aktarılmasıyla oluşturulmuş ve ilçeyi sadece 5 yıl için değil, gelecek yüz yıl için planladıkları belirtilmiştir. Makro açıdan tematik yapı incelendiğinde; sayfanın neredeyse tamamını kaplayan ve tamamen olumlu içeriklerle sunulan bu haberle AK Parti Belediye Başkan adayı Ömer Arısoy'un seçimle ilgili tanıtımı yapılmıştır. Şematik açıdan ana olayın sunumuna bakıldığında; Arısoy'un kim olduğunun da bilgisinin verildiği haberde, AK Parti'nin projeleri detaylı bir şekilde aktarılmıştır. Mikro açıdan sentaktik çözümleme yapıldığında; hem etken hem de edilgen ifadeler yer verildiği görülmektedir. Retorik açıdan bakıldığında; projelerle ilgili ve Arısoy'un çocuklarla çekilmiş fotoğraflarına yer verilerek söylem güçlendirilmiştir.

4.6.4. TÜRKİYE GAZETESİ'NİN HABER SÖYLEMİ

Türkiye Gazetesi'nin 26.02.2019 tarihli sayısının ilk sayfasına bakıldığında seçimle ilgili, büyük harf, kalın ve iri puntolarla yazılmış; *"Böleceğiz itirafı"* manşeti dikkat çekmektedir. Manşetin üzerine ise; *"Zillet İttifakı'ndan şer hesapları çıktı"* üst başlığına yer verildiği görülmektedir. *"Şişli'de skandal"* alt başlığına da yer verilen haber makro açıdan tematik yapı incelendiğinde; başlıklardaki ifadelerin, gazetenin kendi söylemi olduğu ve CHP ile HDP'yi eleştirmek üzere haberin merkezine alındığı görülmektedir. Şematik açıdan haberin içeriğine bakıldığında ilk olarak; *"Kılıçdaroğlu oy uğruna PKK uzantısı HDP ile yaptığı ittifak vatana ihanet yolunda tam gaz ilerliyor"* şeklinde gazetenin kendi söylemiyle ürettiği haber içeriği dikkat çekmektedir. Haberin devamında; *"HDP'nin ilçe başkanı, CHP'nin düzenlediği etkinlikte, 'Kürdistan'da kayyumun el koyduğu bütün belediyeleri geri alacağız' diyerek bölücülük yaptı"* şeklindeki ifadeye yer verilmiş, *"CHP'nin Şişli adayı Muammer Keskin, 'Türkiye tarafı, Kürdistan tarafı' diye ülkeyi*

bölen HDP'ye '31 Mart akşamı zaferi birlikte göreceğiz' deyip teşekkür etti" ifadeleriyle haber yapılandırılmıştır. Haberin içeriğinde ayrıca; *"Türk bayrağı önünde yaşanan rezalete Kılıçdaroğlu'nun partisi alkış tuttu"* şeklindeki gazetenin yorumsal söylemi de eklenmiştir. Bu yönüyle bayrak ve millet unsurları üzerinden CHP açıkça eleştirilmiştir. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında; cümlelerin etken ve edilgen yapılarda aktarıldığı, retoriksel açıdan siyasilerin kendi söylemlerinin doğrudan aktarılmasıyla inandırıcılığın artırıldığı görülmektedir. Haberde genel olarak gazetenin ideolojik duruşunun açıkça iktidardan yana olduğu görülmektedir.

Aynı tarihli gazetenin 11. sayfasında ise; *"Erdoğan net dille uyardı"* üst başlıklı ve *"Kandil'e çalışırsanız yine kayyum atarız"* başlıklı habere yer verildiği görülmektedir. Makro açıdan tematik yapı incelendiğinde; Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın söylemlerinin, haberin merkezine onaylayıcı ve olumlandırıcı bir yapıda yerleştirilerek haberin üretildiği görülmektedir. Şematik açıdan değerlendirildiğinde; haberin detaylarında Erdoğan'ın, CHP'nin adayları hakkında ardalın bilgilerine yer vererek eleştirdiği, terör örgütleriyle diğer partilerin ilişkileri hakkında söylem üretildiği görülmektedir. Retorik açıdan Erdoğan'ın miting meydanından halkı selamlarken çekilmiş bir fotoğrafına yer verildiği ve Türk bayraklı kalabalıkla birlikte güçlü bir görüntü verilmeye çalışıldığı görülmektedir.

Gazetenin 12. sayfasına gelindiğinde; *"Başkan Türel, din görevlileri ile bir araya geldi"* üst başlıklı ve *"Dünü unutmadan yarını seçelim"* başlıklı haber yer almaktadır. Makro açıdan tematik yapı incelendiğinde haberin girişinde Türel'in; *"Din görevlileri siyaset yapamaz ama hak yolunda çalışanları dua ve destekleriyle yalnız bırakmaz"* şeklindeki söyleminin etken bir yapıda habere aktarıldığı görülmektedir. Genel olarak ardalın bilgisinin üstü kapalı bir şekilde verildiği ve geçmişin kötü olduğunun ima edildiği ve AK Parti'nin icraatlarının olumlandırılarak sunulmasıyla oy istendiği bir haber içeriği oluşturulmuştur. Retorik olarak, Türel'in kalabalık bir şekilde din görevlileriyle çekilmiş bir fotoğrafına yer verilen haberde, bununla güçlü bir duruş sergilenmeye çalışılmış ve söylem güçlendirilmiştir.

Gazetenin 13. sayfasında ise; *"Kepez'de hayalleri gerçeğe dönüştürdük"* başlıklı habere yer verildiği görülmektedir. Haberin spotunda; AK Parti tarafından yeniden aday gösterilen Kepez Belediye Başkanı Tütüncü'nün *"123 proje hedef 2023"* sloganıyla projelerini tanıttığı ifade edilmiştir. Makro açıdan tematik yapı incelendiğinde; iktidar partili bir belediye başkanının başarılı çalışma hayatının öne çıkarılmaya çalışıldığı görülmektedir. Haberin içeriğinde ise bu projelerin detaylı bilgisinin aktarıldığı görülmektedir. Şematik açıdan; AK Parti'nin adayının başkanlığı sırasında yaptıkları ve hedeflerinin olumlandırıcı şekilde sunulduğu dikkat çekmektedir. Mikro açıdan sentaktik çözümleme yapıldığında; haber cümlelerinin Tütüncü'nün söylemlerinin doğrudan etken ifadelerle habere aktarıldığı, bazen de edilgen ifadelerle haber içeriğinin

yapılandırıldığı görülmektedir. Retorik açıdan üyelerle birlikte çekilen bir fotoğrafın habere eklenmesiyle bırakılmaya çalışılan güçlü imaj pekiştirilmiştir.

Türkiye Gazetesi'nin 27.02.2019 tarihli sayısına bakıldığında; *"Kılıçdaroğlu yalana doymuyor"* başlıklı haber yer almaktadır. Haberin girişinde; Cumhurbaşkanı'nın, CHP liderinin itiraflarını yüzüne vurduğu ifade edilmiştir. Makro yapıda tematik çözümleme yapıldığında; Kılıçdaroğlu'nun olumsuz bir temada sunulduğu görülmektedir. Erdoğan'ın miting alanından bir fotoğrafına yer verilen haberde, kalabalık bir görüntü ve Erdoğan'ın CHP'yi eleştiren söylemleri öne çıkartılmış, haberin detaylarına iç sayfalarda yer verilmiştir.

Aynı tarihli gazetenin 11. sayfasına gelindiğinde retorik olarak söylemin güçlendirilmesi için, Erdoğan'ın miting alanından, bayrakların, kalabalığın ve Erdoğan'ın öne çıkarıldığı büyük bir fotoğrafın üzerine, Erdoğan'ın söylemi olan; *"Kürsüde salladığı hiçbir belgenin mahkemede arkasında duramadı. Ama bir kez olsun yüzü kızarmadı, utanmadı, sıkılmadı"* ifadeleri eklenmiştir. Tematik yapı incelendiğinde ana başlık olarak ise; *"Erdoğan'dan Kılıçdaroğlu'na: Ne hallere düştün dürüst ol dürüst"* şeklindeki söylem kullanılmıştır. Şematik açıdan değerlendirildiğinde; haberin içeriğinde, Erdoğan'ın referans olarak gösterilerek, CHP'ye yönelik eleştirel söylemlerinin doğrudan aktarıldığı görülmektedir. Haberin detaylarında; Erdoğan'ın, Kılıçdaroğlu'nun çöpten yiyecek toplayan kadın yalanını ortaya çıkardığı aktarılmıştır. Ayrıca, Erdoğan'ın, terör örgütlerinin elinde piyon olmuş bir muhalefet partisinin hiç yakışmadığı ve 31 Mart'ın Türkiye'de muhalefette bir değişimin müjdecisi olacağı yönündeki ifadeleri doğrudan habere aktarılmıştır.

Türkiye Gazetesi'nin 28.02.2019 tarihli sayısına bakıldığında ilk sayfada iktidar partisi ile ilgili haber; *"Zillet İttifakı'na tepki: Yine tuzak kuruyorlar"* başlığıyla verilmiştir. Tematik açıdan bakıldığında haber spotu Erdoğan'ın söylemi olan; *"Türkiye tökezlerse düşmanlar bayram eder"* ifadesi ile yapılandırılmıştır. Şematik açıdan haberin içeriğinde mahalli seçimlerin öneminin vurgulandığı, asla bir arada bulunmayacak partilerin bir araya gelmesiyle oyunların sahnelendiği yönünde söylemleri de doğrudan habere aktarılmıştır.

Gazetenin 11. sayfasında; *"Cumhurbaşkanı Erdoğan uyardı: Biz tökezlersek bayram ederler"* başlıklı habere yer verilmiştir. Haberin spotunda; *"... Biz tökezlersek Avrupa'dan Amerika'ya kadar tüm Batı'da yükselişe geçen İslam düşmanları adeta zincirlerinden boşalmışa döner"* şeklinde Erdoğan'ın söylemi etken bir yapıda habere aktarılmıştır. Makro açıdan tematik yapı incelendiğinde; iktidar partisinin güçlü olması gerektiği, aksi söz konusu olursa, dışarıdan saldırıya açık hale gelineceği yönünde bir alt mesaj verilmiştir. Şematik açıdan ana olayın sunumunda; Erdoğan'ın Külliye'de, Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinden gelen kanaat önderleriyle bir araya geldiği, mücadelelerinde destek istedikleri yönündeki ifadelerine yer verilmiştir. Retorik açıdan söylemi güçlendirmek amacıyla, Erdoğan'ın kanaat önderleriyle el sıkışırken çekilmiş bir fotoğrafının da habere eklendiği görülmektedir.

Aynı sayfadaki diğer haberde ise; “*Binali Yıldırım’dan kadınlara müjde: 955 kreş açacağız*” başlıklı haber yer almaktadır. Haberin spotunda; İstanbul’da 300 mahallede, sıfır ila dört yaş arasında, 577 bin 370 bebeğin kreş hizmetinden faydalanacağı ifade edilmiştir. Makro açıdan tematik yapı incelendiğinde; Yıldırım’ın vaatlerinden oluşan haberin öncelikle rakamsal net bilgileri aktararak yapılandırıldığı görülmektedir. Şematik açıdan haberin içeriğinin benzer yönde bilgilerle yapılandırıldığı görülmektedir. Haberin devamında ise kadınlara yönelik vaatlere yer verildiği dikkat çekmektedir. Mikro yapıda sentaktik çözümleme yapıldığında; Yıldırım’ın söylemlerinin etken bir yapıda habere aktarıldığı görülmektedir. Retorik açıdan Yıldırım’ın bir kreşte çocuklarla çekilmiş bir fotoğrafının yer verilmesiyle söylem güçlendirilmeye çalışılmıştır.

SONUÇ

Gazetelerin haber üretimlerinde tarafsız yayın konusundaki dezenformasyon sorunsalının ve buna paralel olarak öne çıkan manipülasyon gücünün, ideolojinin hayat bulduğu haber söylemi bağlamında ele alındığı çalışmada, farklı sahiplik yapıları bulunan Milliyet, Cumhuriyet, Star ve Türkiye gazetelerinin 31 Mart 2019 Mahalli İdareler Genel Seçimleri ile ilgili haberleri, üç gün süreyle, T. A. van Dijk’in eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle analiz edilmiştir.

İlk olarak Milliyet Gazetesi’nin; seçimle ilgili haberlerini yapılandırırken, tüm siyasi partilere yer vermeye çalıştığı görülmüştür. Büyük oranda iktidar partisi ve ana muhalefet partisi ile ilgili haberlerden oluşan içeriklerde gazetenin bazen ideolojik duruşunu iktidar partisinden yana gösterirken bazen de ideolojik bilgi eksiltimine gittiği tespit edilmiştir. Cumhuriyet Gazetesi’nin ise haberlerini çok büyük oranda muhalefet partileri ile ilgili ve onaylayıcı bir tavırla yapılandığı görülmüştür. İktidar partisi ve Cumhuriyet İttifakı’na yönelik ise bazen kendi haber söylemleri üzerinden bazen de muhalefet partilerinin liderleri üzerinden eleştirel bir yapıda haber ürettiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan Star Gazetesi’nin haberlerini büyük oranda iktidar partisi ile ilgili ürettiği ve onaylayıcı bir yapıda oluşturduğu, Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın haberlerde öne çıkarıldığı ve söylemlerinin büyük oranda doğrudan haberlere aktarıldığı görülmüştür. Ayrıca büyük oranda iktidar partisinin adaylarının projelerinin öne çıkarıldığı haberlerle karşılaşmıştır. Türkiye Gazetesi’nin ise haberlerinde benzer şekilde iktidar partisini ve Cumhuriyet İttifakı’nın adaylarını öne çıkaran yapıda haber ürettiği tespit edilmiştir. Haberlerin yapılandırılmasında iktidar partisinden daima olumlu içeriklerle sunulmasına özen gösterildiği, adayların vaatlerinin ve projelerinin tanıtımının yapıldığı içerikler oluşturduğu görülmüştür. Gazetelerin ideolojik yanlılığının, partilerin isimlerinin kullanım biçimlerinde ve “Cumhurbaşkanı” veya “Başkan” ifadelerindeki tercihlerinde de kendini gösterdiği söylenebilir. Nitekim Cumhuriyet Gazetesi tüm haberlerinde iktidar partisi için “AKP” demeyi tercih etmiş, ideolojik karşıtlığını ortaya koymuştur. Diğer taraftan Star Gazetesi’nin ise tüm haberlerinde “Başkan” demeyi tercih ederek iktidar partisi ile ideolojik yanlılığını ortaya koyduğu görülmüştür.

Analiz edilen gazetelerin haber olarak ürettikleri içeriklerin farklılık gösterdiği, aynı haberi farklı içeriklerle sundukları, dolayısıyla açık veya kapalı biçimlerde ideolojik yanlılıklarının bulunduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak; gazetelerin habercilik anlayışlarında “tarafsızlık” tan bahsedilemeyeceği, hatta gazetelerin haberciliğin ötesine geçerek, birer propaganda aracına dönüştüğü gerçeğine ulaşılmıştır.

KAYNAKÇA

- Althusser L (2002) Marx İçin. Işık Ergüden (çev), İthaki Yayınları, İstanbul.
- Althusser L (2014) İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Alp Tümertekin (çev.), İthaki Yayınları, İstanbul.
- Aşkın A C (2014) Dezenformasyonun Küreselleşmesi ve Bir Örnek Olarak Batı Basınında NATO'nun Kosova Harekâtı, Yüksek Lisan Tezi, İÜ, Sos. Bil. Enst., İstanbul.
- Baudrillard J (2016) Simülarklar ve Simülasyon, Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Bektaş A (2002) Siyasal Propaganda: Tarihsel Evrimi Ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Bilgin N (2016) Sosyal Psikoloji Sözlüğü- Kavramlar, Yaklaşımlar, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- Coons C & Weber M (2014) Manipulation Theory and Practice. Oxford University Press, Oxford.
- Çakır B (2006) Medyanın Ördüğü Berlin Duvarı, Nobel Yayınları, İstanbul.
- Çakır H (2007) Gazeteciliğe Giriş, Tablet Yayınları, Konya.
- Çoban B. (2015) Söylem, İdeoloji ve Eylem: İktidar ve Muhalefet Arasındaki Mücadeleyi Çözümleme Denemesi, Söylem ve İdeoloji içinde, Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (haz), Su Yayınevi, İstanbul.
- Devran Y (2010) Haber Söylem İdeoloji, Başlık Yayın Grubu, İstanbul.
- Eagleton T (2015) İdeoloji, Muttalip Özcan (çev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Fairclough N (2015) Dil ve İdeoloji, Söylem ve İdeoloji içinde, Barış Çoban (çev), Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (haz), Su Yayınevi, İstanbul.
- Fiske J (2015) İletişim Çalışmalarına Giriş, Süleyman İrvan (çev), Pharmakon Yayınevi, Ankara.
- Grossberg L (1984) Strategies of Marxist Cultural Interpretation, Critical Studies in Mass Communication, 1 (4), 392- 421.
- Gültekin M (2017) Algı Yönetimi ve Manipülasyon-Kanmanın ve Kandırmanın Psikolojisi, Pınar Yayınları, İstanbul.

- Hall S (2014) İdeoloji ve İletişim Kuramı, Medya Kültür Siyaset içinde, Süleyman İrvan (der), Ahmet Gürata (çev), Pharmakon Yayınevi, Ankara.
- Hartley J (2002) Communication, Cultural and Media Studies, Routledge, London.
- Herman E S ve Chomsky N (1999) Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir, Minerva Yayınları, İstanbul.
- Hirst P (2009) Okuma Alegorileri. Mustafa Zeki Çıraklı (çev), Paradigma Yayınları, İstanbul.
- Marx K ve Engels F (2013) Alman İdeolojisi, Olcay Geridönmez ve Tonguç Ok (çev), Evrensel Yayıncılık, İstanbul.
- Matheson D (2005) Media Discourse: Analysing Media Text, Open University Press, Berkshire.
- Purvis T ve Hunt A (2014) Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji, Söylem, İdeoloji. Simten Coşar (çev), Moment Dergi, 1(1): 9- 36.
- Sciller H (1993) Zihin Yönlendirenler, Cevdet Cerit (çev), Pınar Yayınları, İstanbul.
- Sholle D J (1999) Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar/ Bilgiye, Mehmet Küçük (der ve çev), Medya İktidar İdeoloji içinde, Ark Yayınları, Ankara.
- Shoemaker P ve Reese S D (2014) İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi, Medya Kültür Siyaset içinde, Süleyman İrvan (der), Pharmakon Yayınevi, Ankara.
- Turan C (2015) Açıklığın Yanılsaması: Dezenformasyon Çağımızın Kitle İmha Silahı mı?, Akademik Bilişim Konferansı, Yayın No:4286280.
- van Dijk A T (2006) DiscourseandManipulation, DiscourseandSociety, 17 (3), s. 259- 383.
- van Dijk T A (1988) News as Discourse, Lawrence Earlbaum Associates, New Jersey.
- van Dijk T A (1995) Discourse Semanticsand Ideology, Discourseand Society, 6 (2), s. 243- 289.
- van Dijk T A (1998) Opinionand Ideologies in the Press, Approaches to Media Discourse içinde, Allan Bell ve Peter Garret (der), Blackwell Publishers, Oxford.
- van Dijk T A (2005) Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları, Mehmet Küçük (der ve çev), Medya, İktidar, İdeoloji içinde, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara.
- van Dijk T A (2010) Söylem ve İktidar, Pınar Uygun (çev), Nefret Suçları ve Nefret Söylemi içinde, HDV Yayınları, İstanbul.

Voloşinov V N (2001) Marksizm ve Dil Felsefesi, Mehmet Küçük (çev), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Wardle C ve Derakhshan H (2017) Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking, Council of Europe Report DGI 09.

Williams R (1990) Marksizm ve Edebiyat, E. Tarım (çev), Adam Yayınları, İstanbul.

<http://sozluk.gov.tr/> (Erişim tarihi: 02.06.2019).

Milliyet Gazetesi- (26-27-28.02.2019 tarihli sayıları)

Cumhuriyet Gazetesi- (26-27-28.02.2019 tarihli sayıları)

Star Gazetesi- (26-27-28.02.2019 tarihli sayıları)

Türkiye Gazetesi- (26-27-28.02.2019 tarihli sayıları)