

# DEMOKRASİ PAKETİ BAĞLAMINDA MEDYA VE İDEOLOJİ İLİŞKİSİNİN HABER METİNLERİNE YANSIMASI

Emel ARIK<sup>1</sup>

## ÖZET

*Medya ve ideoloji ilişkisi iletişim araştırmalarında zaman zaman işlenmekte, özellikle ideolojilerin “durumu tanımlama gücü” olan medyanın olayları sunumuna nasıl etki ettiği önemli bir konu olarak dikkat çekmektedir. İdeolojik bakış, çoğu zaman olayların haberleştirilmelerinde belirleyici bir güç olmakta ve aynı olay farklı yayın kuruluşlarından farklı şekillerde tanımlanabilmektedir. Bu çalışmada 2013 yılında çok tartışılan Demokrasi Paketi’nin Türk basınında nasıl haberleştirildiği, farklı gazeteler örneğinde söylem analizi yöntemiyle analiz edilmiş, böylelikle ideolojik farklılıkların ve sahiplik yapılarının ilgili haberlerin metinlerinin inşasında nasıl etkin oldukları ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Çalışma öncesindeki temel varsayımız, farklı ideolojilere sahip gazetelerin aynı olayla ilgili farklı gerçeklikler tasarlayabildikleri yönündedir. Söylem analizi yapılacak metinler 1,2 ve 3 Ekim 2013 tarihli Akşam, Sabah, Yeni Şafak, Hürriyet, Aydınlık, Ortadoğu ve Sözcü gazetelerinin ilk sayfalarında yer alan haber ve spotlardan seçilmiştir. İlgili çalışma sonunda 7 gazetenin de birbirlerinden farklı gerçeklikler tasarladıkları, kiminin diğerine benzediği, kiminin ise tamamen farklı bir gerçekliği tercih ettiği görülmektedir. Tüm bu veriler, farklı ideolojilere sahip gazetelerin aynı olayla ilgili farklı gerçeklikler tasarlayabilmelerine yönelik çalışma öncesi varsayımımızı haklılaştırmaktadır.*

*Anahtar Kelimeler: İdeoloji, gazete, söylem analizi, gerçeklik*

## IN THE CONTEXT OF “DEMOCRACY PACKAGE EFFECTS OF MEDIA AND IDEOLOGY RELATIONSHIP ON NEWS TEXTS

### ABSTRACT

*A relationship between media and ideology is being discussed time to time in communication studies, especially ideologies’ effect on the media’s power of defining to world through presentations of facts is attracting attention as an important issue. Ideological view mostly plays a decisive role in making news from facts process and same fact can be defined in different ways by different publishing organizations. In this article, news about ‘Democracy Package’ which has been discussed too much in the Turkish media is studied. Also paradigm of different newspapers analyzed by expression analysis method. In this way, effects of ideological differences and ownership structures on generating news texts had been exposed. Our basic hypothesis before is different newspapers with different ideologies can be design varied realities. Texts for the discourse analysis are selected from news which is dated on 1st, 2nd and 3rd October 2013, of the first page of these newspapers : Akşam, Sabah, Yeni Şafak, Hürriyet, Aydınlık, Ortadoğu and Sözcü. At the end of the study, identified that all seven different newspapers are designed different realities. As an additionally evaluation, some of them are producing similar realities and some of them producing totally discrete worlds. All this data, endorse our hypothesis which is different newspapers with different ideologies can be design varied realities.*

*Keywords: Ideology, newspaper, discourse analysis, reality*

### GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarının haber aktarım sürecindeki “ideolojik” tavrı pek çok araştırmaya konu olmuş, medyanın yaşanan gerçeği değil, kendi imal ettiği “gerçekliği” yansıttığı ve olayları kendi ekonomi-politiği doğrultusunda bir dolayımından geçirerek “haberleştirdiği” ileri sürülmüştür. Medya haber ilişkisi bu yüzden hep tartışılmış ve pek çok verinin sürece dahil olduğu siyasi ve ekonomik bir arka planın daima göz önünde bulundurulmasını gerekli kılmıştır. Liberal-çoğulcu yaklaşımlar basını dördüncü güç olarak kabul edip, haber oluşum sürecine etki eden bağlamsal koşulları göz ardı ederken, ekonomi-politikçi yaklaşımlar özellikle sahiplik yapısına odaklanıp, habere etki eden mali ve siyasi faktörlere yönelmişlerdir.

İdeolojik bakış, çoğu zaman olayların haberleştirilmelerinde belirleyici bir güç olmakta ve aynı olay farklı yayın kuruluşlarından farklı şekillerde tanımlanabilmektedir. Medyaya ideolojik gücünü veren şey, Stuart Hall’a göre “durumun tanımını yapma yeteneği (Shoemaker ve Reese, 1997: 103)”dir. “İdeoloji ve İletişim Kuramı” başlıklı makalesinde Stuart Hall, modern

iletişim araçları asla toplumsal yapılar ve pratikler alanı dışında kavramsallaştırılamayacaklarını, çünkü giderek artan oranda bu alanın bir parçası haline geldiklerini ileri sürmektedir. Hall’a göre, “Günümüzde iletişim kurumları ve ilişkileri toplumsal alanı tanımlıyor ve inşa ediyor; siyasi alanın inşasına yardım ediyor; üretken ekonomik ilişkileri dolaylıyorlar, modern endüstriyel sistemler içinde maddi bir güç” haline geldiler, bizi teknolojik olarak tanımlıyorlar, kültürel olana hükmediyorlar. (1997: 84) Medyanın ideolojik olduğu iddiası, onun anlamın toplumsal inşası alanında işgördüğünü söylemek olduğunu ileri süren Hall, medya üzerinde insanların kendi dünyalarının bilincine vardıkları alanlar olduğunu ileri sürmekte ve medyanın anlam üretimindeki etkin rolüne vurgu yapmaktadır: “Anlamın üretimi ve dönüştürümü modern toplumlardaki kültürel ilişkilerin bir parçası ve bölümüdür: sağduyunun ve toplumsal dünyaya ilişkin gündelik bilginin nasıl yapılanacağını ve alan boyunca süreklilik gösteren iktidar oyununun –tahakküm kurma ve tabi olma oyunun- düzenler. Yapı, anlam ve iktidar oyunu dışında işleyen güçsüz ve sınırsız iletişim şebekesi modeli artık terkedilmelidir. (1997: 93).”

<sup>1</sup>Öğr. Gör. Dr. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü

İdeolojiyi hakim toplumsal grup veya sınıf iktidarını meşrulaştıran öğeler olarak tanımlayan Terry Eagleton konunun dil ile ilgili değil, söylem ile ilgili olduğunu öne sürmektedir. Eagleton, “ideoloji, belli insan özneları arasında, dilin belirli etkiler yaratmak amacıyla fiilen nasıl kullanıldığıyla ilgili bir şeydir. Bir önermenin ideolojik olup olmadığına, söz konusu önermeyi söylemsel bağlamından kopartılmış bir halde inceleyerek karar veremezsiniz. İdeoloji bir ifadenin içerdiği dilsel özelliklerinden çok kiminle hangi amaçlarla ne söylediğiyle ilgili bir meseledir. Tamamen aynı dil birimi, bir bağlamda ideolojik sayılabilirken bir başka bağlamda sayılmayabilir; ideoloji bir sözcenin, kullanıldığı toplumsal bağlamla ilişkisinin bir işlevidir (Eagleton, 2000: 28)” demektir. Alanın en önemli teorisyenlerinden Teun Van Dijk ise ideolojiyi şöyle tanımlamaktadır: “İdeolojiler, bir grubun kimliği, toplumdaki yeri, ilgileri ve amaçları, diğer gruplarla olan ilişkileri, yeniden üretimleri ve doğal ortamları gibi karakteristik özellikleriyle ilişkili olan, toplumsal olarak paylaşılan inançlardır (Dijk, 2003:21).”

Bu çalışmada 2013 yılında çok tartışılan Demokrasi Paketi’nin Türk basınında nasıl haberleştirildiği, farklı gazeteler örneğinde söylem analizi yöntemiyle analiz edilecek, böylelikle ideolojik farklılıkların ve sahiplik yapılarının ilgili haberlerin metinlerinin inşasında nasıl etkin oldukları ortaya koyulmaya çalışılacaktır. Çalışma öncesindeki temel varsayımız, farklı ideolojilere sahip gazetelerin aynı olayla ilgili farklı gerçeklikler tasarlayabildikleri yönündedir.

## HABER AKTARIM SÜRECİ VE ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Medyanın günümüzdeki sahip olduğu gücün ardındaki temel etkenlerinin başında “haber verebilmesi” gelebilmektedir. Medya gücünü ve cazibesini büyük bir oranda haber aktarabilmesine borçludur. Dolayısıyla bu denli yaşamsal rolü bulunan haber aktarım sürecinin, kapitalist bir sistem içinde doğal koşullara terk edilmesi mümkün değildir. Dolayısıyla başından itibaren, başlangıçta gazeteleri, ardından radyo ve televizyonları ayrıcalıklı kılan bu sürecin doğru ve iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Haber aktarım süreci, haberi aktaranlara Hall’un da ifade ettiği gibi, durumu “tanımlayabilme” imkanı sağlamakta, bu da kamuoyu oluşturmaya, halkı yönlendirmeye ihtiyacı olan özellikle siyasi güç odakları tarafından “haberinin” önemsenmesinin temel gerekçesi olmaktadır.

Haber aktarım sürecine ilişkin iki farklı yönelim söz konusudur. Liberal-çoğulcu ve ekonomi politikçi yaklaşım. Liberal çoğulcu yaklaşım Amerikan toplumunda çoğulculuk olduğu fikrinden hareketle toplumu, birbirleriyle rekabet halinde olan ve hiç biri başat konumda olmayan çıkarlar ve gruplar karması olarak görür. Böyle bir toplumsal sistem içinde medya örgütleri de devletten, siyasi partilerden ve kurumlaşmış baskı gruplarından önemli derecede özerk sınırlı örgütsel sistemler olarak kabul edilir. Bu özerk yapı içerisinde medya profesyonellerinin nesnellik ve tarafsızlık ilkelerine bağlılığı, çalışma pratikleri için yönlendirici ve mesleki davranışlarını düzenleyici işlev görür. Medyanın denetimi, değişik baskı ve etkilere maruz kalsa da, özerk medya yönetimi seçkinleri tarafından yapılır. (Curran, Guretvich ve Woollacott, 1989- 1990: 240,)

Gazeteciliği profesyonel bir uzmanlık alanı olarak değerlendiren çoğulcu araştırmacılar, haber üreten kişilerin özerkliklerini koruyabildikleri sürece yansız haber yazabileceklerini, nesnel

davranabileceklerini, yayın politikalarının ve örgütsel dinamiklerin baskısına karşı direnebileceklerini savunurlar. (İnal, 1993-1994:158) Gazeteciliğin bağlamsal koşullarına odaklanmayan ve haberle siyasetin ve sermayenin çıkar ilişkisinin çalışanlarına etkisini göz ardı eden bu yaklaşım haber aktarım sürecini özerk ve profesyonel bir süreç olarak yorumlamaktadır. Kitle iletişim sürecini “tercih yapmaya muktedir” özneler tarafından gerçekleştirildiğini ileri süren çoğulcular, bu bağlamda haberin ideolojik etkilerine odaklanmazlar. Çünkü onlara göre, “kullanımlar ve doyumlar” yaklaşımının da işaret ettiği üzere, “insanlar ihtiyacı doğrultusunda iletişim ürünlerine yönelir ve tercihlerini bu doğrultuda gerçekleştirir.”

Bu çalışmada bizim temel olarak aldığımız ekonomi-politikçi yaklaşım ise haber aktarım sürecini, bilinçli, ideoloji doğrultusunda “süzgeçlerin kurulduğu”, ekonominin haberin söylem alanının belirlediği bir süreç olarak tanımlamaktadır. Buna göre bir olayın haberleşmesine etki eden pek çok faktör bulunmaktadır. Baerbal Röben’e göre, “iletişim, biçim ve içerik yönünden rastlantısal değil; politik, ekonomik, psikolojik, sosyal ve ekolojik gibi zorlayıcı güçler tarafından şekillendirilmektedir.” Medyanın, iktidar sahiplerinin ve çeşitli kurumların karşılıklı olarak birbirlerini etkilemeye çalıştıkları bir pazar söz konusudur. Bu pazarda haberler, hem satın alınmakta hem de satılmaktadır; haberin değerini belirleyen ise, büyük ölçüde yine pazar olmaktadır. Reklam, alımı ve satımı nedeniyle redaksiyon üzerinde etki oluşturmaktadır. Bu nedenle seleksiyon kararında sahip oldukları anahtar konum nedeniyle gazeteciler, bağımsız değil pek çok etkene bağlı durumdadır (Alver, 2003:207).

“Ekonomi-politikçi yaklaşım, anlam üretimi ve tüketiminin toplumsal ilişkilerdeki yapılanmış bakımsızlıklar tarafından nasıl her düzeyde şekillendirildiğini ortaya koymakla ilgilenir. Bunlar, haberin, basın sahipleri ve editörler ya da gazeteciler ile haber kaynakları arasında var olan ilişkiler tarafından yapılandırılma tarzından, televizyon izlemenin ve ev yaşantısının düzenlenmesi ve ailedeki iktidar ilişkileri tarafından etkilenmesi tarzına kadar uzanır. Eleştirel ekonomi-politiği diğerlerinden ayıran şey, onun, belirli mikro bağlamların genel ekonomik dinamiklerce ve onların dayandığı daha geniş yapılarca nasıl şekillendirildiğini göstermek üzere, konumlanmış eylemin her zaman ötesine gitmesidir (Murdock ve Golding, 1997:54-55).” Golding ve Murdock’a göre eleştirel ekonomi politiktir, bütüncüdür, tarihseldir, kapitalist girişim ve kamusal müdahale arasındaki denge ile ilgilenir ve eşitlik, adalet, kamu yararı gibi temel etik sorunları kendine dert edinir. Bu yaklaşımda ekonomi, diğer disiplinlerden bağımsız bir alan gibi görülmez, onlarla bütünleşik olarak değerlendirilir. Haber aktarım sürecinde bir “ürüne” dönüşen metine değil, o metni ortaya çıkaran ekonomik ve siyasi koşullara odaklanan ekonomi politikçiler ağırlıklı olarak medyanın anlamın inşasında oynadığı ideolojik rolü ifşa etmeye çalışırlar.

Herbert Schiller 1972 yılında yazdığı büyük yankı uyandıran Zihin Yönlendirenler kitabıyla ekonomi politikçi yaklaşıma önemli katkılarda bulunmuştur. Schiller ABD medyası üzerinden, medyanın nasıl işlediğini ele almış ve ekonominin haber aktarım sürecine etkisini deşifre etmiştir. O’na göre, “medya yöneticileri, imajların ve haberlerin yaratılması, işlenmesi, rafine edilmesi ve bunlara öncülük edilmesi; dolayısıyla inançlarımızı ve tutumlarımızı yönlendirmektedirler. Ve haliyle davranışlarımızı belirleme işini kendilerine iş edinmişlerdir. Sosyal gerçeklikle karşılığı olmayan mesajlar ürettiklerinde, aslında bu kişiler

zihinleri yönlendirmektedirler.

Gerçeğin farklı algılanmasına, yaşamın gerçeklerinden yoksun bırakılmış zihinlerin oluşmasına neden olan mesajlar kasıtlı olarak üretilirler. Bunlar manipülasyon amaçlı mesajlardır. Manipülatörler, egemen düzenin koşullarını açıklayan, meşruiyet kazandıran, bazen methiyeler döktüren mitleri kullanarak, seçkin azınlığın çıkarları doğrultusunda düzenin devamını sağlamak için halkın rızasını alırlar. Bunun için fark ettirmeden onları manipüle ederek rızasız rıza üretimini gerçekleştirirler.” Schiller’e göre, manipülasyonun pek çok yolu vardır. Haber akışını denetim altında tutmak, beyinleri amaca uygun ideallerle doldurmak, bu yollardan en etkin olanıdır: “Pazar ekonomisinin prensipleri bu alanda çok işe yarar. Yazılı ve sözlü basına sahip olmak bu nedenle çok önemlidir. Bunlar manipülasyon sürecinde aktif olarak kullanılan araç ve gereçlerdir. Sahip olunan gazete ya da televizyon kanalı kendi çıkarları doğrultusunda çalışmak zorundadır. Televizyon kanalları, gazeteler, radyolar, yayınevleri vb. ya holdinglere bağlı ya da bunlara aittirler (2005: 8-17).”

“Medya haberlerin ve çözümlerinin çatısını yerleşik ayrıcalıkları destekleyen bir çerçevede kurarak ve bu doğrultuda her türlü tartışmayı sınırlayarak, birbirleriyle sıkı sıkıya kaynaşmış olan devletin ve şirketlerin çıkarlarına hizmet ettiğini (Chomsky, 1993: 23)” ileri süren Chomsky iktidarın özellikle haberler aracılığıyla kamuoyunu yönlendirmeye çalıştığının altını çizmektedirler. Edward S. Herman ile birlikte yazdıkları Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası isimli kitabıyla Chomsky alana dönük önemli katkılardan birini gerçekleştirmiştir. Rızanın üretilmesini sağlayan propaganda modelini kavramsallaştıran ikili kitabın başında amaçlarını şöyle açıklamışlardır: “Bizim görüşümüze göre, diğer işlevlerinin yanı sıra, medya kendisini denetleyen ve finanse eden güçlü toplumsal çıkarlarına hizmet eder ve onların lehine propaganda yapar. Bu çıkarların temsilcilerinin öne çıkarmak istedikleri önemli gündemleri ve ilkeleri vardır ve medya politikasının şekillendirilmesi ve dayatılması açısından oldukça elverişli bir konuma sahiptirler. Normal olarak bu, kaba müdahaleyle değil, uygun çizgide düşünen personelin seçilmesi ve editörlerin ve çalışan gazetecilerin kurum politikasıyla uyumlu öncelikleri ve haber-değeri kriterlerini içselleştirmeleri sayesinde başarılı. Yapısal faktörler şu gibi şeylerden oluşur: Mülkiyet ve denetim, diğer belli başlı finansman sağlayan kaynaklara (en başta reklam veren kuruluşlara) bağımlılık, medya ile haberleri yapanlar ve haberleri tanımlama ve ne anlama geldiklerini açıklama gücüne sahip olanlar arasındaki karşılıklı çıkarlar ve ilişkiler.” Chomsky ve Herman’a göre propaganda modelinin içine kattığı başka ve yakından ilişkili faktörler de vardır; örneğin medyanın haberleri ele alma tarzından şikayetçi olma, yani “tepki üretimi” haberlerle ilgili resmi görüşü teyit edecek “uzmanlar” temin etme, medya personeli ve seçkinler tarafından doğru kabul edilen, ama çoğu kez halkın karşı çıktığı temel ilkeleri ve ideolojileri belirleme yeteneği. Onlara göre, “medyaya sahip olan ve reklam verenler olarak fon sağlayan, haberleri birinci derecede belirleyen, ‘tepki üreten’ ve uygun çizgide düşünen personeli temin eden aynı belirleyici güç odakları, temel ilkelerin ve egemen ideolojilerin tespit edilmesinde de anahtar bir rol oynarlar. İnanıyoruz ki, gazetecilerin ne yaptıkları, neleri haber-değerine sahip gördükleri ve neleri işlerinin öncülleri olarak kabul ettikleri, böyle bir yapısal analizin içinde yer verilen teşvikler, baskılar ve sınırlandırmalar tarafından genelde gayet iyi açıklanmaktadır (Herman ve Chomsky, 2006:16).”

Alanın bir diğer önemli teorisyenlerini Nicholas Graham da,

ekonomi-politikçilerin medya metinlerini incelerken kapitalist sitem içindeki konularına odaklandıklarını belirtmektedir. “Bu konjoktürde, kültüre ve onun politik potansiyeline ilişkin herhangi bir çalışmada, global kültürel pazarın gelişimini, böyle bir pazarı mümkün kılan koşullar olarak teknolojik ve düzenleyici süreçleri ve sermaye akışını göz ardı etmek nasıl mümkün olabilir? Siyasetin ve sermaye akışını göz ardı etmek nasıl mümkün olabilir? Siyasetin ve mücadelenin doğasındaki değişimin, siyasetin toplumsal iletişim kurumlarıyla (örneğin gazete ve televizyon kanallarıyla) olan ilişkisindeki ekonomik temelli değişimlerle ve toplumsal grupların ve kültürel tüketicilerin ekonomik temelli fragmentasyonu ile sıkı sıkıya bağlı olan yönlerini nasıl göz ardı edebiliriz? (2008: 129)” diyen Granham, yaşadığımız dünyanın “böyle bir dünya” olduğunu ileri sürerek, ekonomi-politikçilerin kavramsal çerçevesini çizmektedir. Granham, iletişimin siyasal ekonomisinin alanını, “iletişimin siyasal ekonomisi, kapitalist toplumlarda kültürel ürünlerin üretim ve tüketimini incelemeyi içerir” diyerek özetlemiştir; daha sonra, bunu açarak, medyayı, emtia üretimi ve mübadele yoluyla doğrudan artı değer yaratan ve reklamcılık yoluyla diğer sektörlerde artı-değerin yaratılmasına dolaylı katkıda bulunan ekonomik birimler olarak ele almıştır (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 189).

## SÖYLEM ANALİZİ VE HABER ÇÖZÜMLEMELERİ

1970’li yıllardan itibaren iletişim çalışmalarında daha çok kullanılan söylem analizi, hem metinlerin, hem de metinlere sızmış ideolojinin ifşası adına araştırmacılara geniş imkanlar sunan, pozitivist olmayan yorumlayıcı bir incelemedir. “Söylem analizinin nitel içerik çözümlemesinden en önemli farkı, metni parçalara ayırmadan bir bütün olarak ele alması ve metin içindeki egemen söylemin nasıl inşa edildiğini ortaya koymasındadır (İrvan, 2000: 81).” Söylem analizinde, söylemi oluşturan siyasal ve ekonomik bağlam merkezi önemdedir.

Ayşe İnal’a göre, “haberlin söylemi gazetecilerin profesyonel ideolojileri içinde oluşur. Diğer bir deyişle basın ticari bir işletmeye dönüşümü ve daha sonra oluşan yatay ve dikey tekelleşme olgusu ile birlikte gelişen gazetecilik normları, söylemi biçimlendirmektedir.” İnal da haberi söylem olarak incelemenin dört temel nedeni olduğunu vurgular. Bunlar; a) haber söyleminin gazeteciliğin günlük pratikleri içinde oluşması, zamansal ve mekânsal sınırlılıkların belirleyici olması, b) haber söyleminin ticari bir işletme olan ve tekelleşen yapılara dönüşen medyada gelişen gazetecilik normları ve gazetecilerin profesyonel ideolojileri içinde oluşması, c) haberlin söyleminin üretildiği zaman kesitinde var olan tarihsel koşullar, siyasal, ekonomik iktidar ilişkilerinden etkilenmesi, d) kâr kaygısı, daha fazla kişiye ulaşma çabası gibi ekonomi politik önceliklerin haber söylemini değiştirmesidir. Dolayısıyla haberde yeniden kurulan söylemin çözümlenebilmesi öncelikle haberi bir söylem olarak görmeye, dil ve söylem yoluyla oluşturulan metni, üretim sürecini, toplumsal ve ideolojik bağlamını ele alarak çözümlemeye bağlıdır (1992: 72, 95).

Haber söylemi üzerinden kitlelere ulaşan egemen söylem dil ile kurulduğundan metni oluşturan cümle yapıları ve cümleleri oluşturan sözcüklerin seçimi, söylemi çözümlemek için başvurulan temel yapılarıdır. Sözcükler haber söyleminde olayın aktörlerinin desteklenmesi ya da sorgulanması sonucunu doğuracak şekilde seçilebilir. Örneğin “belirtti, ifade etti, açıkladı, vurguladı, altını çizdi” gibi haber filleri olayın

aktörünün desteklendiğini hissettirirken “iddia etti, öne sürdü, ortaya attı, savundu” gibi fiiller kaynağın görüşlerinin desteklenmediği, bu görüşlere ihtiyatla yaklaşılması gerektiği vurgusunu taşır.

Seçilen sözcüklerin övgü veya yergi sözcükleri olması haberin söylemini değiştirir. Diğer yandan haber metninde kullanılan pek çok sözcüğün ideolojik anlamları vardır. Bilinen bir örnek olarak, aynı gruba nitelerken kullanılan terörist, militan, gerilla, özgürlük savaşçısı, eşkıya gibi sözcükler haber söyleminde birbirinden çok farklı ideolojik yaklaşımları ortaya koyar. Haber söyleminde olayla ilgili sorumluluğun kime yüklendiği de önemli bir inceleme konusudur. Pek çok araştırma, egemen sınıfın olayın aktörü olduğu olumsuz eylemlerde cümle yapılarının edilgen, olumsuzluğun güçsüz kesimlere ait olması durumunda ise etken kurulduğunu ortaya koymuştur. Birinci durumda olumsuzluğun gizlenmesi, ikincisinde ise öne çıkarılması amaçlanır. “Biz” olarak görülenlerin olumsuzlukları gizlenirken, “onlar” olarak görülenlerin olumsuzlukları etken cümle yapılarıyla sergilenir (İnal, 1996 ve İnal, 1997: 157).

Medyadaki söylem, toplumsal iktidarın söylemini yeniden üretirken hangi kaynakların kullanılacağına, hangi aktörlerin kamuya sunulacağına, haber başlıklarının seçimine, ne söyleneceğine ve özellikle de nasıl söyleneceğine karar verilerek oluşturulur. Haberin söylemini oluşturan gazeteciler seçkinlerin sözcüsü olmaktan öte toplumsal iktidar yapısının bir parçasıdır. Temel soru gazetecilerin karşı karşıya geldikleri ideolojileri nasıl yeniden ürettikleri ya da bu ideolojilere nasıl karşı koyduklarıdır. Kaynaklarla bağlantılar, haberin üslubu, nasıl sunulduğu, hangi alıntılar yapıldığı, egemen başlıkların neler olduğu, metinde ne gibi çağrışımların üretildiği, haberdeki anlamı ve ideolojiyi oluşturan söylemin unsurlarıdır (Van Dijk, 1999: 367-375).

Haber söyleminin çözümlenmesi konusunda sistematik bir yaklaşım geliştirmiş olan van Dijk (1988:19-38) haberlerin makro ve mikro yapılarında çözümlenebileceğini ileri sürmektedir. Makro yapı, başlıkları, giriş, spotları ve fotoğraf kullanımını içermektedir. Bu aşamaya tematik çözümlenme ismini veren Dijk, yine makro yapı içinde ayrıca semantik yapının da çözümlenmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Semantik çözümlenme olayın ana sunumu, sonuçları, ardalan bilgisi ve bağlamın analiz edildiği durum bölümünün incelenmesi ve haber kaynaklarının görüşlerinin alıntılandığı yorum bölümünün incelenmesiyle gerçekleştirilir. Burada yapılan tercihler, haberde var olan yorumlar, ideolojik yönlendirmeler makro yapının temel bileşenlerini oluşturmaktadır. Mikro yapının incelenmesinde ise üç aşama bulunur. Birincisi cümle yapılarının etken, edilgen olması, basit ya da karmaşık kurgulanması içeren sentaktik çözümlenmedir. İkinci aşamada sözcük yapılarının çözümlenmesidir. Sözcüklerin taşıdığı ideolojik içerimler haberin söylemini ortaya çıkarır. Üçüncü aşamada ise haberin retorikine bakılır. Metinde kullanılan kafiye, çağrışım, anlatım koşutluğu, kıyas, mecaz, abartma, küçümseme, zıtlıkların vurgulanması gibi anlatım özellikleri haberin retorikini oluşturur. Ayrıca seçilen haber aktörleri de retorik belirleyen diğer önemli etkenlerin başında gelmektedir.

## DEMOKRASİ PAKETİ HABERLERİNİN SÖYLEM ANALİZİ

30 Eylül 2013 tarihinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan tarafından açıklanan Demokrasi Paketi uzun yıllardır tartışılan

bir takım düzenlemeleri içermektedir. Toplam 20 maddede bir takım değişiklikler öneren paketle birlikte seçim barajı tartışmaya açılmakta, siyasi partilere devlet yardımının kapsamını genişletilmekte, siyasi partilerin teşkilatlanmalarına kolaylık getirilmektedir. Ayrıca Paket, siyasi partilerde eş genel başkanlığın önünü açmakta, siyasi partilere üye olmayı kısıtlayan bazı engelleri ortadan kaldırmakta, farklı dil ve lehçelerde siyasi propaganda imkanını getirmekte, nefret suçuna üç yıla kadar ceza getirmekte, Ayrımcılıkla Mücadele ve Eşitlik Kurulu kurmakta, dini inancın gereğinin yerine getirilmesinin engellenmesini de ceza kapsamına almakta, TCK’da belirli harflerin kullanılmasından dolayı var olan cezai müeyyideleri kaldırmakta, 2911 Sayılı Toplantı ve Gösteri Yürüyüşleri Hakkındaki Kanun’da önemli değişiklikler yapmakta, toplantı ve gösteri yürüyüşlerinde hükümet komiseri uygulamasına son vermekte, özel okullarda farklı dil ve lehçelerde eğitimin önünü açmakta, köy isimlerinin değiştirilmesinin önündeki yasal engeli kaldırmakta, Nevşehir Üniversitesi’nin ismini Hacı Bektaş-ı Veli Üniversitesi olarak değiştirmekte, kişisel verilerin korunmasına yasal güvence getirmekte, yardım toplamadaki kısıtlamaları kaldırmakta, Kılık-kıyafet yönetmeliğini değiştirerek kamu kurumlarında başörtüsü yasağını kaldırmakta, ilkokullardaki öğrenci andı uygulamasını kaldırmakta, Mor Gabriel Manastırı arazisi, manastır vakfına iade edilmekte, Roman Dil ve Kültür Enstitüsü kurmayı kapsamaktadır.

Söylem analizi yapılacak metinler 1,2 ve 3 Ekim 2013 tarihli Akşam, Sabah, Yeni Şafak, Hürriyet, Aydınlık, Ortadoğu ve Sözcü gazetelerinin ilk sayfalarında yer alan haber ve spotlardan seçilmiştir. Dolayısıyla yapılacak analiz Van Dijk’in makro çözümlenmesi kapsamına girmektedir. İç sayfadaki haberler, fotoğraflar ve yorumlar analiz dışı bırakılmıştır. Dolayısıyla başlıklar ve spotlar üzerinden gerçekleştirilen bu analiz, ilgili gazetelerin makro düzeyde nasıl söylemler tasarladıklarını ortaya çıkaracaktır.

### Akşam Gazetesi

Akşam Gazetesi Demokrasi Paketi’nin açıklandığı gün olan 1 Ekim’de manşetini, “30 Eylül Manifestosu: Erdoğan Devrimi” şeklinde kurarak, makro düzeyde Hükümet yanlısı bir haberciliği tercih etmiş ve durumu “olumlu” bir şekilde tanımlayarak ideolojik bir sunum gerçekleştirmiştir. Haberin spotunu, “Yeni Bir Türkiye Doğuyor. Başbakan Erdoğan, aylardır beklenen demokratikleşme paketini açıkladı. Pakette siyasi özgürlükten, inanç özgürlüğüne, azınlık haklarından ayrımcılıkla mücadele, anadilde eğitime kadar devrim niteliğinde düzenlemeler yer alıyor.” şeklinde tasarlayan Akşam gazetesi, paketin özgürlükleri genişletmesine vurgu yapmış ve abartılı ifadelerle “Yeni Bir Türkiye’nin doğduğunu”, “devrim niteliğinde düzenlemeler yapıldığını” okurlarına aktarmış, abartılı sıfat kullanımıyla yanlı bir söylem kurmuştur. 1 Ekimdeki ilk sayfa haberinde, altbaşlık olarak şu başlıklar tercih edilmiştir: “Kamuda başörtüsüne özgürlük”, “Azınlıklara hak iadesi”, “Özel okullarda Kürtçe eğitim” ve “Nefret suçuna ağır ceza”. Görüldüğü gibi Akşam gazetesi paketin, yeni özgürlükler sağlayan boyutlarına odaklanmakta ve Başbakan’ın “Korkaklar zafer anıtı dikemez” sözünü aktararak aynı zamanda Erdoğan bir “kahraman” şeklinde sunumunu tercih etmiştir.

Akşam Gazetesi, 2 Ekim 2013 tarihli nüshasında bu kez Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün katıldığı, Meclis’in açılış konuşmasını manşetine çıkarmış, “Yeni yasama yılına Demokratikleşme Paketi damgasını vurdu, Hayrünnisa Gül ilk

kez Meclis'e geldi" üst başlığının ardından, "Sessiz devrim vurgusu" sözleriyle ilk haberini kurmuştur.

Cumhurbaşkanı Gül'ün "Son yıllarda demokratik standartlarımızı yükseltmek amacıyla 'sessiz devrim' olarak adlandırılacak köklü reformlar yapıldı" sözlerini ön plana çıkarmıştır. Burada haber aktörü olarak Cumhurbaşkanının seçilmesi ve onun övgü dolu sözlerinin çıkarılması gazetenin pakete yönelik "olumlu" algısını ortaya çıkarmakta, yanlı ve ideolojik bir üretim kendini göstermiştir.

Akşam Gazetesi 3 Ekim 2013 tarihli nüshasında yine paketi manşetine çıkarmakta ve pakete yönelik çıkan eleştirilere yanıt vermektedir. Paketi yeterince demokratik bulmayanlara ve "Demokratik Açılımı" Anadolu'ya anlatan "Akil İnsanlar Heyeti"nin önerilerinin dikkate alınmadığını ileri süren kesimlere "Akil Paket" manşetiyle yanıt veren gazete haberin spotunu şu şekilde kurmuştur: "Başbakan Erdoğan'ın açıkladığı Demokratikleşme Paketi'yle ilgili 'pazarlıkla hazırlandığı' eleştirilerine son noktayı Kamu Güvenliği Müsteşarlığı koydu. Paketin alt yapısını hazırlayan müsteşarlığın çalışmasına göre 28 maddeden 24'ünün referansı Akil Heyetler'in raporları." Burada Demokratikleşme Paketi'ni meşrulaştırıcı bir dil kullanılmış ve hükümet söylemi yeniden üretilmiştir.

Görüldüğü üzere Akşam Gazetesi Demokratikleşme Paketiyle ilgili olarak 3 gün boyunca yaptığı habercilikte Hükümet yanlısı bir bakış açısını benimsemiş ve makro düzeyde çıkan kararları destekler bir yayın politikasını tercih etmiştir. Gerek seçilen haber aktörleri (Tayyip Erdoğan ve Abdullah Gül), gerek ön plana çıkarılan başlıklar, gerekse de durumu tanımlayan ifadelerde hep "olumlu" bir dili tercih eden Gazete, pakete yönelik ideolojik bir bakış açısıyla haberlerini oluşturmuştur. Üç gün boyunca haberi manşetine taşıyan gazete aynı zamanda konuya önem verdiğini göstermiş ve kamuoyunu yönlendirici bir dil kullanarak, hükümet söylemini aynen aktararak yeniden üretmiştir.

### Sabah Gazetesi

Sabah gazetesi de Demokratikleşme Paketi'ne destek olmuş, konuyu 3 gün boyunca manşetine taşımış ve tıpkı Akşam Gazetesi gibi Hükümet yanlısı bir dil kullanarak sürece yönelik "olumlu" haberciliğiyle dikkat çekmiştir. 1 Ekim 2013 tarihli nüshasında, "Daha çok özgürlüğe ve daha ileri demokrasiye doğru büyük hamle" üst başlığıyla paketi duyuran gazete manşetini de şu şekilde atmıştır: "Yeni Türkiye için 20 adım". Paket'le birlikte Türkiye'nin "yenileneceğini" duyuran Gazete, Erdoğan'ın konuyla ilgili şu sözlerine yer vermiştir: "Başbakan Erdoğan bir saatlik konuşmasında Atatürk, Menderes, Özal ve Erbakan'a teşekkür ettikten sonra şunları söyledi: Değişimden, ileri standartlardan korkanlar bir milim dahi ileri gidemez. Korkaklar zafer anıtı dikemez." Haberde 20 başlık altında paketi tartışan gazete, konuyu neredeyse Erdoğan'ın aktardığı şekliyle okurlarına aktarmış ve hiçbir olumsuz eleştiriye yer vermemiştir. Konuyla ilgili 3 farklı haber aktöründen daha destek alan gazete AB Sözcüsü Peter Stano'nun "Memnuniyetle karşıladık" ve Roman Derneği Başkanı Turan Şallı'nın "Bizim için Çok Olumlu" sözlerini ilk sayfaya taşımış; ayrıca BDP Eşbaşkanı Gülten Kışnak'ın "hem eleştiri hem övgü" sözleri haberde yer almıştır.

Sabah Gazetesi ikinci gün de pakete ilgili haberleri manşetten tartışmaya devam etmiş ve "Pakete dünyadan övgü ve destek" sözleriyle birinci haberini oluşturmuştur. Haberde yurtdışındaki gazetelerin paketi nasıl aktardıklarına odaklanan gazete, tüm

dünyanın demokratikleşme paketinden duyduğu memnuniyeti şu sözlerle aktarmıştır: "Washington Post: Reformlar, Başbakan Erdoğan'ın siyasi ilerleyişinin anahtarı. Guardian: Paket, Erdoğan'ı iktidardaki ilk reformcu ruhuna geri götürdü. Le Monde: Kürtlere doğru bir adım. Alevi ve Süryanilere de yeni haklar geldi. Stuggart Zettung: Kamuda başörtüsü ile Türkiye batmaz. Financial Times: İçeriğine bakıldığında kesinlikle doğru atılmış bir adım. Independent: Erdoğan başörtüsü yasağını kaldırdı. Paket memnuniyet uyandırdı." 2 Ekim günü Sabah gazetesi de Cumhurbaşkanı Abdullah Gül'ün demecine yer vererek şunları yazmıştır: "Cumhurbaşkanı Gül Meclis açılış konuşmasında çözüm sürecine destek verdi: Sürecin kardeşlik barışıyla taçlandırılması için gerekli adımlar atılmalı. Pakette yer alan maddeleri memnuniyetle karşıladım". Gazete ayrıca Başbakan Erdoğan'ın da pakete yönelik eleştirilere yönelik cevabına da ilk sayfadan yer vermiş ve "Senaryoların tümü asılsız" başlığının ardından şu spotla habere devam etmiştir: "Başbakan Erdoğan: Baştan aşağı kötülük hastası olmuş muhalefet milletin sevincini paylaşmıyor."

Sabah Gazetesi 3 Ekim günü manşetini yine pakete ayırmış ve pakette tartışılan seçim barajıyla ilgili AK Parti'nin bakışını şu başlıkla duyurmuştur: "Ak Parti'nin ilk tercihi yüzde 5'li sistem". Haberin spotu şöyledir: "Paketle tartışmaya açılan üç seçim sistemi arasında Ak parti yönetimi 'Yüzde 5 barajlı daraltılmış bölge'ye sıcak bakıyor." Gazete pakete ilgili bu kez Hükümet Sözcüsü Bülent Arınç'ın sözlerine yer vermiş paketin çoğunun bayrama yetiyeceğini ileri sürmüştür.

Sabah gazetesi pakete ilgili hükümet yanlısı bir tutumu benimsemiş ve konuyu olumlu yönlerinden tartışmış, sürece pozitif bakan yabancı basın kuruluşlarını, Başbakan'ı, Cumhurbaşkanı'nı ve Hükümet Sözcüsünü haber aktörü olarak kullanarak kamuoyu oluşturma amaçlı bir habercilik yapmış ve iktidar söylemini yeniden üretmiştir. Paketi meşrulaştırıcı bir tercih eden gazete, konuya dönük haberlerini hem makro, hem de mikro düzeyde ideolojik bir bakış açısıyla temellendirmiştir.

### Yeni Şafak Gazetesi

Yeni Şafak gazetesi de haberleri aktarırken hükümet yanlısı bir tutumu benimsemiş ve paketi "coşkuyla" karşılayarak ilk gün "Demokrasiye yüksek standart" manşetiyle okurların karşısına çıkmıştır. Yeni Şafak manşetin spotunu da "Başbakan'ın 'Türkiye'nin ulaştığı seviyenin tezahürü' olarak nitelendirdiği demokratikleşme paketi, sokaktan devlet dairelerine, siyasi partilerden okullara, günlük hayattan özel hayata daha çok özgürlük getirecek. Yapılacak 28 değişiklik Türkiye ileri demokrasiye bir adım daha atacak" şeklinde kurarak, "daha çok özgürlük getirmek" ve "ileri demokrasiye bir adım" şeklinde yorumsal ifadeler kurmaktan çekinmemiştir. Paketi "doğrudan" olumlayan gazete, Demokrasi paketiyle yapılacak yenilikleri tüm sayfa boyunca tartışmıştır. 1 Ekim günü ilk sayfasının tamamını Demokrasi paketine ayıran gazete seçtiği tüm haber aktörlerinin ağzından süreci olumlayan haberler yapmıştır. "Avrupa Birliği: Reform Paketini destekliyoruz; Mazlumder: Cumhuriyet Konsepti Değişiyor; İş Dünyası: Önemli bir adım atıldı; Müsiad: Ekonominin önü açılır" şeklinde başlıklar atan gazete iç sayfalarında da sürece olumlu yaklaşan haber aktörlerinin detaylı açıklamalarına yer vermiştir.

2 Ekim tarihinde bu kez Cumhurbaşkanı'nın demecini manşete taşıyan Yeni Şafak, "Reform ruhu devam etmeli" manşetinin ardından şu spotla devam etmiştir: "Cumhurbaşkanı Gül,

TBMM'nin açılışında 'sessiz devrim'den memnuniyet duyduğunu söyledi, kutuplaşma uyarısı yaptı. Gül, 'Doğu'da da Batı'da da takdirle karşılaşan reform ruhunu bugün de devam ettirmemizde büyük fayda vardır' dedi." Cumhurbaşkanı'nın pakete yönelik olumlu sözlerini manşete taşıyan gazete, yine Gül'ün "paket sorunları çözecek" demecini ara başlığa taşıyarak devletin zirvesinin paket üzerindeki mutabıklığına dikkat çekmiştir. Yine Başbakan Erdoğan'ın sözlerini ilk sayfaya taşıyan Yeni Şafak, "Bu muhalefeti millet değiştirir" başlığının ardından şu spota yer vermiştir: "Demokratikleşme paketini eleştiren muhalefete cevap veren Başbakan Erdoğan, 'Er ya da geç millet bu muhalefet partilerini değiştirecek, bugüne kadar olduğu gibi, değişime zorlayacaktır' dedi." Yeni Şafak konuyla ilgili haberlerinde doğrudan hükümet lehine bir sunum yapmış, hem başlıklarında, hem de spotlarında bu biçimlendirici dili kullanmıştır.

Yeni Şafak 3 Ekim tarihinde konuya çok fazla yer vermemiş ancak yine de Başbakan Erdoğan'ın demecini manşet haber olarak kullanmıştır. "AB bizi örnek alsın" başlıklı haber, Erdoğan'ın Avrupa Birliğine yönelik mesajlarını içermektedir. Demokratikleşme paketiyle atılan adımların AB tarafından da atılmasını beklediklerini ifade eden Erdoğan, benzeri adımları AB'den de beklediklerini ifade etmiştir.

Yeni Şafak gazetesi Demokrasi Paketini hükümet yanlısı bir bakış açısıyla yorumlamış ve haber aktörlerinin seçiminden, seçilen demecilerin içeriğine kadar süreci olumlayıcı bir dil kullanımını tercih etmiştir. Makro düzeyde haber söylemlerinde yorumlayıcı bir dil kullanan gazete, sürece müdahil olmuş ve paketi eleştirmeme, aksine övme yönünde bir tavırla haberleştirmiştir. Konuya taraflı yaklaşan gazete durumu kendi ideolojisi yönünde çerçevelemiş, yanlı ve yönlendirici bir dili tercih etmiştir.

## Hürriyet Gazetesi

Hürriyet Gazetesi Demokratikleşme paketini haberleştirirken genellikle yorumlayıcı ifadeler kullanmaktan kaçınmış ve daha tarafsız bir tutumu benimsemiştir. 1 Ekim günü "Öncü Paket" manşetiyle çıkan gazete, haberin spotunu şu sözlerle kurmuştur: "Başbakan Tayyip Erdoğan 'İstiklal Marşı Korkma diye başlar. Korkaklar zafer anıtı dikemezler' diyerek 'Demokratikleşme Paketi'ni açıkladı, yeni paketlerin geleceğini söyledi." Haberin devamında paketle birlikte gelen yenilikleri yorumsuz ifadelerle aktaran gazete, yazarlarına paketin hem artılarını hem de eksikliklerini yazdırarak konuya yönelik nesnel duruşunu göstermiştir. Yine Bağımsız Milletvekili Ahmet Türk'ün pakete yönelik "İçi boş kabak" nitelemesine yer veren gazete, konuya hükümet cephesinden bakmadığını göstermiştir.

2 Ekim günü pakete yönelik haberleri manşetten değil, ilk sayfadan küçük haber olarak vermeyi tercih eden Hürriyet Abdullah Gül'ün pakete yönelik övgülerini değil, "Millete hizmete devam edeceğim" sözlerini başlığa çıkarmıştır. Başbakan Erdoğan'ın da pakete yönelik savunmasını değil "Kabinde her an her şey olabilir" sözlerini "görmeyi" tercih eden gazete CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun ve MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin pakete yönelik eleştirilerine küçük haberler boyutunda da olsa ilk sayfadan yer vermiştir. Kılıçdaroğlu'nun sözlerini "Apoletsiz Evren Gibi" başlığıyla tanımlayan gazete, Devlet Bahçeli'nin "Andımızı okuyan olursa başbakan gaz mı sıkacak?" sözleriyle başlığa çıkarmıştır.

Hürriyet Gazetesi 3 Ekim günü Demokratikleşme Paketi'ne yönelik hiçbir habere ilk sayfasında yer vermemiş, sürece çok müdahil olmayan, karşılıklı vermeye çalışan, hafiften hükümete mesafeli duruşuna devam etmiştir. Hürriyet Gazetesi konuya ilişkin örtük bir söylemi benimsemiş ve doğrudan fark edilebilen bir ideolojik tavır geliştirmemiştir. Genellikle haberdeki denge unsurunu göz önünde tutan gazete, tek taraflı bir yönlendirmeyi, ya da ideolojik aktarımı benimsememiştir.

## Aydınlık Gazetesi

Aydınlık Gazetesi Demokratikleşme Paketini olumsuz olarak tanımlayan yayın kuruluşlarının başında gelmiş ve hükümete dönük negatif bir söylem haberlerinde dikkat çekmiştir. 1 Ekim 2013 günü manşete "Şeyh Tayyip Paketi" başlığıyla çıkan Aydnlık, haberin spotunda da kullandığı olumsuz yorumsal ifadelerle dikkat çekmektedir: "Başbakan Tayyip Erdoğan günlerdir reklamını yaptığı Demokratikleşme Paketi'ni açıkladı. AKP-PKK koalisyonunca hazırlanan paketten Cumhuriyet ve millet düşmanlığı çıktı." Aydnlık haberin devamında Hürriyet ve Sabah'ta olduğu paketin detaylarına yer veremekte; ancak kullandığı olumsuz-yorumsal ifadelerle hükümeti eleştirmektedir. Gazetenin konuyla ilgili ara başlıkları şöyledir: "Laikliği savunmak suç oluyor", "kamuda türban yasağı kalkıyor", "tarikatların önü açılıyor", "halk hareketi hedefte", "baraj aldatmacası" ve "andımız kaldırılıyor". Söyleme etki eden faktörlerin başında alıntılanan konuşmalar gelmektedir. Aydnlık haber aktörü olarak da İşçi Partisi Başkanvekili Hasan Basri Özbey'i ve Yargıçlar Sendikası Başkanı Osman Faruk Eminağaoğlu'nu seçmiş, her ikisi de paketi eleştirmiştir. İşçi Partisi Başkanvekili Hasan Basri Özbey, "Milletin devrim paketi geliyor" derken, Yargıçlar Sendikası Başkanı Osman Faruk Eminağaoğlu da "Paket, AKP'yi kapatma nedeni" şeklinde demec vermiş, dolayısıyla gazete "seçtiği" haber aktörleri aracılığıyla yanlı ve ideolojik bir sunum gerçekleştirmiştir.

Aydınlık 2 Ekim günü manşete CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun sözlerini çekmiş ve "Kılıçdaroğlu: AKP'nin paketi bizim önerilerimizin kötü bir kopyası" üst başlığıyla, "Paketimi çaldılar" başlığını kullanmıştır. Haberin spotunda şu sözler bulunmaktadır: "AKP'nin Cumhuriyet'e savaş ilan eden paketine CHP'den 'Eksik Bulduk' eleştirisi geldi. CHP Genel Başkanı, 'kamuda türban', 'andımızın kaldırılması', 'anadilde eğitim' ve 'baraj aldatmacası' gibi konulara itiraz etmedi." Aydnlık ayrıca Devlet Bahçeli'nin de pakete yönelik eleştirilerine yer vermiş onun şu sözlerini haberin spotuna taşımıştır: "Paket yapılan pazarlıklar sonucu oluşmuştur. Uzun süre bekletilmesinin esbabı mucibesi budur. Pakette Türk milleti yoktur, milletimizin beklentileri asla yer almamıştır."

3 Ekim tarihinde Aydnlık'ın manşetinde yine demokratikleşme paketi vardır. "Pakete isyan" başlığıyla verilen haberde toplumun pek çok kesiminin pakete isyan ettiği söylenmekte ve spotunda şu ifadeler yer verilmektedir: "AKP'nin Cumhuriyeti ve Türk milletini hedef alan paketine yargı çevreleri ve sendikalarından sert tepki geldi. 'Andımızın kaldırılması' çok sayıda ilde protesto edildi. Haberin girişi şöyle kurgulanmıştır: "ABD, AKP, PKK, TUSÜAD VE MÜSİAD'ın desteklediği paket tepkiyle karşılandı. Yargıtay Onursal Başkanı Sabih Kanadoğlu paketi, 'karşıdevrim' olarak nitelendirdi ve "Özel okullarda Türkçe dışında bir dille eğitim verilmesi bölünmenin başlangıcıdır" dedi." Haberde ayrıca pakete karşı olan Hikmet Sami Türk, Emine Ülker Tarhan ve Süheyl Batum gibi aktörlerin demecine yer

verilmekte ve hükümete karşı olumsuz bir söylemle haberler kurgulanmaktadır.

Aydınlık gazetesi demokratikleşme paketine karşı olumsuz bir bakış açısıyla haberlerini kurgulamış ve Hükümete karşı ideolojik tavrı pakete yönelik haberlerin çerçevesinde belirleyici olmuştur. Gazete, başlıklarından spotlarına, haber girişlerinden seçilen haber aktörlerine varıncaya değin ideolojik bir sunum yapmış, ana olay sunumunda yanlı bir dil tercih etmiştir. Aydınlik haberde denge unsurunu göz ardı etmiş, hükümet karşıtı aktörlerin konuyla ilgili demeçlerine yer vererek yönlendirici bir dil tercih etmiştir.

### Ortadoğu Gazetesi

Ortadoğu gazetesi genellikle MHP yanlısı bir tutum içinde durumu tanımlamış ve paket üzerinden hükümeti eleştirmiştir. Konuya ilişkin olumsuz bir bakış açısına sahip olan gazete pakete yönelik tavrını 1 Ekim tarihli attığı manşetle açıkça ortaya sermiştir. “AKP hükümeti, İmralı canisinin isteklerini türbana sarıp ‘demokratikleşme’ diyerek millete yutturmak için harekete geçti” üst başlığının altında “İhanetin paketi açıldı” manşetini atan Ortadoğu konuya ilişkin doğrudan olumsuz ifadeler kullanmaktan çekinmemiştir. İlk sayfasını tamamen pakete ayıran gazete, “Andımız yasak, Kürtçe eğitim serbest” ve “PKK istedi Erdoğan açıkladı” başlıklarının altında hükümeti eleştirmiş ve hükümet karşıtı bir söylemi destekleyen bir haber çerçevesi kurmuştur.

Ortadoğu gazetesi 2 Ekim tarihindeki nüshasında ilk sayfayı neredeyse tamamen Devlet Bahçeli’nin eleştirilerine ayırmıştır. Bahçelinin, “İmralı Canisini partine eş başkan yap” sözlerini manşete çıkaran gazete, Bahçelinin “Başbakan yıkım ustasıdır”, “Beddualarla anılacaklar” ve “kanlı katillere müjde verildi” sözlerini ara başlığa çeken gazete, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu için de “Erdoğan’la aynı kafada” başlığını kullanmıştır.

Gazete 3 Ekim tarihli nüshasında da yine paketi manşetine taşımış ve “Şeytan Üçgeni” başlığını kullanmıştır. Haberin spotu şu şekildedir: “PKK, oldu-bitti yapıp fiili durum oluşturdu. AKP onaylayıp paket yaptı ve resmi hale getirdi. CHP destek verip daha fazlasının yolunu açtı.” Haberin gövdesi şu şekilde kurulmuştur: “Demokratikleşme denilerek millete yutturulmak istenen planın ayrıntıları, Türkiye’de nasıl bir ihanet düzeninin kurulduğunu en küçük şüpheye yer kalmayacak şekilde belgelendi. PKK Anayasa ve kanunlara göre suç olmasına rağmen PKK’nın fiili olarak hayata geçirdiği ihanetleri tedbir alıp ortadan kaldırmak yerine paket yapıp onayladı ve kabul etti.” Ortadoğu paketle ilgili sadece AKP’yi değil, CHP’yi de suçlayarak partizanca bir tavır takınmış, her iki partiyi de eleştirerek MHP yanlısı bir söylem üretmiştir.

Özetle Ortadoğu demokratikleşme paketini hükümeti yıpratmak için iyi bir fırsat olarak görmüş ve habercilik ilkeleri çiğneme pahasına son derece yorumsal ifadelerle paketi ve hükümeti eleştirmiştir. Ortadoğu diğer gazetelere kıyasla AKP’nin yanı sıra CHP’yi de eleştirerek onun da bu süreçten olumsuz etkilenmesini amaçlayan bir habercilik yapmıştır. Paketi, “dış mihraklı” olarak tanımlayan Ortadoğu, haber başlıklarından haber aktörlerine varıncaya değin, bolca sıfat kullanarak konuyu kendi ideolojisine göre biçimlendirmiştir. Ortadoğu gazetesi konuya ilişkin bilgilendirme yaparken, aynı zamanda taraflı davranmış ve okurlarını kendi ideolojisi doğrultusunda yönlendirmiştir.

### Sözcü Gazetesi

Sözcü gazetesi de demokratikleşme paketi ile ilgili çok yayın yapmış ve konuya dönük olumsuz tavrını haberlerinin hemen hemen tümüne yansıtmıştır. Paketin açıklandığı ilk gün Sözcü’nün manşeti şu şekildedir: “İşte Tayyip’in paketinin özeti: Andımız kaldırıldı, türban ve çarşaf serbest bırakıldı; Gerisi Boş!” Haberin spotunda şu ifadeler yer verilmiştir: “Türkiye’nin nefesini tutup açıklanmasını beklediği demokrasi paketinde, dağ fare doğurdu. AKP tabanı hariç mutlu olan yok.” Basın toplantısını da eleştiren gazete, şu sözlerle Erdoğan’ı eleştirmiştir: “Sözde basın toplantısı ama bir tek soru bile sordurmadı.” Gazete konuyla ilgili haber aktörü olarak CHP, MHP ve BDP partilerini seçmiş ve doğruluğu tartışmalı şu sözlerle yer vermiştir: CHP: Laik Türkiye paketlenildi. CHP, ulusallaik Türkiye paketlenildi. MHP: Bu paket demokrasiyi güçlendirerek içine zehirlerin şırınga edilip üstünün de şekerle kaplanmasıdır. BDP: Halkın değil AKP’nin ihtiyacını karşılamak için yapılmış demokratikleşme değil seçim düşünülmüştür.” Sözcü ayrıca konuyla ilgili yazar Yılmaz Özdil ile de röportaj yapmış ve onun sözlerine de ilk sayfadan yer vermiştir: “AKP’nin motoru durdu, yokuşa aşağıya gidiyor.”

Sözcü gazetesi ikinci gün Cumhurbaşkanı eşi Hayrünnisa Gül’ün meclise girmesini paketle ilişkilendirerek şunları söylemiştir: “Yandaş basının yere göğe sığdıramadığı ... Tayyip’in devrimi meclise girdi.” Haberin spotunda şu ifadeler yer verilmiştir: “Demokrasi paketinin kamuda serbest bıraktığı türban dün Meclis’e girdi. Hem de daha yasal düzenleme yapılmadan Cumhurbaşkanı Gül dün Meclis’in açılış törenine gitti, yanında eşi de vardı. Hayrünnisa Hanım, kürsüde konuşan eşini, locada komutanların hemen yanında dinledi. Böylece Cumhuriyet tarihinde ilk kez bir Cumhurbaşkanı eşi Meclis’e türbanla girmiş oldu.. Hayırlı olsun!...” Son derece yorumsal hatta alaycı ifadelerle, ötekileştirici bir dil kullanarak ideolojik bir sunumu tercih eden Sözcü gazetesinin konuya ilişkin yoğun ilgisi de dikkat çekmektedir.

3 Ekim günü Sözcü manşetine Andımız’ın kaldırılmasına yönelik tepkileri taşımıştır. “Atatürk’ün emanetinin kaldırılmasına tepki çığ gibi: Andımız Öfkesi” manşetine, “İktidarın, demokratikleşme bahanesiyle Andımız’ı kaldırması halkı sokağa döktü. Duyarlı vatandaşların AKP’ye öfkesi büyük.” spotu eşlik etmiştir. Haberin girişi, bir haberden çok yorum şeklinde tasarlanmıştır: “Yurdun dört bir yanında sokağa dökülen vatandaşlar tepkilerini şöyle haykırdı: ‘Andımız bize Atatürk’ten miras, PKK istemiyor diye onu kaldıramazlar. Türk milletini kucaklayan Andımız’ı gönüllerimizden silemeyecekler. Bu iktidar gider, ama Atatürk hep kalır.’” Haberin devamında, “Yeni Andımız” başlığının altında şu ifadeler yer verilmiştir: “Dindarım; kindarım; benden olan dışında kimseyi korumam; saymam; sevmem. Vazifem şeriata gitmektir. Bundan yüksek, ileri yoktur; En büyük Tayyip.” Yine alaycı bir dil kullanımına devam eden Gazete, habercilik adı altında son derece ideolojik ve yönlendirici bir dil kullanmaktan çekinmemiştir.

Bu süreçte sözcü gazetesi ideolojik dil kullanımında son derece cüretkar davranmış, hatta haberciliğin “asgari” prensiplerini, “tamamen” devre dışı bırakmıştır. Paketi, “Tayyibin paketi”, “Laik Türkiye paketlenildi”, “Atatürk’ün mirası kaldırıldı”, “Vazifem şeriata gitmektir” kelimeleriyle tanımlayan Gazete, son derece ideolojik bir dil tercih etmiştir. Sözcü, konuya ilişkin bilgilendirme yaparken aynı zamanda taraflı davranmış ve okurlarını ideolojisi doğrultusunda yönlendirmiştir. Ayrıca Sözcü, haberde

ki denge unsuruna dikkat etmemiş ve tek taraflı bir sunum gerçekleştirmiştir.

## SONUÇ

Medyanın sunduğu enformasyon, yurttaşlar için eylem temelini oluşturmaktadır; aynı zamanda da politik kamuoyunun oluşması için bir koşul oluşturmaktadır. Medya olayları sahip olduğu habercilik değerlerine göre değerlendirmekte ve politik aktörleri kamuoyuna sunarak onların eylem ve etki olanaklarını belirlemektedir. Buna göre; medya haberleri, realitenin bir kopyasını sunmamaktadır; medya kendi sistem koşullarında oluşan gerçeklik tasarımlarını sunmaktadır (Alver 2003: 231). Özellikle toplumun farklı kesimlerince, “farklı” tanımlanabilecek, tartışmaya ve yönlendirmeye açık haberlerin sunumunda “ideoloji” devreye girmekte bu yüzden de gazeteler birbirinden farklı gerçeklik tasarımları yapabilmektedir. Bilhassa sahiplik yapısı ve farklı ideolojileri benimseme gibi temel faktörler, gazeteleri birbirlerinden değişik gerçeklik “tanımlamalarına” neden olmaktadır.

Bir metnin ideolojik olup olmadığına, söz konusu metni söylemsel bağlamından kopartılmış bir halde inceleyerek karar vermek mümkün değildir. İdeoloji, bir ifadenin içerdiği dilsel özelliklerden çok kimin kime hangi amaçlarla ne söylediğiyle ilgili bir meseledir (Eagleton, 2005: 28). Bu makalede 30 Eylül tarihinde Başbakan Erdoğan tarafından açıklanan demokrasi Paketi'nin gazetelerinde nasıl haberleştirildikleri ve nasıl birbirlerinden farklı gerçeklik tasarladıklarını göstermek amacıyla yazılmıştır. Söylem analizi yöntemi ile elde edilen bulgular, aynı olayın farklı gazetelerde nasıl temsil edilebileceğine dönük önemli veriler içermektedir.

İlgili çalışma sonunda 7 gazetenin de birbirlerinden farklı gerçeklik tasarladıkları, kiminin diğerine benzediği, kiminin ise tamamen farklı bir gerçekliği tercih ettiği görülmektedir. Halen TMSF'nin yani hükümetin denetimi altında olan Akşam Gazetesi 3 gün boyunca Demokrasi Paketi ile ilgili geniş haberler yapmış ve hükümet yanlısı bir ideolojik dolayımı tercih etmiştir. Hükümete yakın Sabah gazetesi de Akşam'a benzer şekilde ideolojik çerçevesini belirlemiş ve paketin ülke demokrasisi için bir milad olduğunu ve özgürlükleri genişlettiğini vurgulamıştır. Aynı şekilde Yeni Şafak gazetesi de konuya olumlu yaklaşmış, haber aktörlerinin seçiminden, başlıklara, kullanılan fotoğraflara varıncaya değin ideolojik bir çerçeveleme kullanmış ve yanlı bir habercilik yapmıştır. Hürriyet gazetesi ise konuya çok ideolojik yaklaşmamış ve haberdeki denge unsurunu göz önünde bulundurarak hem olumlu hem de olumsuz haberlere sayfasında yer vermiştir. Aydınlik gazetesi ise, özellikle PKK'nın paketi etkilediğini ileri sürmüş, ulusalcı bir dili tercih ederek, sadece hükümet karşıtlarının görüşlerine yer vererek yönlendirdici bir dil kullanmıştır. Ortadoğu gazetesi ise konuyu yakın olduğu Milliyetçi Hareket Partisi perspektifinden ele almış, süreçle ilgili olarak hem AK Parti'yi hem de Cumhuriyetçi Halk Partisi'ni kıyasıya eleştirmiştir. Sözcü gazetesi de pakete yönelik çokca haber yapmış ve ideolojik bir aktarım gerçekleştirmiştir. Diğer muhalif gazetelerden farklı olarak, mizahı da kullanan Sözcü, alaycı bir dille Hükümet'i kıyasıya eleştirmiştir.

İdeoloji, gerçeğe yönelik tavrımız ise kullandığımız kelimeler de ideolojimizi ortaya koyan en önemli göstergelerdir. Söylem analizinde özellikle bağlamsal nedenlerle “seçilen” kelimeler, metinlerin ideolojisini ortaya koymaktadır. Seçilen kelimeler aynı zamanda durumun da nasıl tanımlandığını göstermektedir. Demokrasi Paketini de, Akşam, “Erdoğan Devrimi”, Sabah,

“Yeni Türkiye için 20 Adım”, Yeni Şafak, “Demokrasiye Yüksek standart”, Hürriyet, “Öncü Paket”, Aydınlik, “Şeyh Tayyip Paketi”, Ortadoğu, “İhanet Paketi” ve Sözcü de “Andımız Kaldırıldı” şeklinde manşete taşımışlar ve konuya ilişkin bakış açıları doğrultusunda durumu tanımlamışlardır. İlgili gerçeklik tasarımlarında medyanın ekonomi politikası belirleyici rol oynamış ve Röben'in de ifade ettiği gibi, tesadüflerin değil, “zorlayıcı güçlerin” belirleyici olduğu görülmüştür. Haber süzgeçlerinin ayarlanmasında, ekonomik ve siyasi faktörler söylemleri etkilemiş, seleksiyon sürecinde pek çok “bağlantı” dili zorlamıştır. Muhabirler ile yöneticilerin, yöneticilerle güç odaklarının ilişkisi, “ideolojik boyutu” olan her haberde olduğu gibi, demokrasi paketi haberlerinin de aktarılmasında belirleyici olmuştur. Herbert Schillerin de ifade ettiği gibi, medya yöneticilerin manüplatif yönelimleri bir takım imajların ve haberlerin “yaratılmasına” yol açmış, birbirlerinden çok farklı gerçekliklerin tasarlanmasına neden olmuştur. Pazar ekonomisinin prensipleri söylemi yönlendirmiş ve Hernan ve Chomsky'nin işaret ettiği “çıkar ilişkileri” haberlerin aktarımına etki etmiştir. Tüm bu veriler, farklı ideolojilere sahip gazetelerin aynı olayla ilgili farklı gerçeklikler tasarlayabilmelerine yönelik çalışma öncesi varsayımımızı haklılaştırmıştır.

## KAYNAKÇA

- Alver, Füsün (2003). Basında Yabancı Tasarımı ve Yabancı Düşmanlığı, İstanbul: Der Yayınları
- Chomsky, Noam (1993) Medya Gerçeği, Çeviren: Osman Akinhay ve Abdullah Yılmaz, İstanbul: Tüm Zamanlar Yayıncılık
- Curran, James., Gurevitch, Micheal ve Woollacott, Robert (1989-1990) “İletişim Araçları Üzerine Çalışma: Kuramsal Yaklaşımlar”, İLEF Yıllık 1989-1990, Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları
- Eagleton, Terry (2000) İdeoloji, Çev: Muttalıp Özcan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- Erdoğan, İrfan ve Alemdar Korkmaz (2005) Öteki Kuram. Ankara: Erk Yayınları
- Granham, Nicholas(2008) “Ekonomi Politik ve Kültürel Çalışmalar: Uzlaşma mı, Boşanma mı?”, İletişim Çalışmalarında Kırılmalar ve Uzlaşmalar, Der ve Çev: Sevilay çelenk, Ankara: DeKi Yayınları
- Hall, Stuart (1997) “İdeoloji ve İletişim Kuramı” Medya Kültür Siyaset, Der: Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınevi
- Herman, Edward ve Chomsky, Noam (2006) Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politikası, Çev. Ender Abadoğlu, İstanbul: Aram Yayıncılık.
- İnal Ayşe (1996) Haberi Okumak, İstanbul: Temuçin Yayınları
- İnal Ayşe (1997) “Haber Metinlerine Eleştirel Bir Bakış: Temel Sorunlar ve Örnek Çalışmalar”, A.Ü. İletişim Fakültesi Yıllık 1994
- İnal, Ayşe (1993-1994) “Haber Aktarım Sürecinde İki Farklı Yaklaşım”, İLEF Yıllık 1993-1994, Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları
- İrvan, Süleyman (2000) “Metin Çözümlemelerinde Yöntem Sorunu”, Medya ve Kültür, (3-5 Mayıs 2000, 1. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri,)Ankara Gazi Üniversitesi İletişim Dergisi
- Murdock, Graham ve Golding, Peter (1997). “Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik”, Medya Kültür ve Siyaset, Ed: Süleyman İrvan, Ankara: Ark yayınları
- Schiller, Herbert (2005) Zihin Yönlendirenler. Çev: Cevdet Cerrid, İstanbul: Pınar Yayınları.
- Shoemer, Pamela ve Reese, Stephen D. (1997) “İdeolojinin



Medya İçerięi Üzerindeki Etkisi”, Medya Kültür Siyaset, Der:  
Süleyman İrvan, Ankara: Ark Yayınevi  
Van Dijk, Teun A. (1987). News Analysis, , New Jersey: Law-  
rance Erlbaum Associatess Publishing

Van Dijk, Teun A. (2003) “Söylem ve İdeoloji Çokanlamlı Bir  
Yaklaşım”, Çev: N. Ateş, Söylem ve İdeoloji, Haz: Barış Çoban,  
Zeynep Özarslan, İstanbul: Su Yayınları