

Doi: 10.30520/tjsosci.1137433

Milli Bayramlarda Mustafa Kemal Atatürk'ün Haberleştirilme Biçimleri: Gazetelerin Birinci Sayfaları Üzerinden Bir Analiz

News Formats of Mustafa Kemal Atatürk on National Holidays: Analysis on the First Pages of Newspapers

Göksel Basmacı*

Öz

Gazetelerin birinci sayfaları yayınların vitrini olduğu için toplum üzerinde etkilidir. Bu yönüyle halkın gündemin belirlenmesinde belirleyici olan ilk sayfalar gazeteler için kritik öneme sahiptir. Bu noktada gazetenin ideolojisi ve iktidarla ilişkileri, öne çıkarılacak haberlerdeki temel etkenler olarak dikkat çekmektedir. Söz konusu yapı nedeniyle bazı haberler gündemde daha fazla kalırken kimi konular ve kişiler ise daha az bir oranda haberleştirilmekte ve gündemde tutulmaktadır. Bu perspektiften hareketle çalışmada, Mustafa Kemal Atatürk ile ilgili haberlerin gazetelerin birinci sayfasında milli bayramlarda nasıl ve ne oranda haberleştirildiği incelenmiştir. Farklı ideolojilere sahip olan; *BirGün, Cumhuriyet, Evrensel, Hürriyet, Karar, Milli Gazete, Milliyet, Posta, Sabah, Sözcü, Türkgün, Türkiye, Yeni Akit, Yeni Şafak* ve *Yeniçağ* isimli gazetelerin örneklem seçildiği araştırmada Atatürk ile ilgili haberlerin bayramlarda nasıl şekillendiğini saptamak hedeflenmiştir. 2021 yılındaki sayıların incelenmesiyle sınırlandırılan çalışma, ele alınan ulusal gazetelerin milli bayramlardaki yaklaşımını saptaması nedeniyle önemlidir. İçerik analizi yönteminin kullanıldığı araştırmada gazetelerin çeşitli konularda ve biçimlerde toplam 125 içerik yayımladıkları ve bu bağlamda milli bayramlarda Atatürk'e geniş bir yer verdikleri görülmüştür. Atatürk ile ilgili 45 fotoğraf aktaran gazetelerin 39 haberi ise sürmanşetten sundukları tespit edilmiştir. Öte yandan incelenen gazetelerin sahiplik yapılarının, siyasi ilişkilerinin ve ideolojik duruşlarının Atatürk ile ilgili içerikler üzerinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Mustafa Kemal Atatürk, Gazete, Haber, Birinci Sayfa, Milli Bayram

Abstract

The front pages of the newspapers have an impact on the society. The first pages, which are effective in determining the agenda of the public, are important for newspapers. At this point, the ideology of the newspaper and its relations with the government draw attention as the main factors in the news. Due to this structure, some news remain on the agenda more, while some events and people are reported and kept on the agenda to a lesser extent. In this research, it was examined how the news about Mustafa Kemal Atatürk was reported on the first page of the newspapers on national holidays. The newspapers; *BirGün, Cumhuriyet, Evrensel, Hürriyet, Karar, Milli Gazete, Milliyet, Posta, Sabah, Sözcü, Türkgün, Türkiye, Yeni Akit, Yeni Şafak, Yeniçağ* were examined. In the research, it is aimed to reveal how the news about Atatürk is shaped on national holidays. The study was limited by examining the issues published in 2021. This aspect is important because it determines the approach of national newspapers on national holidays. Content analysis method was used in the study. In the research, it was seen that the newspapers published a total of 125 content in various locations and formats, and in this respect, they allotted a large place to Atatürk on national holidays. Newspapers included 45 photographs about Atatürk. In addition, they reported 39 news from the subhead. On the other hand, it was concluded that the ownership structures, political relations, ideological stances of the examined newspapers were effective on the contents of Atatürk.

Keywords: Mustafa Kemal Atatürk, Newspaper, News, Front Page, National Holidays

*Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Arel Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik, gokselbasmaci@gmail.com, ORCID: 0000-0002-4640-9819

Giriş

Gazetelerin birinci sayfasındaki içerikler toplumun olaylara bakış açılarının şekillenmesi üzerinde oldukça etkilidir. Bu nedenle ilk sayfadaki haberler titizlikle seçilmekte ve önem sırasına göre tasarlanmaktadır. Söz konusu kurgusal işleyişte basın kurumlarının yapıları, siyasi ilişkileri ve ideolojik tutumları gibi hususlar etkili olmaktadır. Gazetede içerik kapsamını ve konumunu etkileyen unsurlar habere verilen önemi de göstermektedir. Öyle ki bir olayın gündemde kalış süresi üzerinde belirleyici olan işleyiş içinde kimi gelişmeler kamuoyuna önemli bir çerçevede sunulurken bazı kişiler ve olaylar önemsiz bir kapsamda aktarılmaktadır.

Bu araştırmada Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu olan Mustafa Kemal Atatürk ile ilgili haberler söz konusu çerçevede ele alınmış ve milli bayramlardaki haberlerde Atatürk'ün nasıl ve ne oranda aktarıldığı incelenmiştir. 23 Nisan Ulusal Egemenlik Çocuk Bayramı, 19 Mayıs Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı, 30 Ağustos Zafer Bayramı ve 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı günlerinde Atatürk'le ilgili haberlerin incelendiği araştırmada örneklem olarak; *BirGün, Cumhuriyet, Evrensel, Hürriyet, Karar, Milli Gazete, Milliyet, Posta, Sabah, Sözcü, Türkgün, Türkiye, Yeni Akit, Yeni Şafak, Yeniçağ* adlı gazeteler ele alınmıştır. Yayınlar, 2021 yılındaki sayılarının incelenmesi üzerinden sınırlandırılmıştır. Araştırmada Atatürk ile ilgili içeriklerin milli bayramlarda nasıl şekillendiğini saptamak hedeflenmiştir. Farklı ideolojilerdeki ulusal gazetelerin milli bayramlarda Atatürk'e karşı yaklaşımını göstermesi sebebiyle önemli olan çalışmada yöntem olarak ise içerik analizi kullanılmıştır. Bu yönde kurgulanan çalışmada ilk olarak, basının gündem belirlemedeki rolüne değinilmiştir. Daha sonrasında ideoloji ve haber ilişkisi ele alınmış ve son olarak elde edilen bulgular beş farklı tablo üzerinden analiz edilmiştir.

Basın ve Gündem Arasındaki İlişkinin İrdelenmesi

Basında yayınlanan haberler bireylerin bakış açılarının şekillenmesinde ve toplumdaki gündemin belirlenmesinde oldukça etkilidir. Bu nedenle bir konuyla ilgili oluşturulmak istenen tutum için kitle iletişim araçları işlevsel bir aygıt olarak görülmektedir. İktidarın gücünün açıkça hissedildiği alanların başında gelen gazetelerdeki haberler üzerinden bazı ideolojiler meşrulaştırılırken bazı fikirler ise değersizleştirilmektedir. Yapay bir gerçeklik çerçevesinde gündemi oluşturan ve halkı manipüle eden basın, halkın alacağı kararlarda etkili olmaktadır. Bu bağlamda söz konusu süreci çözümlenmek adına çeşitli yaklaşımlar ortaya atılmıştır.

İletişim çalışmaları içinde önemli bir yere sahip olan gündem belirleme kuramı, Cohen'in (1963: 13); basın bireylere ne düşüneceği konusunda genellikle başarılı olmasa da halkın ne hakkında düşünmeleri gerektiğini söylemede etkilidir fikri üzerine temellendirilmiştir. Basının gündem kurmadaki etkisine işaret eden Cohen, yurttaşların düşüneceği ve birlikte tartışacağı konuların basın tarafından belirlendiğine ve söz konusu alanda yönlendirici çerçevenin olduğuna dikkat çekmektedir. Öyle ki günümüzde gazeteler üzerinden yayılan içeriklerle gündem oluşturulurken halk sunulan çerçeve içinde olayı değerlendirmektedir. Kitle iletişim araçlarının her alanında var olan bu işleyişte gerçekler olayı kurgulayanların değerleri etrafında şekillenmektedir.

Mutlu'ya (1995: 148) göre, gündem belirleme teorisinde basın tarafından öne çıkarılan ve ağırlık verilen haberlerin kamu tarafından daha önemli görüleceği, geri planda tutulan bilgilerin değersizleşeceği düşüncesi hâkimdir. Söz konusu işleyişin çıktısı olarak basının elindeki güce istinaden çeşitli düşünce ve davranış kalıpları oluşturduğu gerçeği göz ardı edilmemelidir (Setyarahajoe, 2012: 678).

Öyle ki yurttaşlar konuyla ilgili eylemde bulunurken ve görüşlerini paylaşırken basındaki içeriklerden etkilenmektedir. Bu nedenle kitle iletişim araçlarının sunmuş olduğu bakış açıları belirleyici olmaktadır (Atabek & Uztuğ, 1988: 99). Gündem oluşturmayla birlikte bireylerin tutumları ve davranışları üzerinde yönlendirici bir role sahip olan basın, dikkat çektiği konunun önemli görülmesi üzerinde başarılıdır. Severin & Tankard'a (1992: 208) göre, basında öne çıkarılan konuların gündemde kalma süresi daha fazla olurken, üzeri örtülen ya da görmezden gelinen gelişmeler kısa bir zaman içinde önemini yitirmektedir.

Söz konusu çerçevede gündemi oluşturan basın dilediği konu hakkında olumlu-olumsuz bir algı oluşturmada etkilidir. Haberi verdiği yer, içerikteki detaylar, görseller üzerinden gündemin şekillenmesinde önemli rol oynayan basın kurumları, ciddi bir konuyu sıradan gösterebilirken basit bir içeriği önemli olarak aktarıp gündemi kurgulayabilir. Bu noktada çeşitli güç odaklarıyla ortaklaşa hareket eden basın, manipülatif bir düzlemde kendisini var etmekte ve sürdürmektedir.

Halkın beklentilerinden çok siyasi ve maddi çıkarlar etrafında biçimlendirilen gündem, iktidar araçlarına sahip olan egemen otoriteler tarafından şekillendirilmektedir. Bireylerin taleplerinin geri planda tutulduğu sistemde yapay bir gündem üzerinden toplumun dikkati başka alana çekilmekte ve düşünecekleri konular belirlenmektedir (Güngör, 2020: 121). Basındaki kişisel ve kurumsal unsurlar haberlerin içeriğinin şekillenmesinde ve iletilerin nasıl temsil edileceğinde etkili olmaktadır. Bu noktada basının editöryal özellikleri, haber kaynaklarıyla bağlantıları, yayınların ideolojik yapıları gündemin biçimlendirilmesindeki ana hususlar olarak dikkat çekmektedir (İrvan, 2001: 74).

Görüldüğü üzere basının işleyişi ve ideoloji arasında yakın ilişki bulunmaktadır. İktidarın gücünü ve baskısını hissettirdiği alanların başında gelen basın kurumları, içeriklerle bir gelişmenin önemszenmesinde ya da görmezden gelinmesinde önemli bir role sahiptir. Söz konusu işleyişe istinaden ideoloji ve haber arasındaki bağın irdelenmesi önemlidir.

İdeoloji ve Haber İlişkisi

Haberlerin içeriğinin araştırılmasında, şekillenmesinde ve dolaşıma sokulmasında etkili olan ideoloji bireylerin ve kurumların bakış açılarının biçimlenmesinde temel bir role sahiptir. Öyle ki haberler üzerinden yapay bir gerçeklik ortaya koyan basın çeşitli değerler üzerinden yayınlarını sergilemektedirler. Bu noktada kurumun ilkeleri, güç ilişkileri ve sahiplik yapısı temel belirleyiciler olarak dikkat çekmektedir.

Hâkimiyet ve iktidar kavramlarının ayrılamaz bir parçası olan ideoloji egemenlerin çıkarı üzerine kuruludur. Günlük yaşam pratiklerinden toplumsal hayatın en önemli konularına kadar geniş bir alana hâkim olan ideoloji, iktidar güçlerince kullanılan ve kabul ettirilen bir fikir olarak görülebilir (Bauman, 2015: 22). Günlük yaşam pratikleri içinde egemen zümre tarafından kullanılan ideolojinin işleyişiyle sıradan birey farklılıkları göremezken, çeşitli gelişmelere karşı bir rıza eğilimi göstermektedir (Freeden, 2003: 12-14).

Gramsci (1986: 75) bu durumu, elit bir grubun kitleler üzerinde hâkim olma, hegemonya kurma fikri üzerinden değerlendirmektedir. Kültür, siyaset ve ideoloji kavramıyla iç içe olan hegemonya, hâkim zümrenin toplumdaki yönlendirici gücüne dikkat çekmektedir. Günlük yaşamdaki eşitsizlikleri, sorgulayıcı fikirleri ve eylemleri törpüleyen hegemonya, egemenlerin gücünü arttırdığı ve manipüle ettiği görüşüne dayanmaktadır.

Devletin çeşitli aygıtları tarafından dayatılan işleyişte hükümet, polis, ordu, mahkeme ve diğer baskı grupları yer almaktadır. Söz konusu aygıtlar kamu alanındadırlar ve bu alan üzerinde kapsayıcı bir etkiyi elinde bulundurmaktadırlar. Öte yandan ideolojik aygıtlar özel alanlarda da

hâkimdirler. Bu yöndeki en güçlü kurum olarak okul öne çıkmaktadır. Bir dönem hâkim olan din-aile yapısının yerine okul-aile birlikteliği geçmiştir. Kapitalist sistemdeki sömürü üretimini sağlayan yapının yanındaki bir diğer aygıt ise basındır. Kitle iletişim araçları üzerinden birtakım değerler günlük olarak aktarılırken, çeşitli söylemler ve değerler öne çıkarılmaktadır (Althusser, 2014: 51-61).

Söylem iktidarın gücünü devam ettirmesinde temel role sahiptir. Kendi söylemini yaratan iktidarlar bilginin kontrolünü elinde tutmakta ve bilgiyi yeniden üretmektedir. Bu nedenle bilginin oluşturulması ve dolaşıma sokulması iktidardan soyutlanamaz. Nitekim iktidarın aygıtları da her alanda etkili olmaktadır (Williams, 1999: 94-97). Bu noktada Eagleton (2009: 61), söylemin maddi gerçekliğinin olduğuna dikkat çekmektedir. Bu nedenle dilin egemen güçlerin aracı olduğuna, söylemlerin siyasal, ideolojik bağlamda kurgulandığına vurgu yapmaktadır.

van Dijk'e (1999: 337) göre, söz konusu işleyişin üreticileri ve araçları olan simgesel seçkinler öneme sahiptir. Söylemin içeriksel ve biçimsel olarak şekillendirilmesindeki rolleri nedeniyle kamudaki gündemin yönüne karar veren yazarlar, gazeteciler, sanatçılar ve bilim insanları bilginin, değerlerin, kuralların ve ideolojilerin yaratılmasında temel bir işleve sahiptirler.

Oskay'a (1980: 223) göre, hegemonik ideoloji için aydın zümrenin durumları açıklaması ve toplumun büyük bir bölümü tarafından kabul görmesini sağlaması gerekir. Egemen olan otoritenin biçimlerine uygun çerçevede idare etmek ve yurttaşlara bu durumu normal bir sistem olarak özümsetmeleri de şarttır. Aynı zamanda halkın uyumunun ve işleyişinin zarar görmesini engellenmek adına rıza üretiminin sağlanması da temel bir gerekliliktir.

Bu noktada ideolojilerin inşa edilmesinde ve rızanın sağlanmasında temel öğelerden olan haber, iktidarın çıkarlarına göre kurgulanırken düzeni meşrulaştırmakta manipülatif bir misyona sahiptir (Timisi & Dursun, 2004: 356). Haber gündemin sunulması gibi bir işleve sahip olsa da haberin algıların, tutumların, beklentilerin, görüşlerin şekillendirilmesinde ana bir aygıt olarak görüldüğüne şahit olunmaktadır. Öyle ki basının halkın etkilenmesi, çeşitli siyasi değerlerin vurgulanması ya da geri plana atılması, iktidarın sürdürülmesi ve fikirlerin değersizleştirilmesi gibi birtakım rollere sahip olduğunu söylemek mümkündür (Seyhan vd., 2021: 18).

Basının sahiplik yapısının etkili olduğu bir durumda tarafsızlığın güçleştiğini söylemek mümkündür. Ekonomik ve siyasi açıdan güçlü olan sınıfın yanında yer alan gazeteler değerlere aykırı olan görüşlere ilişkin içerikleri haber yapamazken, baskıcı ve manipüle edilmiş bir ortamda tarafsızlıktan uzak bir yayın ortaya koymaktadırlar (Çakmak, 2019: 1128) Haberlerin temel unsurları olan sözcüklere yansıyan bu sorunsalın altında ideolojik kaygılar ve yanlılıklar bulunmaktadır. Metinlerde yer alan kelimeler çeşitli ilkelere sahip profesyoneller tarafından hazırlanmakta ve kitlenin söz konusu ideolojik yanlılığa ortak olmaları da sağlanmaktadır (Yağlı, 2007: 360). Oskay'a (2014: 53) göre, çeşitli kişilerin çalışmalarıyla hazırlanan haber bilinç endüstrisinin endüstriyel ürünü olarak görülebilir.

Halkı bilgilendirmenin, eğlendirmenin, sosyalleştirmenin yanı sıra kitlelerin değerlerini ve davranışlarını biçimlendiren haber üretilen kurumun çıkarlarının ideolojik yansımaları olarak değerlendirilebilir. Bu noktada basının siyasi ve maddi kaygılarına göre hazırlanan içeriklerin kurgusal bir çerçeveye sahip olduklarını söylemek mümkündür.

Öte yandan basından yayılan haberler önem sırasına göre bir akışa da sahip olmakta ve belirli bir düzen içinde kitlelere aktarılmaktadır. Kamu adına karar veren basın kurumları neyin önemli-önemsiz olduğunu belirlerken, çeşitli değerlere göre hareket etmektedir. Bu çerçevede konuyu birinci sayfadan, bol fotoğrafla, iri puntolarla aktararak, çeşitli olaylar arasında önemli

gelişmenin ne olduğuna dikkat çekmektedir. Gündemdeki konular içinde bir eleme yapan basın, hangi olayın öne çıkarılacağı ve geri planda tutulacağı konusunda temel role sahiptir (Dingil, 2019: 1086).

Bu noktada olayların kamu nezdinde ne kadar önemli olduğu manşetten verilmesiyle ilgili bir durum olarak da değerlendirilebilir. Öyle ki manşetler toplumun bir konuya dikkatinin çekilmesinde önemlidir. Diğer haberlere ve başlıklara göre daha geniş bir alanda tutulan manşet, olaylara gösterilen değeri de ortaya koymaktadır (Yıldız, 2012: 32). Gazetenin isminin bulunduğu logonun altında ve birinci sayfada yer alan manşet, bu çerçevede en önemli haber olarak sunulmaktadır (Yüksel & Gürcan, 2001: 37).

Halkın dikkatini belli bir yöne çekmek ya da uzaklaştırmak için önemli bir gösterge olan manşet, gündemin kurgulanmasında ve kamuoyunun ne hakkında konuşması gerektiğinin belirlenmesinde en önemli iletiler olarak görülebilir. Bununla birlikte gazete logosunun üzerindeki sürmanşet ve olayla ilgili kullanılan görseller de dikkate değer içerikler olarak değerlendirilebilir. Gündemin şekillenmesinde etkili olan söz konusu yapılar üzerinden ideolojik metinler ortaya konulmakta ve gelişmeler kurumların gerçekliği çerçevesinde kitlelere aktarılmaktadır. Bu yönüyle bir içeriğin konumu ve kapsamı haberdeki kişiye ve olaya ilişkin alt anlamların okunmasında son derece önemlidir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada milli bayramlarda Mustafa Kemal Atatürk ile ilgili haberlerin gazetelerin ilk sayfalarına yansıtılma biçimleri incelenmiştir. Haberlerde Atatürk ile ilgili haberlerin ne oranda ve nasıl verildiğine odaklanılmış ve yayınların ideolojik yapılarının etkili olup olmadığı sorgulanmıştır. 2021 yılında yayımlanan 15 farklı ulusal gazetenin incelenmesi üzerinden sınırlandırılan araştırmanın örneklemini ise *BirGün, Cumhuriyet, Evrensel, Hürriyet, Karar, Milli Gazete, Milliyet, Posta, Sabah, Sözcü, TürkGün, Türkiye, Yeni Akit, Yeni Şafak, Yeniçağ* gazeteleri oluşturmaktadır. Bu yönde tasarlanan araştırmanın amacı, gazetelerin milli bayramlarda Atatürk'ü nasıl haberleştirdiğini saptamaktır. Çalışmanın araştırma soruları şu şekildedir:

- Milli bayramlarda Mustafa Kemal Atatürk ile ilgili haberler gazetelerin hangi konumunda ve nasıl verilmektedir?
- Milli bayramlarda Mustafa Kemal Atatürk ile ilgili haberlerde gazetelerin ideolojik yapıları etkili midir?

Bu çerçevede kurgulanan çalışmada, içerik analizi yöntemi kullanılmış ve elde edilen bulgularla birlikte beş tablo üzerinden inceleme yapılmıştır. İncelenen enformasyonların gizli içeriklerinin saptanmasının hedeflendiği içerik analizinde aşamalar bulunmaktadır. Buna göre ilk olarak çalışmanın amacı belirlenirken, ardından örneklem seçilmektedir. Daha sonrasında bir sınıflandırma yapılırken, son olarak ise nicel bulguların analizinin ve yorumlanmasının yapılması gerekmektedir (Bilgin, 2014: 11). Söz konusu yöntemdeki verilerin belirli bir hedef çerçevesinde toplanması, kategorilere göre sınıflandırılması ve bulguların özetlenip çalışmanın amaçları üzerinden irdelenmesi esastır (Başfıncı, 2008: 53). Bu yönüyle yöntemi yalın haliyle, içerikteki değişkenlerin sistem dâhilinde objektif ve nicel şekilde ölçülmesi olarak tanımlamak mümkündür (Wimmer & Dominick, 2000: 135-136). Örneklerdeki vurguları saptayıp, verilerdeki anlamın yorumlanması içerik analizindeki birincil amaç olarak dikkat çekmektedir (Bal, 2013: 181).

Araştırmanın Bulguları

Çalışmada beş tablo üzerinden analiz yapılmıştır. Buna göre; Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı, Atatürk'ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı, Zafer Bayramı ve Cumhuriyet Bayramı günlerinde Atatürk'le ilgili haberler incelenmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 1. Atatürk'le İlgili İçeriklerin Toplamı

| İçerik | Toplam |
|---------------|------------|
| Manşet | 24 |
| Sürmanşet | 39 |
| Tam Sayfa | 6 |
| Diğer | 11 |
| Fotoğraf | 45 |
| Toplam | 125 |

Tablo 1'deki bulgulara göre, gazeteler ilk sayfalarında en fazla 45 içerikle fotoğrafa yer vermişlerdir. Milli bayramlarda Atatürk'e ilişkin görselleri ön plana çıkaran gazeteler 39 haberi ise sürmanşetten okuyuculara aktarmıştır. Gazeteler 24 haberi manşetten verirken 11 haberi diğer konulardan, altı haberi ise tam sayfa olarak sunmuştur. Dört bayramın toplamında 125 içerik ortaya koyan gazetelerin milli bayramlarda Atatürk'e geniş bir yer ayırdığını söylemek mümkündür. Öte yandan ele alınan gazetelerin çeşitli kapsamlarda hareket ettikleri görülmüş ve haberlerde farklı değerleri esas aldıkları da saptanmıştır. Bu noktada gazetelerin bayramlar özelinde irdelenmesi durumu açıkça ortaya koyacaktır.

Tablo 2. Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'ndaki Atatürk'le İlgili İçerikler

| Gazeteler | Manşet | Sürmanşet | Tam Sayfa | Diğer | Fotoğraf |
|---------------|----------|-----------|-----------|----------|-----------|
| BirGün | | X | | | X |
| Cumhuriyet | X | | | | X |
| Evrensel | X | | | | |
| Hürriyet | X | X | | | X |
| Karar | | X | | | X |
| Milli Gazete | | | | X | |
| Milliyet | | | X | | X |
| Posta | X | | | | X |
| Sabah | | X | | | X |
| Sözcü | | | X | | X |
| Türkgün | | | X | | X |
| Türkiye | | X | | | |
| Yeni Akit | | X | | | |
| Yeni Şafak | | X | | | |
| Yeni Çağ | X | | | | X |
| Toplam | 5 | 7 | 3 | 1 | 10 |

Tablo 2 üzerindeki verilere göre, Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nda Atatürk ile ilgili içeriklerde Mustafa Kemal Atatürk'e dair fotoğrafların yoğun olduğu görülmektedir. Manşetteki haber sayısının dört olduğu tespit edilirken, sürmanşetten verilen içeriklerin altı olduğu saptanmıştır. *Milliyet*, *Sözcü* ve *Türkgün* gazeteleri Atatürk'le ilgili içerikleri tam sayfa olarak verirken, *Milliyet* "Hayat bayram olsa", *Sözcü* "Ata'ya söz verdiler" ve *Türkgün* "101 yıllık gurur" manşetleriyle çıkmıştır. Diğer gazetelerde ise "Yaşa 23 Nisan, "En güzel armağan" gibi başlıklar atılmıştır. *Milli Gazete* ve *Türkiye* gazetesinde "Bugün 23 Nisan" söylemi üzerinden haberler yapılırken, söz konusu içeriklerin sınırlı çerçevede kurgulandığı saptanmıştır. Haberlerdeki görsellerde Atatürk'ün çocuklarla olan ilişkisi ön plana çıkartılmış

ve Türk bayrağı ile meclis fotoğraflarına yer verilmiştir. Gazetelerin sahip oldukları ideolojiler söz konusu haberlerdeki içeriklerin şekillenmesinde belirleyici olmuştur. Öyle ki *Yeni Akit* gazetesi 23 Nisan ile ilgili “İstanbul’un 6 milyon lirası balon oldu” başlıklı bir haberde, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu’nun milli bayramda belediyeye ait toplu ulaşım araçlarının süslenmesi için ayırdığı parayı ele almıştır. İslami bir çizgide yayın yapan *Yeni Akit*, milli bayramda gündemi İmamoğlu üzerinden kurgulamış ve bayramdaki harcamaları eleştirmiştir. *Evrensel* ise “Ne ülke bağımsız, ne çocuklar mutlu” başlıklı bir haberle bayramı ele almış ve ülkenin durumunun çocuklara etkilerini irdeleyen söylem sergilemiştir. Sosyalist bir gazete olan *Evrensel*, çocukların mutlu olmadığına ve bağımsızlıkla ilgili temel sorunlara dair eleştirel ve hak odaklı bir yayıncılık örneği ortaya koymuştur. Görüldüğü üzere gazetelerin ideolojileri içerikler üzerinde etkili olmuş ve haberlerin şekillenmesinde önemli rol oynamıştır.

Tablo 3. Atatürk’ü Anma, Gençlik ve Spor Bayramı’ndaki Atatürk’le İlgili İçerikler

| Gazeteler | Manşet | Sürmanşet | Tam Sayfa | Diğer | Fotoğraf |
|---------------|--------|-----------|-----------|-------|----------|
| BirGün | X | X | | | X |
| Cumhuriyet | X | | | | X |
| Evrensel | X | | | | |
| Hürriyet | X | X | | | X |
| Karar | | X | | | X |
| Milli Gazete | | | | X | |
| Milliyet | | X | | | X |
| Posta | X | X | | | X |
| Sabah | | X | | X | X |
| Sözcü | | | X | | X |
| Türkgün | X | X | | | X |
| Türkiye | | X | | | |
| Yeni Akit | | X | | | X |
| Yeni Şafak | | X | | | X |
| Yeni Çağ | X | | | | X |
| Toplam | 7 | 10 | 1 | 2 | 12 |

Tablo 3’teki bulgulara göre, 12 içerikle Mustafa Kemal Atatürk ile ilgili görsellerin öne çıktığı görülmektedir. Bayramı ve Atatürk’ü manşetten aktaran gazetelerin sayısı altı iken 10 gazetenin konuyu sürmanşetten verdiği saptanmıştır. Diğer kısımlarında ise iki haberin yapıldığı tespit edilmiştir. *Sözcü*, Atatürk’le ilgili tam sayfa haber yapan tek gazete olmuştur. *Cumhuriyet* “Bağımsızlık ruhu” ve *Sözcü* “Bu milletin hakkı sana helal olsun” gibi söylemlerle gündemi manşetten aktarmışlardır. Gazetelerdeki öne çıkan görsellerde Atatürk ve bayrak ağırlık kazanırken, *Yeni Şafak* gazetesinde ise Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın fotoğrafına yer verildiği görülmüştür. Öte yandan birçok gazetenin reklam olarak anmayı sürmanşetten aktardığı tespit edilmiştir. Turkcell tarafından verilen reklamda milli bayram Atatürk’ün görseliyle kutlanırken, içerik *Hürriyet*, *Milliyet*, *Posta*, *Sabah*, *Türkgün*, *Türkiye*, *Yeni Akit*, *Yeni Şafak* gazetelerinde yayınlanmıştır. Söz konusu yayınlar arasında iktidara yakın kurumlar dikkat çekerken, İslamcı gazetelerin yer alması da önemli bir göstergedir. Bu yayınlar ideolojik olarak Atatürk’le ilgili içeriklere ağırlık vermeseler de reklam olarak basın kurumlarının ekonomik bağlılıklarına açık birer örnek teşkil etmişlerdir. Öte yandan *BirGün* “Safları sıklaştıran çocuklar” ve *Evrensel* “Gençler işsiz gelecekte kaygılı” haberleriyle gençliğin sorunlarına dikkat çekmişlerdir. Gündemi farklı bir açıdan kurgulayan her iki yayının da sosyalist çizgide habercilik yapıyor olması söz konusu hak odaklı içeriklerinde etkili olmuştur. Nihayetinde gazetelerdeki ideolojik tutumlar, ekonomik çıkarlar ve iktidar ilişkileri haberler üzerinde belirleyici olmuştur.

Tablo 4. Zafer Bayramı'ndaki Atatürk'le İlgili İçerikler

| Gazeteler | Manşet | Sürmanşet | Tam Sayfa | Diğer | Fotoğraf |
|---------------|--------|-----------|-----------|-------|----------|
| BirGün | | X | | | X |
| Cumhuriyet | X | X | | | X |
| Evrensel | | | | X | |
| Hürriyet | X | X | | | X |
| Karar | | X | | | X |
| Milli Gazete | | | | X | |
| Milliyet | X | X | | | X |
| Posta | X | X | | | X |
| Sabah | | X | | | X |
| Sözcü | X | | | | X |
| Türkgün | X | X | | | X |
| Türkiye | | X | | | |
| Yeni Akit | | X | | X | X |
| Yeni Şafak | | | | X | X |
| Yeni Çağ | X | | | | X |
| Toplam | 7 | 10 | - | 4 | 11 |

Tablo 4 incelendiğinde manşetten yedi, sürmanşetten 10, diğer bölümlerden verilen haber sayısının dört olduğu görülmektedir. Haberi tam sayfadan aktaran gazete bulunmazken, gazetelerin genellikle “Büyük Zaferin 99’uncu Yıldönümü” başlığını kullandıkları tespit edilmiştir. Ancak *BirGün* gazetesinde “Emperyalizmin hüsrani” başlıklı haberde farklı bir tutum ortaya konulmuştur. Gazetedeki sosyalist kimlik nedeniyle emperyalizm karşıtı bir haberin yapıldığını söylemek mümkündür. *Cumhuriyet*, “Özgürlük Destanı, *Sözcü*; Büyük Taarruz İçin Atatürk Ne Söz Verdi?, *Türkgün*; Ya İstiklal Ya Ölüm” manşetleriyle çıkarken, yayınların büyük bölümünde laiklik ve çağdaşlık vurgusu yapılmıştır. Ayrıca Atatürk ve mücadeleyle ilgili ayrıntılara da yer verilmiştir. Aynı şekilde görsellerde de cepheyle ve Atatürk’le ilgili fotoğrafların yoğunlukta olduğu görülmüştür. Öte yandan Turkcell tarafından verilen reklamda bayram Atatürk görseli öne çıkarılarak kutlanmış ve bu içerik *Cumhuriyet*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Posta*, *Sabah*, *Türkgün*, *Türkiye*, *Yeni Akit* isimli gazetelerde yayınlanmıştır. Söz konusu gazeteler içinde *Hürriyet*, *Milliyet* ve *Posta* gibi genele hitap eden kitle gazeteleri olmakla birlikte, *Cumhuriyet* gibi ulusalcı ve Atatürkçü yayının, *Yeni Akit* gibi İslamcı bir yayının olması da dikkat çekmiştir. Söz konusu yayının ideolojik duruşu, maddi çıkarlar göz önüne bulundurulduğunda geri planda kalırken, bu durum gazeteler için ekonomik unsurların önemli olduğunu bir daha ortaya koymuştur.

Tablo 5. Cumhuriyet Bayramı'ndaki Atatürk'le İlgili İçerikler

| Gazeteler | Manşet | Sürmanşet | Tam Sayfa | Diğer | Fotoğraf |
|---------------|--------|-----------|-----------|-------|----------|
| BirGün | X | X | | | X |
| Cumhuriyet | X | X | | | X |
| Evrensel | | X | | | |
| Hürriyet | X | X | | X | X |
| Karar | | X | | | X |
| Milli Gazete | | | | X | |
| Milliyet | X | X | | | X |
| Posta | X | X | | | X |
| Sabah | | X | | X | X |
| Sözcü | | | X | | X |
| Türkgün | | | X | | X |
| Türkiye | | X | | | X |
| Yeni Akit | | X | | X | X |
| Yeni Şafak | | X | | | |
| Yeni Çağ | | X | | | X |
| Toplam | 5 | 12 | 2 | 4 | 12 |

Tablo 5'teki veriler üzerinden analiz yapıldığında, beş gazetenin manşetten, 12 gazetenin sürmanşetten, iki gazetenin tam sayfa olarak ve dört gazetenin ise diğer bölümlerde içerik ürettikleri görülmektedir. Fotoğraf kullanan gazete sayısının 12 olduğu saptanmış ve bu görsellerde Atatürk'le ilgili içeriklerin öne çıktığı tespit edilmiştir. *BirGün* "Tek adam rejimine karşı Demokratik Cumhuriyet" manşetiyle çıkarken, gazete milli bayramı güncel siyasetle ilişkilendirerek vermiştir. *Cumhuriyet*, "En büyük emanetin Cumhuriyete sahip çıkacağız" başlığıyla manşetten haber yaparken, büyük bir Atatürk fotoğrafına da yer vermiştir. *Posta* "Cumhuriyet bize Ata'dan miras asla vazgeçmeyiz" başlığıyla manşetten haber yapmış, Türk bayraklarıyla ve Atatürk'le ilgili görsellere yer vermiştir. *Sözcü* ve *Türkgün* gazeteleri ise bayramı tam sayfa ele almışlardır. "Cumhuriyet işte budur" manşetinin yanında, Atatürk'ün büyük bir görselini haber yapan *Sözcü*, başka bir habere yer vermemiştir. Önceki bayramlarda olduğu gibi Turkcell tarafından hazırlanan reklamda milli bayram, Atatürk görseliyle kutlanmış ve bu içerik *Cumhuriyet*, *Hürriyet*, *Milliyet*, *Posta*, *Sabah*, *Türkgün*, *Türkiye* ve *Yeni Akit* gazetelerinde yayınlanmıştır. Söz konusu gazeteler farklı ideolojilere sahip olsalar da maddi çıkarlarını gözeterek, basın için ekonominin ne denli önemli olduğunu somut bir biçimde ortaya koymuşlardır.

Sonuç

Ulusal gazetelerin birinci sayfalarında Atatürk ile ilgili haberlerin milli bayramlarda nasıl aktarıldığını ele alan çalışmada dört bayram üzerinden analiz yapılmıştır. Toplamda 125 içerik yayınlayan gazetelerin Mustafa Kemal Atatürk'e geniş yer ayırdıklarını söylemek mümkündür. Birinci sayfada 45 fotoğrafa yer veren yayınların, 39 haberi sürmanşetten aktardıkları saptanmıştır. Manşetten verilen haberlerin sayısı 24 iken, tam sayfa sunulan haberlerin sayısının altı olduğu görülmüştür. Öte yandan gazetelerin diğer konularda ise 11 habere yer verdikleri tespit edilmiştir. Bu noktada söz konusu bulguların üzerinde gazetelerin sahiplik yapılarının, siyasi ilişkilerinin ve ideolojik duruşlarının etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Öyle ki ulusalcı ve Atatürkçü olan *Sözcü* ve *Cumhuriyet* gazeteleri sahiplik yapıları ve ideolojileri nedeniyle içeriklere daha geniş yer ayırırken, İslami ve muhafazakâr yayınlar olan *Yeni Akit*, *Sabah*, *Yeni Şafak* ve *Türkiye* gazeteleri de yine ideolojik sebeplerden dolayı daha sınırlı bir çerçevede aktarmışlardır. *Evrensel* ve *BirGün* sosyalist gazeteler olmaları nedeniyle

milli bayramlarda çeşitli problemlere odaklanmış ve haberlerini hak odaklı bir bağlamda kurgulamışlardır. *Hürriyet*, *Milliyet* ve *Posta* gibi kitle gazeteleri ise genele hitap eden içerikler sunmuşlar ve Mustafa Kemal Atatürk'le ilgili haberleri coşkulu ve sansasyonel söylemlerle aktarmışlardır.

Birbirinden farklı ideolojilere sahip olan gazeteler, kimlikleri ve değerleri çerçevesinde temsil ortaya koyarlarken, aynı zamanda iktidar odaklarına ve maddi çıkarlarına güdümlü bağlamda hareket etmişlerdir. Öyle ki Atatürk'e ve milli bayramlara yönelik anma haberi yapmayan yayınların reklam konusunda aynı tutumu sergilemedikleri görülmüştür. Bu durum yayınların maddi hususlar söz konusu olduğunda, ideolojiyi geri plana attıklarını göstermektedir. Ancak nihayetinde, Mustafa Kemal Atatürk ile ilgili içeriklerin yapılıp yapılmamasında, görsel kullanımında, içeriklerin sayfadaki konumunda ve söylemlerde ideolojinin belirleyici bir unsur olduğu sonucuna varılmıştır.

Kaynakça

Althusser, L. (2014). *İdeoloji ve devletin ideolojik aygıtları*. (Çev. A. Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları.

Atabek, N. & Uztuğ, F. (1988). Haberlerde çerçeveleme ve öne çıkarma. *Kurgu Dergisi*, 5, 96-105.

Bal, H. (2013). *Nitel araştırma yöntemi*. Isparta: Fakülte Kitabevi.

Başfıncı, Ç. Ş. (2008). Bir pazarlama iletişim medyası olarak web ortamında içerik analizi yapmanın güçlükleri ve olası çözüm önerileri. *Yönetim*, 19(61), 52-71.

Bauman, Z. (2015). *Bireyselleşmiş toplum*. (Çev. Y. Alagon). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bilgin, N. (2014). *Sosyal bilimlerde içerik analizi teknikler ve örnek çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

BirGün. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.

Cohen, B. C. (1963). *Press and foreign policy*. Princeton: Princeton University Press.

Cumhuriyet. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.

Çakmak, F. (2019). Medyada dezenformasyon sorunsalı ve manipülasyonun gücü: İdeoloji ve söylem açısından seçim haberlerinin siyasal iletişimdeki rolü. *Selçuk İletişim*, 12(2), 1127-1154.

Dijk, T. A. (1999). Söylemin yapıları ve iktidarın yapıları. D. M. Küçük (Ed.). *Medya iktidar ideoloji*. (ss. 331-395). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Dingil, A. E. (2019). Gazetelerde manşet haberleri konu bağlantıları benzerliği: Ağ analizi uygulaması. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1085-1105.

Eagleton, T. (2009). *Eleştiri ve ideoloji*. (Çev. S. Kılıç). İstanbul: İletişim Yayınları.

Evrensel. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.

Freedon, M. (2003). *Ideology a very short introduction*. New York: Oxford University Press.

Gramsci, A. (1986). *Hapishane defteri*. (Çev. K. Somer). İstanbul: Onur Yayınları.

- Güngör, N. (2020). *İletişim kuramlar yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Hürriyet. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.
- İrvan, S. (2001). Gündem belirleme yaklaşımının genel bir değerlendirmesi. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 9, 69-106.
- Karar. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.
- Milli Gazete. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.
- Milliyet. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.
- Mutlu, E. (1995). *İletişim sözlüğü*. Ankara: Ark Yayınevi.
- Oskay, Ü. (1980). Popüler kültür açısından ideoloji kavramına ilişkin yeni yaklaşımlar, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 35, 197-253.
- Oskay, Ü. (2014). *Kitle iletişiminin kültürel işlevleri*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Posta. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.
- Sabah. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.
- Setyarahajoe, R. (2012). Order establishing traffic rules with agenda setting model in Surabaya. *Academic Research International*, 2, 675-681.
- Severin, W.J. & Tankard J. W. (1992). *Communication theories: Origins, methods and uses in the mass media*. New York: Longman.
- Seyhan, A.S, Zararsız, Ö.F. & Ayaşlıoğlu, E. (2021). Pandeminin politikleştirilmesi ve söylem: Cumhuriyet ve Sabah gazeteleri örneğinde koronavirüs haberleri üzerine bir analiz. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 35, 17-37.
- Sözcü. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.
- Timisi, N. & Dursun, Ç. (2004). Depremin medyada yarattığı gerilim: Devletin ve bilimin meşruiyeti sorunu. Ç. Dursun (Ed.). *Haber hakikat ve iktidar ilişkisi* (ss. 255-268). Ankara: Elips.
- Türkgün. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.
- Türkiye. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.
- Williams, G. (1999). *French discourse analysis: The method of post-structuralism*. New York: Routledge.
- Wimmer, R. D. & Dominick, R. J. (2000). *Mass media research: An introduction*. Belmont: Wadsworth Publishing Company.

Yağlı, S. (2007). Haber ve ideoloji ilişkisi: Haber metinlerinde gerçekliğin sunumu. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düřünceler Dergisi*, (2), 337-352.

Yeni Akit. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.

Yeni ađ. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.

Yeni şafak. (2021, 23 Nisan, 19 Mayıs, 30 Ağustos, 29 Ekim). Erişim adresi: <https://www.gazeteoku.com/gazeteler>.

Yıldız, C. (2012). Yazılı basında kullanılan metin türleri ve konu dağılımları. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 8, 19-53.

Yüksel, E. & Gürcan, H. İ. (2001). *Habercinin el rehberi, soru ve örneklerle haber toplama ve yazma kural ve teknikleri*. Eskiřehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.