

## Araştırma Makalesi (Research Article)

Egemia, 2020, 7: 107-138

Murat ÖZDEMİR<sup>1</sup>

Orcid No: 0000-0002-5421-8828

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Medya ve İletişim  
Çalışmaları

sorumlu yazar: [muratozdemir358@hotmail.com](mailto:muratozdemir358@hotmail.com)

### Anahtar Sözcükler:

Post-truth, İdeoloji, Ekonomi-Politik, Barış  
Pınarı Harekâtı, Eleştirel Söylem Analizi.

### Keywords:

Post-truth, Ideology, Economy-Politics,  
Operation Peace Spring, Critical Discourse  
Analysis.

## Post-Truth Çağda İdeolojik Farklılıkların Medya İçeriklerine Yansımaları: Barış Pınarı Harekâtı Haberlerinin Söylem Analizi

The Reflection Of Ideological Differences In The Media Content  
Of Post-Truth Age: The Discourse Analysis Of The Operation Peace  
Spring News

Alınış (Received): 15.07.2020

Kabul Tarihi (Accepted): 25.09.2020

### ÖZ

Medyanın toplumu veya kamuoyunu aydınlatma ve doğru bilgilendirme işlevi, günümüzde statüko ya da iktidar yapıları ile sıkı ilişki içerisinde bulunan medyanın konumu nedeniyle önemini yitirmeye başlamıştır. Özellikle toplumun haber alma ihtiyacını gideren medya kuruluşlarının son yıllarda gerçeğe gereken önemi vermeden haberler üretmesi ve yukarıda belirtilen bu işleviyle çelişmesi, günümüzde post-truth tartışmalarıyla beraber önemli bir konuyu teşkil ettiği yadsınamaz bir gerçektir. Hakikatin değerini yitirmesi ve dolayısı ile ideolojik tahakkümlerin haber metinlerine yerleştirilmesi, geleneksel medya ortamlarında sıkça başvurulan yollardan biri olmuştur. Türkiye’de medya, bu sorunun odak merkezlerinden biri olarak çeşitli konularda yaptıkları haberlerle araştırmacılara zengin bir alan sağlamaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de çeşitli ideolojilere sahip gazetelerde üretilen Barış Pınarı Harekâtı haberleri iktidar-ideoloji ilişkisi çerçevesinde Van Dijk’ın eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Eleştirel söylem analizi yöntemi ile incelenen haber metinleri 10 Ekim 2019 tarihinde Sabah, Star, Yeni Şafak, Cumhuriyet, Birgün ve Yeniçağ gazetelerinin ilk sayfalarındaki manşet ve spotlardan seçilmiştir. Analiz ve çözümlenmenin sonucunda farklı ideoloji ve sahiplik yapıları olan bu gazetelerin ideolojik anlayışlarına uygun farklı gerçeklikler ürettikleri tespit edilmiştir.

### ABSTRACT

The media’s function of enlightening and informing the public has begun to lose its importance due to the position of the media, which is in close contact with the status quo or government structures today. It is an undeniable fact that media organizations that meet the need for news in public, in recent years, have produced news without paying necessary attention to reality and contradicted the function mentioned above, along with the post-truth discussions. The fact that the truth has lost its value and thus the placement of ideological domination in the texts of news has been one of the frequently used ways in traditional media. The media in Turkey provides an extensive area for researchers with news on various issues as one of the focal centers of this problem. In this study, the Operation Peace Spring news in the newspapers produced in Turkey with various ideologies were examined within the framework of the power-ideology relationship by Van Dijk’s critical discourse analysis method. The news texts analyzed with the critical discourse analysis were selected from the headlines and spots on the first pages of the newspapers of Sabah, Star, Yeni Şafak, Cumhuriyet, Birgün, and Yeniçağ on October 10, 2019. According to the analysis, it was found that these newspapers, which have different ideologies and ownership structures, produce different realities in accordance with their ideological perspectives.

## GİRİŞ

Medya-ideoloji ilişkisi iletişim çalışmalarının en çok üzerinde durduğu alanların başında gelmektedir. İdeolojilerin haberleri şekillendiren bir unsur olduğu ve medya araçlarının ideoloji yüklü mesajları kitlelere aşıladığı konusu, yıllardır tartışılmaktadır. Nitekim iletişim alanındaki ekonomi-politik yaklaşımlar, medyanın sahiplik yapısına odaklanarak medyanın bir propaganda aracı haline dönüştüğüne işaret etmektedirler. Bu bağlamda ideoloji basın kuruluşlarının temsiline etki etmekte ve farklı gerçeklik tasarımları söz konusu olabilmektedir.

İdeoloji, genel olarak belirli bir grup ya da topluluğun diğerlerinden ayrılan özgün bir düşünce biçimi olarak tanımlanabilir. İdeoloji kavramı, tarihsel seyir içerisinde çeşitli bağlamlardan yola çıkılarak tanımlanmış ve genellikle kapitalist anlayışla ilişkilendirilerek ele alınmıştır. Karl Marx, ideolojiyi “insanların kendi sosyal statülerini fark etmelerine engel olan ve burjuva değerleri tarafından üretilen, yapay ve yanlış bir bilinç” olarak tanımlamaktadır (Marx ve Engels, 1992: 32). Marx, ideoloji tanımlamasında kapitalist egemen düşüncelere ve burjuva ideolojisine vurgu yaparak zihinsel üretimin de onların elinde olduğuna işaret eder. Bu durum Marx’a göre yeni değildir ve zihinsel üretim araçlarına sahip olamayanların düşünceleri de egemen sınıfa bağımlıdır (Marx ve Engels, 1992: 70). Bu çerçevede ideolojinin egemenlik ilişkileri üzerinde etkili olan ve anlam üretiminin inşasını sağlayan anahtar bir kavram olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Marx’ın ideoloji tanımlamasını farklı açılardan ele alan Neo-Marksistler ise ideolojinin ekonomi dışındaki yönlerine vurgu yaparlar. Post-Marksistlerden biri olan Antonio Gramsci, ideolojiyi ekonomiden bağımsız, kültürel süreç olarak ele alır. Gramsci’ye göre hegemonya kavramı, ideolojinin üretiminde bir araçtır ve rıza üretimi ideolojiyi yeniden inşa etmektedir (Gramsci, 1999: 73). Louis Althusser de Gramsci’ye paralel olarak ideolojinin üretiminde ekonomik koşulları göz ardı etmiş ve devletin ideolojik aygıtları kavramsallaştırmasını yaparak öznenin ideolojik aygıtlar tarafından kuşatıldığını ifade etmiştir (Althusser, 2014: 138).

Egemen ya da muhalif söylemsel pratiklerin içerisine yerleştirilmiş olan ideoloji, belirli bir toplumsal gerçekliği üretmede aktif rol oynar. Teun Van Dijk 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” (Van Dijk, 2003: 21). İdeolojinin var olan toplumsal grupların söylemlerini oluşturmada etkili olduğunu belirten Van Dijk, ideolojinin söylemi üretmede başat bir rolü olduğunu söyler (Van Dijk, 2003: 24). Bu bağlamda söylem, dil içerisinde kodlanan ideolojiyi toplumsal olarak açığa çıkarır. Söylem ile ideoloji birbirlerini

beslemektedir ve tek yönlü bir süreç değildir. “Söylemin de ideolojinin sürdürülmesini sağlayan, bireysel ve toplumsal bilişsel şemaları farkına varılarak ya da varılmadan etkileyen önemli bir gücü bulunmaktadır. Bu nedenle toplumsal-kültürel, toplumsal-psikolojik ve toplumsal-politik süreçler açısından söylemin hangi amaçlar doğrultusunda ve nasıl yapılandırıldığı önem kazanmaktadır” (Karaduman, 2017: 38). Günümüzde dilsel pratiklerin ideoloji ile yüklü olduğu ve bu dilsel yapıları dilbilimsel açıdan açıklamaya çalışan çalışmalar *Eleştirel Söylem Çözümlemesi* olarak isimlendirilmektedir (Büyükkantarcıoğlu, 2012: 166).

İdeolojik bakımdan gazeteler sahiplik yapısı tarafından daima baskı altındadır ve sahiplik yapısının ideolojisi dışında içerik oluşturamaz. Ekonomik veya siyasi açıdan güce sahip olan mekanizmalar ise medyanın yönlendirici gücünün farkında olduğu için medyanın daima kendi anlayışını barındırmasını ve yaymasını ister. Bu yönde de baskıya maruz kalan medyanın objektif olabilmesi zorlaşır ve “objektiflik” sorunsalı baş gösterir. Bu çalışmada, yakın zamanda gerçekleştirilen Barış Pınarı Harekatı’nın Türk basınında nasıl haberleştirildiği, farklı ideolojideki gazeteler örneğinde Van Dijk’ın eleştirel söylem analizi yöntemiyle analiz edilmiş, böylece ideolojik farklılıkların ve sahiplik yapılarının ilgili haber metinlerinin inşasında nasıl etkin oldukları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Söylem analizi yöntemi ile incelenen metinler 10 Ekim 2019 tarihli *Sabah*, *Star*, *Yeni Şafak*, *Cumhuriyet*, *Birgün* ve *Yeniçağ* gazetelerinin ilk sayfalarında yer alan haber ve spotlardan seçilmiştir.

## POST-TRUTH’A KAVRAMSAL BİR BAKIŞ

Dijitalleşme ve küreselleşme çağında bilgi insanlığın üzerinde durduğu önemli dinamiklerden biridir. Bilgiye sahip olan toplumlar ya da çok uluslu şirketler bilgiyi bir araç olarak kullanmaktadır. Enformasyon teknolojisi devrimi, bilginin küresel ölçekte dünyanın dört bir yanına taşınmasını sağlamış ve bu yolla istenilen fikir ya da ideolojiler sürece bağlı olarak kitlelere aşılanmıştır. Kitleler, maruz kaldıkları enformasyon bombardımanı karşısında neyin gerçek neyin sahte olduğunu kavramakta zorlanmaya başlamıştır. Toplumsallıktan ziyade bireysel duygu sistemini etkileyen bu durum, post-modern dönemde en önemli sorunlardan biri haline gelmiştir.

Post-truth kavramı ilk defa 1992 yılında Sırp asıllı Amerikalı yazar Steve Tesich tarafından kullanılmıştır. Tesich, *The Nation* adlı dergide kaleme almış olduğu yazıda daha önce gerçekliğin ortaya çıkışından sonra olarak tanımlanan bu kavramı günümüzdeki anlamı ile kullanmıştır (Şimşek, 2018: 2). Kavramın popüler hale gelmesi ise Ralph Keyes’in 2004 yılında yazmış olduğu *Hakikat Sonrası Çağ* isimli eserinden sonra olmuştur. Devam eden yıllarda

gerçekliğin toplum tarafından sorgulanması ve siyaset alanında yalan kavramıyla içkin bir hale gelmesi, kavramın popülerliğini daha da artırmıştır. 2016 yılında yapılan Brexit Referandumu ve ABD Başkanlık seçimleri gerçek ötesi olgusunun uygulanabilirlik noktasını tüm dünyaya göstermiştir. Aynı yıl Oxford Üniversitesi tarafından yılın kelimesi olarak seçilen post-truth'un tanımı "*belirli bir konu üzerinde kamuoyu belirlemede nesnel hakikatlerin duygulardan ve kişisel kanaatlerden daha az etkili ve daha az önemli olması durumu*" (Oxford Dictionary, 2016) olarak yapılmıştır. Burada dikkat çeken bir durum söz konusudur. Kamuoyunu oluşturan bireylerin toplumsal yapı içerisinde belirlenen konular karşısında az da olsa nesnel bir tutuma sahip olduğu, tamamen subjektif davranmadığı vurgulanmaktadır. Oysa günümüzde hegemonik bir yapıya bürünen enformasyon toplumunda; bireylerin ait olduğu düşünce, inanç ya da fikirlerden hiç kopmadığı tamamen öznel bir tutum içerisinde kararlar aldıkları düşünülmektedir.

Post-truth kavramı aslına bakılırsa çok da yeni bir kavram değildir. Yalan söyleme ya da gerçeği istediği yönde değiştirmek insanlık tarihinin başlangıcından beri vardır. Dilin oluşumundan ve yazılı tarihin başından beri söylenen yalanlar onun etkisinde karşımıza çıkmaktadır (Uzunoğlu, 2017: 41). İhtiyaç ve doyumların tatmin edilmesi adına ilk çağlarda söylenen yalanlar, insanlığın aynı zamanda söylem becerilerinin gelişmesini de etkilemiştir. Hayal gücünün gelişmesi ve yaratıcılığı ön plana çıkan kişilerin daha fazla şeye sahip olduğu fikri, diğer insanların da yalanlara yönelmesini sağlayan faktörlerden biri haline getirir.

Günümüzde araç açısından bakıldığında geleneksel medya araçları içerisinde gerçeğin anlamından koparılmasında televizyonun da büyük bir payının olduğunu söylemek yanlış olmaz. Hakikat sonrası ortaya çıkışını televizyonun yükselişiyle bağlantılı olduğunu söyleyen Ralph Keyes, televizyon izleyicilerinin erken çocukluk döneminden itibaren bu kitle iletişim aracının yalanlarına, yarı gerçekliklerine ve düz aldatmacalarına maruz kaldığına işaret eder (Keyes, 2017: 229). Sürekli ekran başında olan insanlar, gerçek dünya ile televizyon dünyası arasında gerçekliğin ne olduğunu çözme konusunda problem yaşarlar. Gerçekliğin ne olduğu üzerinde çeşitli çalışmalar yapan postmodernizmin önemli temsilcilerinden olan Jean Baudrillard, gerçeğin anlamının yitirildiğini ve gerçeğin yerini alan kopyası ile gerçeğin arasındaki ayrımın ortadan kalktığını söyler (Baudrillard, 2018: 14-15). Televizyonun gerçeğin ortadan kaldırılmasında büyük katkısı olduğunu ifade eden Baudrillard, ekranlarda gerçeğin yerini simülasyonların aldığını belirtir ve bunu hipergerçeklik kavramıyla temellendirir. Yukarıda bahsettiğimiz gerçeğin anlamından kopuşuna ve yalan haberlere televizyonda yayımlanan McCarthy duruşmaları, hileli yarışma programları, Einshower'ın U-2 uçuşlarına

dair söylenen yalanları itiraf etmesi, Vietnam ve birçok güvenilirlik açığı, Watergate duruşmaları ve İran-Kontra'nın yalanları (Keyes, 2017: 229) örnek olarak gösterilebilir.

Post-truth çağda bilginin deforme edilmesi ya da gerçekliğin istenilen yönde inşa edilmesi nedeniyle doğru bilgiye ulaşmak oldukça zorlamıştır. Medya, manipülasyon yoluyla gerçekliği ve bilgiyi haber üretim süreçlerinde ideolojik olarak dönüştürmektedir. Bu durum haberde “objektiflik” sorununu gündeme getirmektedir. Medya içeriklerinin güvenilirliği konusunda dezenformasyon sorunu ortaya çıkmış ve haberlerin kime veya neye göre tanımlandığı önemli hale gelmiştir.

## **MEDYA- IDEOLOJİ İLİŞKİSİ**

Toplum bilgilendirme görevi olan kitle iletişim araçları, günümüz toplumunda bu görevi ifa etme noktasında tartışmalı bir noktadadır. Medyanın endüstrileşmesi ve tekelleşmesi sonucu olarak temel görevi toplumu bilgilendirme ve aydınlatma işlevi, yerini ekonomi ve ideoloji temelli tahakkümlere bırakmıştır. Bu bağlamda kitle iletişim araçlarının statüko ya da iktidar merkezleri tarafından ideolojik hegemonyanın üretimi ve yayılımını sağlayan araçlar olduğu tartışması, günümüzde hala devam etmektedir. “Eleştirel medya çalışmaları perspektifinden yapılan araştırmaların temel kaygısı, medyanın ideolojik bir aygıt olduğu ve bunun öncelikli nedenlerinden birinin ise medyanın sahiplik yapısı yani ekonomi-politik yapılanmasıyla ilintili olduğudur” (Sine, 2017: 78). Bu sebeple çalışmanın merkezi ile ilgili olarak ekonomi politik yaklaşım ayrıntılı ele alınacaktır. Ancak diğer eleştirel kuramların konuya ilişkin yaklaşımlarına da değinilecektir.

Eleştirel medya çalışmaları, ana akım medya çalışmalarının siyasi ve reklam temelli politikalarını ele alarak medyanın ideoloji ve ekonomi-politik yönüne işaret eder. Bu noktada eleştirel çalışmalar içinde Marksizm önemlidir. “Eleştirel çalışmalar, kısmen Marksizm'den etkilenir. Marx'tan sonra Avrupa'da çalışmalar yapan bazı Marksistler, Marx'ın temel formülasyonunda üstyapının unsurları olarak ele aldığı kültür ve ideolojiyi çeşitli sosyal olayları yorumlayabilmek adına ele aldılar. Genellikle Batı Marksizmi olarak bilinen bu düşünürler, var olan toplumsal ilişkilerin korunmasında ve yeniden üretilmesinde kültür ve ideolojinin önemli işlevleri olduğunu görmüşlerdir. Toplumsal kurumları ve kitle iletişim araçlarını kapitalist sınıfın egemen fikir ve görüşlerinin topluma aktarıldığı aygıtlar olarak değerlendirmişlerdir” (Yaylagül, 2006: 81-82). Kapitalist sınıfın eleştirisini yapan Marksistler, kendi paradigmaları içerisinde ayrışır. Yapısalcılık, kültürel çalışmalar ve ekonomi politik paradigmlar; bu farklılaşmanın temel üç unsurudur (Gurevitch, Bennet, Curran ve Woollacott,

1982: 8). Çalışmanın bundan sonraki kısmında medyanın ideoloji ve özellikle ekonomi-politik yönüne vurgu yapan çalışmalara değinilecektir.

Medya-iktidar-ideoloji bağlamında eleştirel kuram denilince akla ilk gelen geleneklerden biri, Frankfurt Okulu'dur. Frankfurt Okulu temsilcilerinden Theodor Adorno ve Max Horkheimer, *Aydınlanmanın Diyalektiği* adlı eserlerinde ideolojinin eleştirisini yaparlar. Bu eserlerinde ideolojiyi Aydınlanma sürecinin bir parçası olarak gören Adorno ve Horkheimer, tüketim kültürü bağlamında kültür endüstrisi kavramını ortaya atarlar. Kültürün kapitalist sınıfın elinde bulunması, kültürün tekelleşmesine neden olmuş; kültür ve sanat eserleri standart hale gelmiştir. Özgünlüğe sahip olmayan bu ürünler, tüketicileri memnun etmeye ve tüketicilerin gerçeklerden uzak tutulmasını sağlamıştır. Bunun sonucunda gerçekten kaçan bir kitle toplumu ortaya çıkmış, bu kitleye kapitalist ideoloji benimsetilmiştir. Kitle iletişim araçlarının baskıcı bir yapı olarak kitlelere kapitalist ideolojiyi aşılması, kitlelerin egemen yapıya ya da söyleme eleştirilerini engeller (Adorno ve Horkheimer, 2014: 162-222).

Eleştirel medya çalışmalarında önemli merkezlerden birisi de İngiliz Kültürel Çalışmalar Merkezi'dir. İngiliz Kültürel Çalışmalar geleneğinin en önemli temsilcisi sayılan Stuart Hall, ideoloji ve medya arasındaki ilişkiyi bir bütün olarak ele alır. Hall, medya analizini bir bütün olarak toplumsal, siyasal, ekonomik ve kültürel dönüşümün merkezi olarak görür (Hall, 2006: 164). İletişim sürecinin nasıl ele alınması gerektiği üzerine çalışan Stuart Hall, ideoloji-dil-söylem ilişkisini ünlü *Encoding/Decoding* çalışmasında irdeler. Hall, ana akım iletişim çalışmalarında tek yönlü gelişen "kaynak-mesaj-alıcı" döngüsünün iletişim sürecini açıklamakta yetersiz kaldığını ileri sürer (Hall, 2006: 163). Bunun yerine iletişim sürecinde medya mesajlarına verilen cevapların çeşitliliğine geniş bir alan açar ve bu durumu üç kategoride özetler: "İdeolojik olmadığı öne sürülen egemen okuma, alımlama konumlarından biridir. Müzakereli ya da tartışmalı okuma olarak tanımlanan okuma ise okuyucuların/dinleyicilerin/izleyicilerin kendi toplumsal faydaları için ürettikleri çabayı tanımlar. Son olarak ise kaynak tarafından gönderilen mesajı tamamen farklı bir çerçeve içerisinde ele almaya çalışan karşıt okuma ya da muhalif koddur (Hall, 2006: 171-173) Hall, tartışmalı ve karşıt okumada özneyi edilgen bir konumdan etken bir konuma yerleştirerek öznenin tarihselliğini de kültürle özdeşleştirir. Kodlama sürecindeki kültürel anlayışını ideoloji perspektifinde ele alır ve göstergeyi ideolojik bir alan olarak belirtir (Hall, 2006: 166-168).

Eleştirel çalışmalar içerisinde Frankfurt Okulu ve Kültürel Çalışmalar ekolünün medyaya ilişkin bakış açıları, medyanın ürettiği ve dolaşıma soktuğu anlamların nasıl oluştuğuna ve nasıl alımlandığına odaklanır. Kültür ve ideoloji kavramlarını ön plana çıkaran

bu yaklaşımların aksine ekonomi-politik yaklaşım, altyapıya vurgu yaparak medyanın ekonomik örgütlenme ve mülkiyet ilişkileri ile olan ilişkilerini formüle eder. Metin çözümlenmeleri ve ideolojik söylemlerden ziyade ekonomik koşullar ekonomi-politik yaklaşımda öne çıkmaktadır. Sahiplik ve mülkiyet ilişkileri, ekonomi-politik yaklaşımın anahtar kavramları olarak ön plana çıkar. Ekonomi-politik yaklaşım, kültürel üretim ve süreçlerin kar ve pazar maksimizasyonuna yönelik olduğunu öne sürer ve medya araçlarının ideolojik bir aygıt olarak kullanıldığının altını çizer. Medyada tekelleşme, reklamların fonksiyonları, medyanın ticarileşmesi ekonomi-politik anlayışın kuramsal temellerini oluşturur.

Medya sahiplik yapısının haber üretim sürecinde aktif bir rol oynadığı ve haber üretimindeki hakimiyeti, ekonomi-politik yaklaşımın öncül anlayışlarından biridir. Ekonomi politik yaklaşımın temsilcilerinden Peter Golding ve Graham Murdock, medyanın bu üretim sürecinde büyük şirketler tarafından yönetildiğini ve buna bağlı olarak biçimlendirilmiş medya içeriklerinin arttığına işaret ederler (Golding ve Murdock, 2002: 70) Bu noktada kamusal alanın kontrol mekanizması ile denetlendiğini ve sınırlandırıldığını savunarak iki başlık üzerinde durmaktadırlar: Birinci başlık büyük şirketlerin mülkiyet yapısında ve eylemler üzerindeki kontrolünün yarattığı sonuçlardır. İkinci başlık ise devlet müdahalesi ile iletişim kurumları arasındaki ilişkilerin içeriğidir (Golding ve Murdock, 2002: 70-71). Medya sahiplik yapısındaki değişimlerin yarattığı etkiyle beraber devletler ile medya kurumları çeşitli ilişki ağları içerisine girmiştir. Medya kurumlarının ait olduğu küresel ölçekli şirketler, devletler üzerinde dolaylı bir kontrol mekanizması işlevi görürler. Bu bağlamda medya kartelleri “kamusal çıkarlara hizmet eden bağımsız gözcüler değil, güçlerini özel çıkarlarını ilerletmek amacıyla kullanan, kendi çıkarından başkasını gözetmeyen şirketlerdir” (Curran, 2002: 194).

Medyanın ekonomi-politik yaklaşımının bir diğer anlayışı ise hükümetle yakın ilişkileri olan medya şirketlerinin enformasyon konusunda devletle bütünleşmesidir. “Buradaki vurgu medya şirketleri ile hükümet arasındaki bireysel etkileşimlerden çok medyanın kapitalizmle bütünleşme yolları üzerinedir. Bu bütünleşme, sermayeyi destekleyici söylemlerin onaylanmasını teşvik etmektedir” (Curran, 2002: 194-195). Kapitalist çok uluslu sermaye, medyayı denetim altına alarak ekonomik ve ideolojik çıkarlarını elde etmiştir. Medyanın demokratik işlevlerinden biri olan hükümeti gözetleme işlevi, yerini kapitalist sermayenin fikirlerini kapsayan propaganda temelli enformasyon üretimine bırakmıştır.

Büyük sermaye grupları tarafından ideolojik tahakküm ya da egemenlik aracı olarak görülen kitle iletişim araçları, kapitalist egemen sistemin nesnesi haline gelmiştir. Ana akım

medyanın örgütsel ve içerik unsurlarını doğrudan oluşturan ve şekillendiren bu durum, gerçek kavramının yeniden tanımlanmasını tartışmaya açmıştır. Nesne haline getirilen kitle iletişim araçları, büyük holdingler tarafından propaganda aracı haline gelmiştir (Herman ve Chomsky, 2006: 15). Egemen sistemin değerleriyle bütünleşmek ve ideolojisini benimsemek ancak bu yolla gerçekleşir. Edward S. Herman ile Noam Chomsky, medyayı diğer işlevlerinin yanı sıra kendisini denetleyen ve finanse eden güçlü toplumsal grupların ya da iktidar merkezlerinin çıkarlarına hizmet eden ve onların lehine propaganda yapan bir güç olarak tanımlar (Herman ve Chomsky, 2006: 15). Propaganda modelinde mülkiyet yapısı ve ekonomik örgütlenme haber üretim sürecinin temel belirleyicilerindedir. Haber üretimi çeşitli süzgeçlerden geçerek oluşturulmaktadır:

- 1- Egemen medya şirketlerinin büyüklüğü, yoğunlaşmış mülkiyet yapısının kâr amaçlı oluşu ve mülkiyet sahiplerinin serveti,
- 2- Medyanın en önemli gelir kaynağının reklamcılığın olması,
- 3- Medyanın iki temel kaynak ve iktidar merkezi olan hükümet, iş çevrelerinden ve bunların mali destek sağladığı uzmanlardan elde ettiği bilgileri referans alması,
- 4- Medyayı hizaya sokmak için kullanılan bir yöntem olarak medyaya yönelik tepki üretimi
- 5- Ulusal bir din ve bir denetleme mekanizması olan “anti-komünizm”dir (Herman ve Chomsky, 1999: 22).

Çalışmamız bağlamında birinci süzgeci ele alacak olursak medya mülkiyetini elinde bulunduran sermaye sahiplerinin hükümetlerle olan ilişkileri ve kendi menfaatleri doğrultusunda hareket ettikleri söylenebilir. Medya şirketleri, kartelleşerek devlet üzerinde egemenlik kurabilir. Ancak bu şirketlerin devletin verdiği izinlere ihtiyacı vardır ve devlet tarafından denetime tabi tutulabilirler. Bu noktada medya, kendini denetim mekanizmasından kurtarmak için kulis faaliyetleri ve çeşitli harcamalar yapar, çeşitli politik bağlantıları devreye sokar (Herman ve Chomsky, 1993: 45-46). Böylece kontrol mekanizmasından kurtulan medya kuruluşları, kapitalist sermayenin etkinliğini ideolojik olarak üretme potansiyeline yeniden kavuşmaktadır.

Türkiye’de varlığı sürdüren bazı medya şirketleri de yukarıda değindiğimiz medya sahiplik yapıları ve hükümet ilişkilerine örnek olarak verilebilir. “1980’lerden sonra neo-liberal ekonomi politikalarının bir sonucu olarak değişen medya mülkiyet yapısı ve gerek Türkiye’de gerekse dünyada ciddi boyutlara ulaşan tekelleşme olgusuyla birlikte medya sahipliği, sermaye sahiplerinin bankacılıktan inşaata, giyimden turizme kadar farklı sektörlerdeki faaliyetlerinin



reklamını yapmak, kamu ihalelerinden ve sübvansiyonlarından pay almak, medya-siyaset çemberinde karşılıklı çıkar ilişkileri kurmak gibi çeşitli amaçlar için kullanılan etkili bir araca dönüşmüştür” (Öztekin, 2012: 133). Haber pratikleri, her iki aktörün de çıkarları çerçevesinde gerçekleştirilmekte ve karşılıklı çıkarlar gözetilmektedir.

## UYGULAMA

### ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ, AMACI VE SINIRLILIKLARI

Günümüz basın hayatında gazetecilik faaliyetleri hem geleneksel medya araçları hem de yeni medya araçları ile varlığını sürdürmektedir. İletişim teknolojilerinin sağladığı avantajlar, geleneksel medya aracılığı ile yürütülen gazeteciliği İnternet vasıtasıyla çevrimiçi platformlara taşısa da gazetecilik geleneksel yöntemlerle hala devam etmektedir.

Post-truth çağda medyanın sahiplik ilgilerinin etkisiyle gerçeği kendi ideolojik anlayışları çerçevesinde sunmaları ve bunu gazeteler yoluyla okuyucularına sunması, sorun oluşturmaktadır. Bu sorunsalla ortaya konan bu çalışmada; *Sabah*, *Star*, *Yeni Şafak*, *Cumhuriyet*, *Birgün* ve *Yeniçağ* gazetelerinin yapmış olduğu Barış Pınarı Harekâtı haberleri söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Söylem analizinin kullanıldığı bu çalışmada; ideolojik olarak birbirinden farklı şekilde faaliyet sürdüren gazetelerin, ürettikleri haberlerde ideolojik söylem pratikleri barındırdıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırmayı oluşturan gazete haberlerinde yer alan ideolojik söylemlerin ve farklı gerçekliklerin söylem analizi yoluyla açığa çıkarılması, bu araştırmanın temel amacıdır. Çalışmada, “günümüzde ana akım medya kuruluşlarının sahiplik yapıları gereği kendi ideolojilerini haberler vasıtasıyla okurlara sunması ve farklı gerçeklikler tasarlayabilmeleri, araştırmanın temel varsayımıdır.” Bu bağlamda Türkiye’de geleneksel gazetecilik yoluyla faaliyetlerini sürdüren farklı anlayıştaki gazetelerin Barış Pınarı Harekâtı konusunda kendi sahiplik ve ideolojilerine bağlı olarak farklı gerçeklikler ürettikleri varsayılmıştır.

Çalışmada geleneksel gazetecilik yoluyla faaliyetlerini sürdüren medya kuruluşları incelenmiştir. İncelenen gazeteler; farklı ideoloji ve sahiplik yapısına ait oldukları bilinen *Sabah*, *Star*, *Yeni Şafak*, *Cumhuriyet*, *Birgün*, *Yeniçağ* gazeteleri ile sınırlandırılmıştır. Bu gazetelerin seçilme nedeni, gazetelerin sahiplik yapılarının ve ideolojik yönelimlerinin farklı olmasıdır. Çalışma, 10 Ekim 2019 tarihinde gazetelerin ilk sayfasında yer alan Barış Pınarı Harekâtı haberleriyle sınırlıdır. Bu sınırlamada, eleştirel söylem analizinin detaylı bir analiz yöntemi olması ve dolayısıyla çalışmanın belli bir sayfa sayısında kalmasının gerekliliği

etkendir. Barış Pınarı Harekâtı haberlerinin seçilme nedeni ise uluslararası kamuoyu tarafından yakından takip edilen ve Türkiye'nin askeri, siyasi açıdan menfaatlerinin ön planda olduğu operasyon olmasıdır.

## **ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

Çalışmada yer alan yalan haberler, Van Dijk'ın söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. Van Dijk, söylem analizi ile ideolojik karakterleri ya da mesajları açığa çıkarmayı amaçlamıştır. Grup ya da bireysel olarak gerçekleştirdiğimiz her iletişim, kişilerin söylemlerini ortaya koyar. Bu anlamda söylem, günlük konuşmalarımızda ve ideolojinin üretilmesinde önemli bir rol oynar (Van Dijk, 2003: 13-17).

Van Dijk, haberlerde yer alan medya metinlerini dilin yapısına bağlı olarak makro ve mikro olmak üzere iki ana kategoride inceler. Tematik ve şematik olarak ikiye ayrılan makro yapıda tematik çözümleme, başlıkları, haber girişleri, spotları ve fotoğrafları ele almaktadır (Van Dijk, 1988: 15). Şematik yapıda ise durum ve yorum bölümleri yer almaktadır. Olayın arka planı, ele alınış biçimi ve bağlamı bu başlıkta incelenir (Van Dijk, 1988: 16).

Mikro yapı, dilin yapısı ile yakından bağlantılıdır. Dilin sahip olduğu sözdizimsel(sentaktik) uyum ve kelime (lexical) tercihleri, mikro yapının temel özelliklerini kapsar (Van Dijk, 1988: 26-28). Haberde kullanılan sentaktik yapı, cümlelerde aktif ve pasif yapıya işaret eder. Lexical çözümlemede ise kelimelerin düz ve yan anlamlarına vurgu yapılır. Mikro yapı içerisindeki retorikte ise yapılandırılan anlamların incelenmesi ve kullanılan abartılar incelenmektedir (Van Dijk, 2003: 75).

Söylem analizi yapılacak metinler 10 Ekim 2019 tarihli *Sabah*, *Star*, *Yeni Şafak*, *Cumhuriyet*, *Birgün* ve *Yeniçağ* gazetelerinin ilk sayfalarında yer alan haber ve spotlardan seçilmiştir. Bundan ötürü yapılacak analiz Van Dijk'ın makro ve mikro çözümlemesi kapsamına girmektedir. Dolayısıyla başlıklar ve spotlar üzerinden gazetelerin makro ve mikro düzeyde nasıl söylemler ürettikleri ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır.

## **BARIŞ PINARI HAREKÂTI HABERLERİNİN SÖYLEM ANALİZİ**

Barış Pınarı Harekâtı, 9 Ekim 2019 tarihinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından açıklanan ve başlatılan askeri bir harekâttir. Barış Pınarı Harekâtı, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin Suriye Milli Ordusu ile Suriye'nin kuzeyinde PKK/YPG ve DEAŞ terör örgütlerine yönelik başlattığı bir operasyondur. Harekâtın esas amacı, Türkiye'nin güney sınırında oluşturulmaya çalışılan terör koridorunu yok etmek ve bölgeye barış, huzur

getirmektir (<https://twitter.com/rterdogan/status/1181920482964250624>, Erişim tarihi 18.12.2019). Harekât, toplumun çeşitli kesimleri tarafından farklı şekillerde ele alınmış ve gazetelerde farklı şekillerde yer bulmuştur.

Söylem analizi yapılacak metinler 10 Ekim 2019 tarihli *Sabah*, *Star*, *Yeni Şafak*, *Cumhuriyet*, *Birgün* ve *Yeniçağ* gazetelerinin ilk sayfalarında yer alan haber ve spotlardan seçilmiştir. Bu nedenle yapılacak analiz Van Dijk'ın makro ve mikro çözümlemesi kapsamına girmektedir. İç sayfadaki haberler, fotoğraflar ve yorumlar analiz dışı bırakılmıştır. Dolayısıyla haberler ve spotlar üzerinden gerçekleştirilen bu analiz, ilgili gazetelerin makro ve mikro düzeyde nasıl söylemler tasarladıklarını ortaya çıkaracaktır.

Çalışma bağlamında örneklem alınan gazetelerde Barış Pınarı Harekâtı ile ilgili 27 habere ulaşılmıştır. Ancak çalışmada sadece ilk sayfa haberleri incelenmiştir. Örneklem alınan gazetelerin Barış Pınarı Harekâtı ile 10 Ekim 2019 tarihinde yapmış oldukları haberlerde yer alan ana ve alt başlıkların verilmesi, çalışmanın bütüncül bir çerçevede değerlendirilebilmesi adına önem arz etmektedir. Harekatla ilgili gazetelerin kullandıkları ana ve alt başlıklar aşağıda verilmiştir:

### **SABAH GAZETESİ**

**Üst ve Ana Başlıklar:** Mehmetçik Bir Destan Daha Yazıyor / Terör Yuvaları Yerle Bir”.

**Alt Başlıklar:** Bölgeye Barış ve Huzur Getireceğiz / Harekatta Milli ve Yerli Silahlar Kullanılıyor / Şehitlerimiz O Diyara Barış Gelmesini İstiyordu

### **STAR GAZETESİ**

**Üst ve Ana Başlıklar:** Başkomutan Emir Verdi / ...Ve Başladı / Bölgeyi Sahiplerine Teslim Edeceği

**Alt Başlıklar:** Erdoğan'dan Genel Başkanlara Barış Telefonu / Türkiye Kutlu Sefere Çıkmıştır / ABD Bizi Oyalayınca Harekete Geçtik / BMGK Üyesi Ülkeler Bilgilendirildi / Camilerde Fetih Suresi Okundu / Harekatta Kürtler de PYD'ye Karşı Savaşacak /

### **YENİ ŞAFK GAZETESİ**

**Üst ve Ana Başlıklar:** Gün Milli Birlik Günü / Büyük Barış Harekâtı / Trump'tan Tarihi Özeleştirisi / ABD Ortadoğu'da Olmamalı / Her Türlü Desteğe Hazırız

**Alt Başlıklar:** Jetler 30-35 km İçeride / 4 Ayrı Koldan Girdiler / Başkomutan Komuta Merkezinde / Harekatın 3 Boyutu

## CUMHURİYET GAZETESİ

**Üst ve Ana Başlıklar:** Üç Koldan Harekât / Siviller Güvenli Bölgeye Gidiyor / Trump İşid'i Dayatıyor / Emperyal Kurnazlık / Operasyonu Durdur Baskısı

**Alt Başlıklar:** Jetler Bombaladı / Amacımız Barış / YPG Roket Attı

## BİRGÜN GAZETESİ

**Üst ve Ana Başlıklar:** Karanlık Yolda İlk Adım Atıldı

**Alt Başlıklar:** Dünyadan İlk Tepkiler / Duyuru Twitter'dan Yapıldı / Trump İşid'cileri Pasladı

## YENİÇAĞ GAZETESİ

**Üst ve Ana Başlıklar:** Saat 16.00 Barış Pınarı Harekâtı Başladı / Mehmetçik Vuruyor

**Alt Başlıklar:** Resul Ayn ve Tel Abyad 6 Saat Bombalandı Ardından Kara Harekâtı Başladı / Harekât Öncesi Putin'le Görüştü / Koordinasyon Toplantısı Yapıldı / Çavuşoğlu'ndan Diplomatik Atak / Kara Harekâtı 22.20'de Başladı

## SABAH GAZETESİ

### Makro Yapı

Makro yapı, tematik ve şematik yapıdan oluşmaktadır. Haber metinleri, yapısal anlamda belirli bir tema etrafında oluşturularak okurlara sunulmaktadır. Bu aşamada öncelikle başlık, haber girişleri, spotlar ve fotoğraf gibi analiz unsurları incelenmektedir. Ana olayın sunumu, sonuçlar, bağlam bilgisi ve ardalın bilgisi gibi unsurlar da yukarıda sayılan unsurlardan sonra gelen alt aşamalarıdır. Haber kaynakları ve olay taraflarının yorumları makro yapı içerisinde tamamlayıcı diğer unsurlardır (Özer, 2011: 83).

*Sabah* gazetesi makro yapı içerisinde tematik yapı bakımından incelendiğinde haber başlıklarında bir zaman, yer gibi haberin ana sunumunu destekleyici unsurlara yer verilmediği görülmüştür. Dolayısı ile Sabah Gazetesi bu haberin sunumunda enformasyon eksiltimine başvurduğu görülmektedir. Haber başlıkları incelendiğinde ana tema olarak hareketin gerekliliği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin koruyucu bir devlet olduğu anlayışı ön plana çıkmaktadır. Gazetenin haber girişleri incelendiğinde ise 5N+1K modelinin uygulandığı görülmektedir. Haber girişlerinin tamamında birden fazla cümleden oluşan haber girişleri söz konusudur. *Sabah* gazetesi haber girişlerinde hareketin olumlu sonuçları olacağını ve bölgenin istikrara kavuşacağı mesajını okuyucularına aktarmaya çalışmıştır. Bu yönüyle sahip olduğu

ideolojiyi okurlara yönlendirici bir söylemle aktarmıştır. Tematik açıdan fotoğraflar incelendiğinde ise fotoğrafların haber söylemini destekleyici bir yapıda sunulduğu tespit edilmiştir. Cumhurbaşkanı Erdoğan ile Mehmetçik ve askeri unsur görsellerinin birlikte kullanımı, harekât konusunda devletin tüm birimlerinin ortak bir amaç doğrultusunda hareket ettiği temasını destekleyici mahiyette okunmaktadır. Bu açıdan, makro düzeyde fotoğraflar da ikna edici ve inandırıcı olma eğilimindedirler (Van Dijk, 1988: 81).

*Sabah* gazetesi makro yapı içerisinde şematik yapı bakımından incelendiğinde haber girişinde ana olayın sunumu gerçekleştirilmiştir. Ana olay, hareketin başlaması ve gerçekleştirilmesidir. Şematik yapıda sonuçlar açısından bakıldığında hareketin güvenlik ve barış açısından birçok sonucu olduğu vurgulanmıştır. Olayın sonuçları açısından harekât haber yapılmaya değerdir. Olay sonucunda teröristlerin mühimmatları yok edilmiş ve teröristler etkisiz hale getirilmiştir. Haberde ardaan bilgisi yer almaktadır ve bağlam güç ve terör üzerine oturtulduğu görülmektedir. Haberde Türkiye'nin bölgede barışçıl bir tavırla hareket eden güçlü bir ülke olduğu ve kendi güvenliği için terör unsurları ile mücadele ettiği vurgulanmıştır.

Şematik yapı içerisinde haberin kaynakları incelendiğinde haber kaynağına dair herhangi bir kaynağa ulaşılamamıştır. Haber, herhangi bir muhabir ya da editörün imzasıyla hazırlanmamıştır ve farklı kaynaklara yer verilmemiştir. Haberde sürekli olarak Cumhurbaşkanı ön planda tutulmuş ve olayla ilgili tarafların yorumlarına da yer verilmiştir. Rusya ve İran devlet liderlerinin harekâta yönelik olumlu ifadeleri ile hareketin dünya kamuoyunda da kabul edilebilir olduğu mesajı verilmeye çalışılmıştır. Haber metinlerinde olayın taraflarının direkt söylemleri yer almaktadır. Böylece hedef kitle nezdinde hareketin güvenilir ve saygın olduğu anlamı üretilmiştir.

### **Mikro Yapı**

Habere mikro açıdan bakıldığında kullanılan sözcüklerinin seçimin ve cümle yapıları dikkat çekmektedir. Haberde kullanılan cümle yapılarına bakıldığında ise aktif yapıların kullanıldığı görülmektedir. Haberde yer alan aktif yapı cümlelere bakıldığında Cumhurbaşkanı Erdoğan ve Mehmetçik'in özne olarak sürekli vurgulandığı görülmektedir. Böylece kullanılan aktif cümlelerde harekât ile failer arasında bağlantı kurulmaya çalışılmıştır. Ayrıca devletin resmi görevlilerinin açıklaması da aktif bir yapıda sunulmuştur. Bu durumda devlet görevlilerinin görev başında olduğunu ve görevlerini yerine getirdiklerini göstermektedir. Haberde kullanılan başlık ve sözcükler, ideolojik sözcüklerden oluşmaktadır. Haberin ana başlıklarında kullanılan Mehmetçik sözcüğü, kamuoyunun harekâta karşı olmasının önüne geçebilmek adına kullanılmıştır ve bu durum editöryal mekanizmanın

tercihidir. Bu durum editörün seçimini ya da gazete yönetiminin ideolojisini açığa çıkarır (Van Dijk, 1988: 28). Yine haberde genellikle barış, huzur, yerli ve milli gibi ideolojik ve milliyetçi söylemlerin üretiminde kullanılan kelimeler tercih edilmiştir.

Haberde bölgesel uyum açısından bir bütünlük olduğu tespit edilmiştir. Nedensel, işlevsel ve referansal ilişkiler bakımından haber karşıtlıklar üzerine kurulmuştur. “Terör Yuvaları Yerle Bir” ve “Bölgeye Barış ve Huzur Getireceğiz” başlıkları neden-sonuç ilişkisi şeklinde aktarılmıştır. “Barış ve huzurun sağlanması, terör yuvalarının yok edilmesi ile sağlanır.” anlatımı kurgulanmıştır. Haber, retorik açıdan incelendiğinde haberin inandırıcılığını sağlamak adına sayısal veriler kullanılmıştır. Ayrıca kullanılan görsel malzemeler de haberin inandırıcılığını artıran diğer bir mikro yapı unsurudur. “60 Savaş Uçağı Havalandı, 6 Terörist Etkisiz Hale Getirildi.” gibi sayısal veriler haberin fotoğraflarla beraber birbirilerini tamamladığını göstermektedir. Haberde, olaya dahil olan herhangi bir görgü tanığına yer verilmemiştir.

Gazetenin sahiplik yapısına bakıldığında Sabah gazetesinin, Turkuvaz Medya Grubu’na ait olduğu ve Turkuvaz Medya Grubu’nun da kamunun yapmış olduğu ihalelerde adı sıkça geçen Kalyon Grup’a ait şirketlerden biri olduğu görülmektedir (Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, 2013). Kalyon Grup’un yönetim kurulu başkanı ise Cumhurbaşkanı Erdoğan ile yakın ilişkileri bulunan Ömer Faruk Kalyoncu’dur (<https://t24.com.tr/haber/erdogan-sabah-ve-atvyi-satin-alan-kalyoncunun-dugunune-katildi,249934>). Yönetim Kurulu Başkan Vekilliğini ise Erdoğan’ın damadı ve Cumhurbaşkanlığı hükümet sisteminin ilk Hazine ve Maliye Bakanı olan Berat Albayrak’ın kardeşi Serhat Albayrak yürütmektedir. Bu nedenle Turkuvaz Medya Grubu’nun sahiplik yapısı ve hükümete olan ideolojik yakınlığının Sabah gazetesinin Barış Pınarı Harekâtı haberlerini olumlayıcı söylemlerle kurgulamasında etkili olduğu söylenebilir.



tarafı bir söylem ürettiğine işaret etmektedir. Bu kelimenin kullanımı gazete editörünün seçimidir ve çeşitli anlamlar taşımaktadır (Van Dijk, 1988: 28-29). Ayrıca haberin spotu, kaynağın direkt kendisinden ve tırnak içinde verilerek hedef kitle nezdinde bir güvenilirlik ve saygınlık kazanma çabası olduğu görülmüştür. *Star* gazetesi haberde “Hedefimizde terör örgütleri var.”, “Deaş’la mücadelemiz sürecektir.” alt başlıklarını kullanarak üstte kurduğu olumlayıcı aktarımı bu başlıklarla desteklemiştir.

Haber girişleri incelendiğinde birden fazla karmaşık cümlenin kullanıldığı görülmektedir. Haber girişlerinde olayın zamanına yönelik herhangi bir unsura rastlanmamıştır. Tematik olarak ön plana çıkarılan tema, Türkiye’nin Suriye’nin toprak bütünlüğü ile bir ilgisinin olmadığı ve sadece terör nedeniyle harekâtı başlattığı mesajıdır. Haberde makro açıdan görsel kullanımına bakıldığında ise Cumhurbaşkanı Erdoğan ve F-16 görsellerinin kullanıldığı ve haberin anlamının bu görsellerle güçlendirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Erdoğan’ın harekât emrini veren görselin F-16 uçağı görseli ile kullanılması, harekâtın emir-komuta zinciri içerisinde gerçekleştiğini okuyuculara göstermek amacını taşımaktadır. Yayın politikası ve ideolojisi gereği bu yola başvuran gazete, haberde Erdoğan’ın iki fotoğrafına yer vererek harekâtın anlamını görsellerle pekiştirmeye çalışmıştır. Haberde Mehmetçik ya da askeri unsurlara yönelik bir görsele yer verilmemesi, harekâtın sadece iktidar tarafından gerçekleştirilen bir unsur olduğunu arka planda okuyuculara sunmaktadır.

Haberde harekâtın gerçekleştirilmesi ana olay halinde sunulmuştur. Harekâtın sonuçları da bu anlamda önem kazanmaktadır. Sonuçların sosyal ve politik ele alınması, haberin çözümlenmesinde etkili bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Harekât sonucunda terör yuvalarının yok edildiği belirtilmiştir. Harekât sonucunda mültecilerin yuvalarına döneceğini bildiren haber paragrafı, olayın sonucunun hem politik hem de sosyal yönünü imlemektedir. Haberin bağlamı, Türkiye’nin barışçıl ve kendi savunma haklarını koruyan bir ülke olduğunu ve keyfi hareket etmediği söylemi üzerine kurulmuştur. Analiz edilen haber metinlerinde yeterince ardalın bilgisine yer verildiği görülmüştür. Haberde harekâtın neden yapıldığına dair okuyucuya oldukça ayrıntılı açıklamalar yapılmıştır. Haberin kaynakları incelendiğinde bir muhabir kaynak olarak gösterilmiştir. Olayın taraflarının yorumları incelendiğinde hem iç siyasette hem dış siyasette yönlendirici bir tutum takınılmıştır. Türkiye’deki muhalif partilerin görüşlerine yer vermeyen gazete, Wall Street Journal ve Washington Post’un görüşlerine yer vererek harekâtın uluslararası arenada meşru kabul edildiğini ve ABD’nin harekâta karşı olmasına rağmen ulusal medyasının harekâta destek verdiğini ima etmektedir. Muhalif liderlerin sadece bilgilendirildiğine yönelik haberin olması, muhalif liderlerin görüşlerine yer



verilmemesi hareketin gerçekleşme noktasında örtük bir biçimde fail olarak iktidarı göstermek amacıyla yapılmıştır.

### **Mikro Yapı**

Haber mikro açıdan incelendiğinde kullanılan cümle yapılarının Sabah gazetesinin ile benzerlik gösterdiği görülmektedir. Haberlerde yer alan cümleler, genellikle aktif bir yapıda sunulmuştur. Haber metinlerinde terör örgütü, bölge, sınır güvenliği gibi askeri terimler sıklıkla kullanılmıştır. *Sabah* gazetesi örneğinde yer alan milliyetçi söylemler, bu gazetede yer almamaktadır. Ancak bazı sözcüklerin tercih edilmesi, gazetenin sahiplik yapısının ve ideolojisinin yapı-sökümü açısından tanıtlayıcı bilgiler sunmaktadır. “Başkan Erdoğan” ve “Mehmetçik” sözcüklerinin kullanılması, ideolojik bir bakış açısının göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Haberde bölgesel uyum açısından nedensel ve işlevsel yapı ardışık bir biçimde sunulmuştur. İşlevsel boyutta, her cümle kendisinden önce gelen cümle ile bağlantılıdır. Öncelikle başlıklar ve haber girişleri incelendiğinde kullanılan kelimelerin birbirini tamamlayan sözcüklerden oluşturularak başlıklar ve haber girişleri arasında bağ oluşturulmuştur. “Başkan Erdoğan, Barış Pınarı’nın hedefinde terör örgütünün olduğunu vurguladı: Gizli bir ajandamız yok.” cümleleri Türkiye’nin hedefinde sivillerin olmadığı ya da başka menfaatlerinin olmadığını ardışık bir yapıda sunulduğunu göstermektedir. Haberin retorik yapısına bakıldığında ise kullanılan görseller gazetenin ideolojik söylemini üretmede destekleyici bir araç olmaktadır. Görsellerde bölgede yükselen siyah dumanların üzerinde F-16 fotoğrafının olması ve bunun yanı sıra Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın iki fotoğrafının kullanılması, makro yapıyı besleyen kaynaklardır. Harekatın ülkenin liderinin emri ve komutası doğrultusunda gerçekleştirildiği mesajı, görsellerle desteklenmiştir. Haberde sayısal verilere ve görgü tanıklarının ifadelerine yer verilmemiştir.

*Star* gazetesinin sahiplik yapısına bakıldığında gazetenin bir önceki sahibinin AK Parti Merkez Karar ve Yönetim Kurulu üyesi olan ve aynı zamanda Sakarya Tank Palet Fabrikası’nın ihalesini alan BMC firmasının sahibi Ethem Sancak olması da haber sunumundaki yanlılığa açıklık getirmektedir. Bünyesinde *Star* gazetesini de barındıran ES Medya, 2017 yılında Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın cezaevinden arkadaşı olan Hasan Yeşildağ’a satılmış ve satışın hangi fiyat ve koşullarda yapıldığı kamuoyuna açıklanmamıştır (<http://bianet.org/bianet/medya/189200-es-medya-nin-yeni-sahibi-hasan-yesildag-kimdir> Erişim Tarihi: 10.12.2019). *Star* gazetesi Barış Pınarı Harekâtı haberlerini hükümet yanlısı bir bakış açısıyla yorumlamış ve haber aktarımında bütünüyle olumlu bir dil kullanmayı tercih

etmiştir. Makro düzeyde haber söylemlerinde yorumlayıcı bir dil kullanan gazete, sürece müdahil olmuştur. Harekata taraflı yaklaşan gazete, sahiplik yapısı ile ilişkili olarak durumu kendi ideolojisi yönünde sunmuş, hareketin haberini yanlı ve yönlendirici bir dille oluşturmuştur.



Görsel 2  
(<https://www.gazeteler.org/gazete-arsivi/>)

## YENİ ŞAFAK GAZETESİ

### Makro Yapı

*Yeni Şafak* gazetesi, kullandığı başlıklarla haberin özü hakkında kısa bilgi vererek özetleme yapmıştır. Bir başlık dışında başlıklarda Cumhurbaşkanı Erdoğan'a yer vermeyen gazete, olayın sunumunda özneye yer vermemiştir ve enformasyon eksiltimine başvurmuştur. Başlıklar incelendiğinde enformasyon eksiltimi ve genelleştirme görülmektedir. “Gün Milli Birlik Günü” başlığında yer alan birlik kelimesi ile Türkiye Cumhuriyeti'nde yaşayan tüm yurttaşlar bu sözcüğün şemsiyesi altında birleştirilmiştir. Öte yandan başlıklarda genelden özele giden bir sıralama söz konusudur. Haber girişleri incelendiğinde ideolojik üretimin olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Haber girişlerinde sürekli Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın isminin

geçmesi, hareketin gerçekleşmesinde kişiye indirgenen bir bakış açısını işaret etmektedir. Makro yapı içerisinde fotoğraflar incelendiğinde tematik açıdan sürmanşetin yanında Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın hareketle ilgili çalışmasını gösteren bir görsele yer verilmiştir. Harekatın failliği görselle birlikte belirli bir yapı içerisinde sunulmuştur. Bu belirli eylemlerin aktifliği ya da sorumluluğu birtakım anlamlar taşıyabilir. Anlamlar, ideolojik anlamlar da içerir (Van Dijk, 2003: 111). Ayrıca Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Milli Savunma Bakanı Hulusi Akar'a direktif veren fotoğrafının kullanılması, Erdoğan'ın harekât konusunda tek otorite ve merkezi unsur olduğunu okuyuculara sunmaktadır.

Makro yapı içerisinde şematik yapıya bakıldığında ana olay olarak hareketin gerçekleşmesi verilmiştir. Ana olayın sonuçlarına bakıldığında harekât sonucunda terör mevzilerinin yok edildiği, cephaneliklerin ele geçirildiği ve teröristlerin silahlarını bırakarak kaçtıkları görülmektedir. Olayın sonuçları Türkiye açısından önemlidir ve dolayısı ile gazete haber metinlerinde sonuçlara yönelik ifadeler fazlaca yer vermiştir. Olayın ardalı ve bağlam bilgisine bakıldığında milli birliğin bu olay sayesinde sağlanabileceği ve Türkiye'nin kendi sınırları konusunda hassas olduğu mesajı oluşturulmaya çalışılmıştır. Haber kaynakları incelendiğinde tek bir muhabirin enformasyon ürettiği görülmektedir. Olayın tarafları açısından ise muhalefet partilerinin liderlerinin görüşlerine ve Gaziantep'te yaşayan Suriyeli Kürtlerin operasyona destek veren söylemlerine yer verilmiştir. Gazete, bu yolla tematik açıdan hareketin bütünleştirici bir rolü olduğu mesajını okuyucularına sunmaktadır.

### **Mikro Yapı**

Mikro yapı bakımından *Yeni Şafak* gazetesinin haberde kullandığı cümle yapılarının genelde aktif yapıda olduğu dikkat çekmektedir. Harekatın başlaması için Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın vermiş olduğu talimatın haberde defalarca verilmesi ve Erdoğan'ın sözlerinin haber metninde tırnak içerisinde aktif bir şekilde sunulması göze çarpmaktadır. Kullanılan cümle yapılarının genelde aktif olması ile hareketin failinin biliniyor olması arasında bir ilişki bulunmaktadır. Kullanılan sözcükler genellikle ideolojik pratikleri yansıtan sözcüklerden seçilmiştir ancak bir sözcüğün kullanımında çelişki söz konusudur. "Cumhurbaşkanı Erdoğan ve Başkan Erdoğan" ifadelerinin haber metinlerinde yer alması bu çelişkiyi örneklemektedir. Başlıklarda yer alan "Büyük Barış Harekâtı" tamlamasında büyük sözcüğü dikkat çekmektedir. Büyük sözcüğü olayın büyüklüğünü belirtmek için kasıtlı bir biçimde kullanılmıştır.

Mikro yapı içinde haberin nedensel, işlevsel ve referansal ilişkileri *Sabah* ve *Star* gazetesinde olduğu gibi kurgulanmıştır. Olayın oluş safhaları neden-sonuç biçiminde aktarılmıştır. Haberın retorik unsurları, egemen söylemi yeniden üreten bir yapıda kurulmuştur.

Kullanılan fotoğraflarda Erdoğan'ın ve jetlerin yer alması, diğer gazetelerde olduğu gibi ideolojik belirlenimlerin yansımasıdır. Ayrıca haberde 40 bin Mehmetçik, 20 bin Suriyeli asker gibi hareketin sayısal verilerine yönelik enformasyonlara da yer verilmiştir ve inandırıcılık sağlanmaya çalışılmıştır.

*Yeni Şafak* gazetesinin sahiplik yapısına bakıldığında Albayrak Medya Grubu altında faaliyet gösterdiği görülmektedir (Basın-Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü, 2013). Albayrak Grubu taşımacılık, medya, savunma sanayi ve madencilik gibi pek çok iş kolunda faaliyet göstermektedir. Albayrak grubunun AK Parti ve Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile yakın ilişki içinde olduğu bilinmektedir. Albayrak Yayın Holding A.Ş.'nin hissedarı olan Nuri Albayrak, Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın İstanbul İmam Hatip Lisesi'nden arkadaşıdır. Grubun Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı olduğu 1990'lı yıllardan başlamak üzere çeşitli kamu ihalelerinden kayda değer pay aldığı bilinmektedir. Gazete muhafazakâr bir çizgide yayın yapmaktadır. Grubun ideolojik olarak Cumhurbaşkanı Erdoğan'a olan yakınlığının Barış Pınarı Harekâtı haber söylemlerine de yansıdığı görülmektedir.



Görsel 3

(<https://www.gazeteler.org/gazete-arsivi/>)

## CUMHURİYET GAZETESİ

### Makro Yapı

Makro açıdan haber başlıkları incelendiğinde ve haber girişleri incelendiğinde *Cumhuriyet* gazetesinin ideolojik açıdan iktidarı ötekileştiren bir söylem ortaya koyduğu görülmektedir. Üst başlıkta “..TSK, Fırat’ın doğusuna girdi. Şam ve Avrupa’dan tepki. Astana’da çatlak.” ifadelerinin yer alması bu durumu özetlemektedir. Ayrıca haber girişlerinde harekât üzerinden hükümeti eleştirmiştir. Konuya ilişkin olumsuz bir bakış açısına sahip olan gazete harekâta yönelik tavrını 10 Ekim 2019 tarihli ilk sayısında açıkça ortaya sermiştir (Görsel 4). Başlık olarak “Üç koldan harekât” başlığını kullanan gazete, Barış Pınarı Harekâtı ifadesine manşetinde yer vermemiştir. Bu yöntemle gazetenin olay hakkında enformasyon eksilimine gittiğini söylemek mümkündür. Olay hakkında gazetecilik pratiklerinde yer alan 5N+1K kuralına uyulmamıştır. Tematik olarak ön plana çıkarılan tema, hareketin yapılmaması anlamına yöneliktir. Makro açıdan görsel olarak Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın fotoğrafını hiç kullanmayan *Cumhuriyet* gazetesi, alt başlıkları “Jetler bombaladı.”, “Amacımız barış.” şeklinde okuyucularına sunmuştur. Alt başlıklarda yer alan haber metni “2014’te YPG’nin Türkiye’den geçişine izin veren Erdoğan, şimdi de Suriye Milli Ordusu dediği Esad muhaliflerini harekât için Türkiye’den geçirdi.” şeklinde oluşturulmuş, haberde Cumhurbaşkanı Erdoğan’a yönelik eleştirel ve ideolojik bir tutum benimsenmiştir.

Makro yapı içerisinde ana olay olarak hareketin gerçekleşmesi verilmiştir. Haber girişlerinde olayın olumsuz bir şekilde okurlara sunulması, sonuçları ile bağıntılıdır. Van Dijk’a göre olayların sonuçlarının önemi, haber olmalarında etkili olmaktadır (Özer, 2011: 92). Bu bağlamda, dünya kamuoyunda harekâta karşı verilen tepkilerin oluşması haberin değerliliği ile ilgilidir. Verilen tepkiler, olayın haber olmasını sağlamaktadır. Ardalan ve bağlam bilgisi bakımından ise haberin sosyal yönüne daha çok önem verilmiştir. Bölgede yaşayan sivillerin zarar görebileceklerini düşündükleri için güvenli bölgelere gittiğini belirten gazete, iktidarın gerçekleştirdiği bu harekâtle göçe sebep olduğunu okuyucuya aktarmaya çalışmıştır. Olayın sunumunda haber kaynakları olarak kanıt niteliği taşıyan bir fotoğraf paylaşılmıştır. Aynı zamanda haberlerin çoğunda muhabirler kaynak görevi üstlenmişlerdir. Haberde tarafların yorumları ideolojik yönelimlere göre verilmiştir. İran, Rusya ve Suriye hükümetlerinin operasyona karşı olduğu ve ABD Başkanı Donald Trump’ın da harekâtı “işgal” olarak nitelendiren açıklamalarına yer verilmesi, bu ideolojik tutumu destekleyen haberlerdir.

## Mikro Yapı

Gazete mikro yapı açısından da kullandığı cümleler ve kelimelerle harekate olan olumsuz bakış açısını sürdürmüştür. Haber dili, kullanılan cümleler ve sözcüklerin incelendiği sentaktik çözümlemede haber metninin dilsel özellikleri ve ideolojik vurguları ön plana çıkartılmaya çalışılmaktadır. *Cumhuriyet* gazetesi, haberde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın adını tek bir cümlede kullanmıştır ve Erdoğan'la ilintili herhangi bir unsura yer vermemiştir. Harekatın olumsuz sonuçlar doğurabileceği edilgen yapıları cümlelerle aktarılmıştır. Bunun yanı sıra Cumhurbaşkanı Erdoğan'a yönelik ifadeler yer verilmemesi harekatın sıradanlaştırılmasına yöneliktir.

Mikro yapıda nedensel, işlevsel ve referansal ilişki bakımından haberler incelenmiştir. Haberlerde gerçekleşen olgular kendisinden önce gelen cümlelerle neden- sonuç ilişkisi çerçevesinde olumsuz bir tutumla açıklanmıştır. “Erdoğan, ‘Amacımız terör koridorunu yok etmek, bölgeye barış getirmek.’ dedi. 2014’te YPG’nin Türkiye’den geçişine izin veren Erdoğan, şimdi de Suriye Milli Ordusu dediği Esad muhaliflerini harekât için Türkiye’den geçirdi.” ifadeleri incelendiğinde kurulan cümlelerin referansal boyutta birbirini zıtlık bağlamında açıklayan cümleler olduğu görülmüştür. İktidarın daha önce izin verdiği bir duruma şimdi karşı çıkması, gazete tarafından referansal ve işlevsel boyutta zıtlık biçiminde kurulmuştur. Sözcük seçimlerine bakıldığında olumsuz sözcüklerin ağırlıklı olduğunu söylemek doğru olacaktır. İşgal, çatlak, tepki, durmak gibi kelimelerin kullanılması, gazetenin harekate karşı olan ideolojik yanını açığa çıkarmaktadır.

Haberin retorik bağlamda incelenmesi sonucunda iktidara yönelik herhangi bir unsura yer verilmediği görülmüştür. TSK veya hükümete yönelik herhangi bir fotoğrafa yer vermeyen gazete, görsel malzeme açısından sadece bölge halkının göç etmesini gösteren bir görsel kullanmıştır. Bu durum, makro söylemi desteklemektedir. Haberde inandırıcı bilgiler açısından sayısal verilere yer verilmemiştir. Olayla ilgili haberlerde herhangi bir görgü tanığının ifadesine yer verilmemiştir.

Özetle *Cumhuriyet* gazetesi, Barış Pınarı Harekâtı konusunda muhalif bir tutum takınmıştır. Barış Pınarı Harekâtı konusunda bilgilendirme yaparken taraflı davranmış ve okurlarını kendi ideolojik perspektifiyle yönlendirmeye çalışmıştır. *Cumhuriyet* gazetesi, haberde denge unsurunu da göz ardı etmiş, harekâta yönelik olumlu bir ifadeye yer vermeyerek yönlendirici bir dil tercih etmiştir. Gazetenin bu tutumunda, sahiplik yapısının etkili olduğunu söylenebilmektedir. Cumhuriyet Gazetesi, Cumhuriyet Vakfı’na aittir (Basın-Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü, 2013) ve ideolojik olarak meclisteki ana muhalefet partisi



konumunda olan Cumhuriyet Halk Partisi'ne yakınlığı ile bilinmektedir. Cumhuriyet Vakfı'nın başkanı Alev Coşkun'dur ve uzun yıllar CHP'de aktif olarak siyaset yapmış bir isimdir.



Görsel 4

(<https://www.gazeteler.org/gazete-arsivi/>)

## BİRGÜN GAZETESİ

### Makro Yapı

*Birgün* gazetesi, Barış Pınarı Harekâtı haberini tamamen muhalif ve ideolojik bir çerçevede ele almış, olaya yönelik söylemini olumsuz bir kurguyla oluşturmuştur (Görsel 5). Makro açıdan haber başlıkları ve haber girişleri incelendiğinde öne çıkarılan tema hareketin olumsuz sonuçlar doğurabileceğidir. “Karanlık yolda ilk adım atıldı.” başlığı kalın ve siyah puntolarla yazılmış, habere konu olan olayın olumsuz anlamlandırılmasında okuyucu üzerinde egemen olabilecek bir başlık olmuştur. Haber başlıkları ve haber girişlerinde hareketin ismine hiç yer verilmemiştir. Bu durum, arka planda gazetenin harekate “barış” olarak bakmadığını ve

editörün tercihi olduğuna işaret etmektedir. Başlıklarda hareketin tam isminin verilmemesinin yanı sıra harekât hakkında ayrıntılı yer verilmeyerek enformasyon eksiltimine gidildiği görülmüştür. Haberin spotunu “Fırat’ın doğusuna yönelik askeri operasyon başlatıldı. ABD Başkanı Trump tutuklu IŞİD’ciler konusunda topu yine Türkiye’ye attı.” şeklinde veren gazete, Türkiye’yi edilgen bir yapı içerisinde vermiştir. Haberin alt başlıklarını “Duyuru Twitter’den yapıldı.”, “Trump IŞİD’cileri pasladı.” olarak kurgulayan gazete, negatif tutumunu alt başlıklarda da devam ettirmiştir. Makro yapı açısından haber görselinde siyah dumanların bulunduğu bir görselin kullanılması, harekâta yönelik olumsuz bakış açısının yansımalarıdır ve ideolojinin açığa çıkmasını sağlamıştır. Cumhurbaşkanı Erdoğan veya TSK’ye yönelik herhangi bir görselin bulunmaması da Cumhuriyet gazetesi örneğinde olduğu gibi harekâta yönelik muhalif tutumun göstergesi olmuştur. “Trump IŞİD’cileri ‘pasladı.’ ifadesi olayın ardağan bilgisi açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Politik açıdan var olan bir sorunun iki ülke arasında sürekli bir sorun oluşturduğu ve Trump yönetiminin Türkiye’yi bu sorunla baş başa bırakarak zor duruma düşürdüğü söylemi üretilmiştir. Bu çerçevede ardağan bilgisi; olayların sosyal, politik ve tarihsel yönünü ortaya koyması sebebiyle oldukça önemlidir. Olayın sosyal, politik ve tarihsel yönünü bilmek olayı anlaşılır kılmakta ve neden sonuç ilişkisi kurarak haberdeki gömülü ideolojinin çıkarılıp anlamlandırılmasını sağlamaktadır (Van Dijk, 1988:54).

Diğer taraftan makro yapı bağlamında şematik yapıda örnekleme yer alan haberler incelendiğinde haber kaynaklarına yönelik herhangi bir ifade yer almamaktadır. ABD, NATO, Almanya ve İran’ın harekâta karşı olduğu haberlerde yer almakta ve tarafların yorumları ideolojik yönelimlerin süzgecinden geçirilerek okuyucuya sunulmaktadır. Bu bilgiler, tırnak içerisinde verilmiş, hedef kitle açısından güvenilirlik ve saygınlık kazanarak okuyucunun kendi bakış açısını belirlemesine imkân vermeyecek bağlamda kurulmuştur.

### **Mikro Yapı**

Haberin sunuluş biçimi ve haber metni geneline bakıldığında olumsuz bir sentaktik yapı söz konusudur. Kullanılan sözcüklere ve cümle yapılarına bakıldığında Türkiye’nin gerçekleştirmiş olduğu harekâta olumsuz bir eylemin faili olduğu mesajı okurlara sunulmaktadır. Atmak, paslamak gibi fiiller harekâtin çözümsüzlüğe yol açabileceği söylemini üretmektedir. Haberde “AKP’li Cumhurbaşkanı Erdoğan” tamlamasının verilmesi, cumhurbaşkanının tarafsız olmadığına gönderme yaparak yine mevcut ideolojisi doğrultusunda gazetenin okuyucularında tahakküm oluşturmaya çalıştığı gözlemlenmiştir. Ayrıca haberde, harekâtin gerçekleştirildiği bölgedeki IŞİD’cilerin durumu ile ilgili ABD Başkanı Trump’ın Türkiye’yi sorumlu tutması ve bunun tırnak içerisinde verilmesi, Türkiye’nin harekâat sonunda



olumsuz durumlarla karşılaşılabileceğine retoriksel anlamda gönderme yapmakta ve gazetenin bu fikre katıldığını göstermektedir.

Mikro yapı içerisinde nedensel ve referansal ilişkide bir cümlede yer alan bir kavramın/olgunun sonraki cümle ile arasında bir bağ olup olmadığını açığa çıkarmaktadır. Haberde “Operasyon başlamadan önce ÖSO adına Milli Ordu Sözcüsü sıfatıyla açıklamalarda bulunan Yusuf Hammud, ‘14 bin ÖSO askeri savaşa katılacak’ ifadelerini kullandı. SDG de operasyona karşı seferberlik ilan etti. Öte yandan ABD Başkanı Donald Trump, Türkiye’nin bölgedeki tutuklu IŞİD’cileri devralmak zorunda olduğunu söyledi.” yer alan haber cümlelerinde karşıtlık üzerine kurulu bir nedensel ilişki söz konusudur. Harekatın gerçekleşmesi sonucunda çeşitli tarafların diplomatik ve askerî açıdan Türkiye’ye karşı olduğu söylemi üretilmiş ve Türkiye’nin tarafları karşısına alarak bu noktada hata yaptığı söylemi güçlendirilmeye çalışılmıştır. Harekatla ilgili haberin üst kısmında yer alan “Ankara Tren Gari” patlaması haberinde geçen “Oyumuz arttı diyen başbakanlar da yok edemedi yarınlar da umudumuzu. Katili tanıyoruz. Onları besleyenler, büyüyenler, yol verenler ne kadar da tanıdık bize.” cümleleri retoriksel açıdan iki haberi birbirine bağlamıştır. Her iki olayda da barışın önündeki engel olarak hükümet okuyuculara aktarılmıştır. Mikro yapıda haberin retoriği aşamasında haber metninin sayısal verilerle ve görgü tanıklarıyla inandırıcılığı sağlanmaktadır. Haberde olaya dahil olabilecek herhangi bir görgü tanığına yer verilmemiştir. Retorik yapısı içerisinde yer alan fotoğraflar incelendiğinde iktidarı olumsuz bir perspektifte ele alan söylemin yeniden üretildiği görülmektedir.

*Birgün* gazetesinin sahiplik yapısına bakıldığında gazetenin birçok ortaktan ve çeşitli sendika ile meslek odalarından topladığı paralarla kurulduğu, imtiyaz sahibinin Birgün Yayıncılık ve İletişim Ticaret AŞ. Adına İbrahim Aydın olduğu görülmektedir (<https://www.birgun.net/kunye> Erişim tarihi: 10.01.2020). Gazete kendisini “Halkın Gazetesi” olarak nitelermektedir. Gazetenin imtiyaz sahibi ve birçok yazarı Cumhurbaşkanı Erdoğan’a hakaret ve terör örgütü propagandası iddiasıyla yargılanmış ve hüküm giymişlerdir. Barış Pınarı Harekâtı haberini tek taraflı ve yanlı bir şekilde kurgulayan gazete, ideolojik tahakkümünü devam ettirmeyi amaçlamıştır.



## Görsel 5

(<https://www.gazeteler.org/gazete-arsivi/>)

## YENİÇAĞ GAZETESİ

### Makro Yapı

*Yeniçağ* gazetesi, Barış Pınarı Harekâtı haberini iktidardan herhangi bir unsuruna yer vermeyerek ideolojik bakımdan taraflı bir biçimde sunmuştur. Konuya ilişkin olumsuz bir bakış açısı olmayan gazete, harekâta yönelik olan olumlu tavrını 10 Ekim 2019 tarihli sayısında “Mehmetçik vuruyor.” başlığı ile okuyucularına sunmuştur (Görsel 6). Haber manşetinde “Mehmetçik” kelimesinin kullanımı, ideolojik belirlemelerin yansımasıdır (Van Dijk, 1988: 28-29). Haberin spotunu “Türk Silahlı Kuvvetleri Suriye’nin kuzeyinde PKK/YPG ve IŞİD tarafından oluşturulmak istenen terör koridorunu dağıtıyor.” şeklinde veren gazete, Türk toplumunda saygın bir konumda bulunan TSK’yi vurgulamıştır. Gazetenin başlık ve spotta hükümet ya da Cumhurbaşkanı Erdoğan ile ilgili herhangi bir ifadeye yer vermemesi, makro yapıda tematik açıdan iktidara karşı muhalif duruşunu net bir şekilde göstermektedir. Alt başlıkları “Harekât öncesi Putin’le görüştü.”, “Koordinasyon toplantısı yapıldı.”, “Çavuşoğlu’ndan diplomatik atak.” şeklinde oluşturularak Erdoğan’a yönelik bir ifadeye yer vermeyen gazete, makro yapı içerisinde tematik açıdan başlık ve spotla uyumlu bir yapı kurmuştur. Haber başlıkları incelendiğinde hareketin zamanı vb. hakkında herhangi bir bilgi

yer almaktadır ve kurgulama yapılmıştır. Kurgulamada genellikle fiiller ön planda olmaktadır. Başlıklarda “vuruyor, bombalandı” gibi fiillerin kullanımı, gücü ideolojik açıdan sadece askere yükleyen bir bakış açısını sunmaktadır. Ayrıca başlıklardan birinde “Meclis tek ses: Arkanızdayız.” ifadesi yer almaktadır. İktidara harekât konusunda pozitif bir söyleme yer vermeyen gazete, “arkanızdayız” sözcüğü ile meclisin görüşünün aslında milletin görüşü olduğunu ve dolayısı ile askerlerin arkasında milletin olduğu söylemini iktidarı olaydan soyutlayarak okurlarına sunmuştur. Temayı destekleme bakımından Mehmetçik görsellerine yer verilmesi, politik açıdan ideolojik bir göstergedir ve temayı desteklemektedir.

Şematik yapı bakımından haberde ana olayın sunumu hareketin gerçekleşmesi şeklinde oluşturulmuştur. Olayın sonuçları hakkında bir bilgilendirme bulunmamaktadır. Haber metinlerinde ardalan bilgisine yeterince yer verilmiştir. Ardalan bilgisi açısından bakıldığında ise gazetenin iktidarla aynı görüşleri paylaşmadığı ve hareketin merkezi ögesi olarak askerinin verildiği görülmüştür. Haberde, haber kaynakları incelendiğinde cumhurbaşkanı ve Dışişleri Bakanı'nın açıklamalarının ve söylemlerinin ön planda tutulduğu görülmüştür.

### **Mikro Yapı**

Haber mikro açıdan incelendiğinde kullanılan sözcüklerin ideolojik bir bakış açısıyla sunulduğu görülmektedir. Mehmetçik ve Türk Silahlı Kuvvetleri haberde hareketin merkezinde yer alan unsurlar olarak sunulmaktadır. Dolayısı ile harekâta verilen destek ile iktidar dışında harekâta yer alan unsurlar ön plana çıkarılmaktadır. Haberde kullanılan cümle yapılarına bakıldığında ise aktif cümle yapılarının yanı sıra edilgen cümle yapıları da dikkat çekmektedir. Haberde yer alan cümleler incelendiğinde Mehmetçik ve Türk Silahlı Kuvvetleri harekâtı gerçekleştiren unsurlar olarak okurlara aktarılmaktadır. İktidara yönelik unsurların kullanıldığı cümlelerde öznesiz ve edilgen yapıları cümleler dikkat çekmektedir. Nedensel, işlevsel ve referansal ilişki bakımından birbiriyle bağlantılı birçok cümle tespit edilmiştir. “Mehmetçik vuruyor.” ve “Resul Ayn ve “Tel Abyad 6 saat bombalandı.” başlıkları ile birbirini tamamlayıcı ve bütünleştirici bir söylem oluşturulmuştur. Vurmak ve bombalamak fiilleri ile referansal ilişki sağlanarak gücün Mehmetçik'e yüklendiği görülmüştür.

Haberin retorik kısmında fotoğraflar incelendiğinde tematik yapıyı besleyen görsel malzemelere yer verilmiştir. Mehmetçik ve uçak görsellerinin kullanımı ana temayı desteklemektedir. Olayla ilgili görgü tanıklarının ifadelerine yer verilmemiştir.

Gazetenin sahiplik yapısına bakıldığında imtiyaz sahibinin Ahmet Çelik olduğu görülmektedir (<https://www.yenicaggazetesi.com.tr/kunye-s.htm> Erişim Tarihi: 10.01.2020).

Ahmet Çelik, 24 Haziran 2018 milletvekilliği seçimleri sonucunda İyi Parti milletvekili olarak seçilmiş ve meclise girmiştir. Dolayısıyla *Yeniçağ* gazetesi, Barış Pınarı Harekâtı haberini destekleyici bir tutumla sunmuş ancak iktidara muhalif olduğu için haberde iktidara yönelik bir unsura yer vermemiştir.



Görsel 6  
(<https://www.gazeteler.org/gazete-arsivi/>)

## SONUÇ

Medya, topluma enformasyon sağlama ve kamuoyunun gündemini belirleme konusunda önemli bir işleve sahiptir. Medya, post-truth ekseninde elde ettiği verileri işleyerek kendine özgü “maskeli gerçeklikler” oluşturur. Gerçeğin manipüle edilmesi ve devamında istenilen gerçekliğin üretimi, ideolojik farklılıkların mücadele ettiği bir alan haline gelir. Medyanın ekonomi-politik sahiplik yapısı gereği hizmet ettiği ideolojinin çıkarları, her şeyin üstündedir ve gerekirse farklı gerçeklikler üzerinden ötekileştirme sağlanır. Böyle bir ortamda herhangi bir konuda yapılan haberler, ideolojik belirlenimlerin güçlü bir şekilde yeniden üretildiğini göstermektedir. Haberlerde görülen sözcükler, görüntüler tarafı bir şekilde yerleştirilir ve anlam istenilen yönde inşa edilir (Giddens, 2005: 456).

Bu çalışmada 9 Ekim 2019'da Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından açıklanan Barış Pınarı Harekâtının farklı gazetelerde nasıl haberleştirildikleri ve nasıl birbirinden farklı gerçeklik tasarladıkları gösterilmeye çalışılmıştır. Söylem analizi yöntemiyle elde edilen bulgular, aynı olayın farklı gazetelerde nasıl temsil edilebileceğine dönük önemli veriler içermektedir. Çalışmaya konu olan altı gazetenin sahiplik yapısı ve ideolojik yakınlıklarıyla ilişkili olarak aynı olay hakkında farklı gerçeklikler tasarladıkları görülmektedir.

Sahiplik yapısı gereği ideolojik olarak hükümete yakın sayılabilecek olan *Sabah*, *Star*, *Yeni Şafak* gazetelerine bakıldığında Barış Pınarı Harekâtı'nı olumlayıcı ve oldukça benzer söylemlerle okuyucuya sunulduğu ortaya çıkmaktadır. *Sabah* gazetesi haberlerde iktidarı öven bir söylem üreterek milli unsurların kullanıldığı yapı kullandığı bulgulanmıştır. Cumhurbaşkanı Erdoğan ve milli unsurları öne çıkararak nesnel olmayan bir dil anlayışını benimsemiştir. Bu açıdan harekâtı biz/onlar diyalektiği üzerine temellendiren gazete, sahiplik yapısı ve sahip olduğu ideoloji gereği taraflı bir haber sunumu gerçekleştirmiştir. *Star* gazetesi de *Sabah* gazetesi örneğinde olduğu gibi harekâtı iktidarla bütünleştiren ve harekât sonucunda olumlu sonuçların elde edildiğini okuyucularına ideolojik bir çerçevede aktarmıştır. Haberlerde milli unsurlar yerine sadece Erdoğan'ın fotoğraf ve söylemlerine sıkça yer verdiği tespit edilmiştir. Bu tercihlerde ilgili gazetenin Cumhurbaşkanı Erdoğan ve AK Parti'ye olan yakınlığının etkili olduğunu söylemek mümkündür. *Yeni Şafak* gazetesi de harekâtın planlanması ve yönetilmesinde tek güç olarak Cumhurbaşkanı Erdoğan'ı göstermiş ve nesnellikten uzak bir gazete dili ile iktidarı desteklemiştir. "Büyük Barış Pınarı Harekâtı" başlığı ile ideolojik söylemin güçlendirilmeye çalışıldığı bulgulanmıştır. Bu gazetelerin sahiplik yapılarına bakıldığında sahiplerinin Cumhurbaşkanı Erdoğan ile yakın ilişkileri olması ve gazete sahiplerinin inşaat, enerji, savunma sanayi gibi sektörlerde devletten sıkça kamu ihalesi alan şirketlerinin bulunması gazetelerin tercih ettikleri olumlayıcı söylemleri anlamak açısından önemli bir unsurdur.

Hükümete ideolojik olarak muhalif sayılan Cumhuriyet, *Birgün* ve *Yeniçağ* gazetelerine bakıldığında ise açıklanan Barış Pınarı Harekâtı'nın negatif ve muhalif kodlarla sunulduğu görülmektedir. *Cumhuriyet* gazetesi haberi "Üç koldan harekât", *Birgün* gazetesi "Karanlık yolda ilk adım atıldı.", *Yeniçağ* gazetesi "Mehmetçik vuruyor." şeklinde sunarak hükümeti öven herhangi bir ifadeye yer vermemesinin yanı sıra harekâtın ismini başlıklarda kullanmamıştır. Özellikle *Cumhuriyet* ve *Birgün* gazetesi harekâta karşı ideolojik bakış açısını haber başlıklarında ve haberlerde açıkça gösterdiği bulgulanmıştır. Bu gazetelerin bu tutumunun temeli şu şekilde tasvir edilebilir: Dünya kamuoyunun yakından takip ettiği bir

olayın haberleştirilmesi mutlak gereklidir ancak başlıklarda hareketin isminin kullanılmaması, hareketin iktidar ile özdeşleştirilmemesi veya iktidarın gerçekleştirdiği eylemleri görmezlikten gelme ile açıklanabilir. *Cumhuriyet* ve *Birgün* gazetesi, kullandığı dil pratikleri ve görsel malzemelerde iktidara yönelik neredeyse herhangi bir unsura yer vermemiş, iktidarı görmezden gelmiştir. *Yeniçağ* gazetesi TSK'nin önemine dikkat çekerek hükümete yönelik herhangi olumsuzlamaya yer vermemiş ve Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın açıklamalarını başlıkta Erdoğan'ın ismini vermeden haberi oluşturmuştur.

Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından açıklanan Barış Pınarı Harekâtı'na yönelik oluşturulan haberlerde ekonomik ve siyasi faktörlerin, gazetelerin oluşturduğu söylemlerde etkili olduğu görülmektedir. Pazar ekonomisinin prensipleri söylemi yönlendirmiş ve Herman ve Chomsky'nin (2006: 15) işaret ettiği "çıkar ilişkileri" haberlerin aktarımına etki etmiştir. Haberlerde tarafsızlık ilkesinden bahsedilemeyeceği ve buna Peter Golding ve Graham Murdock'ın (2002: 70-71) da belirttiği gibi çeşitli alanlarda kartelleşen büyük şirketlerin medya üzerindeki hegemonyasının sebep olduğu görülmüştür. Medya sektöründeki yoğunlaşma ve mülkiyet ilişkileri, medyanın kamu yararını gözetmesinin ve hükümeti denetlemesinin önünde bir engel oluşturmakta, medya eşitsizlikleri yeniden üreten yapıların bir parçası olmaktadır. Örnekleme dahilinde ele alınan gazeteler de bu ideolojik tutum ve eşitsizliklerin örneklerini oluşturmaktadırlar. *Sabah*, *Star* ve *Yeni Şafak* gazetelerinin sahiplik yapısı gereği yapılan haberlerin tamamen iktidarın söylemlerinin kendi gerçekleri doğrultusunda üretildiği görülmektedir. *Cumhuriyet* gazetesinin CHP'ye olan yakınlığı, *Birgün* gazetesi imtiyaz sahibi ve yazarlarının Cumhurbaşkanı Erdoğan'la davalık olmaları, *Yeniçağ* gazetesinin İyi Parti ile olan bağı gazetelerin haber sunumlarının ideolojik tutumlarıyla oluşturulduğu izlenimini güçlendirmektedir.

Post-truth dönemde medya araçlarının haber organizasyonları parçalanmış bir gerçekliği okurlarına sunmaktadır. Post-modern dönemli hakikat çoklu bir yapıya bürünmüş ve her kaynak kendi gerçekliğini oluşturmuştur. Örnekleme dahilinde ele alınan gazetelerin haberleri incelendiğinde ana olayın sunumu ve arka planı, okurlara gerçeğin ya da gerçekliğin değiştirilmiş, dönüştürülmüş halini sunmaktadır. Üretilen haberlerin gerçekliğini belirleyen ölçütler, gazetenin politik ve ekonomi politikasına bağlı olmuştur. Dolayısı ile gazetelerin ideolojik açıdan yakın oldukları ideolojik unsurlar, haber organizasyonlarının eylemlerini düzenleyen ya da kısıtlayan temel belirleyiciler olmuştur. Gazetelerin ideolojik haber sunumları, post-truth kavramının tanımında yer alan duygusallıkla da yakından bağlantılıdır. Gazeteler, okur kitlelerinin irrasyonel yönüne hitap ederek inanma ve güçlenme eğilimlerini

harekete geçirmektedir ve bireyin hakikati “hakikat” filtresinden geçirilmeden alımlanmasına neden olmaktadır. Çalışma örneğinde ele alınan gazetelerin de “Barış Pınarı Harekâtı” konusunda kullandığı söylem ve dil pratikleri ile bunu sağlamaya çalıştığı bulgulanmıştır.

Sonuç olarak tüm bu veriler, farklı ideolojilere sahip gazetelerin aynı olayla ilgili farklı gerçeklikler tasarlayabildiklerine yönelik varsayımımızı doğrulamıştır. Toplumsal pratiklerin mücadele alanı olan ideoloji, farklı anlayıştaki gazetelerin çıkarları için gerçekleri görmezden gelerek haber üretmelerini sağlamıştır. Post-truth ve çevrelediği değerler sistemi, mülkiyet ve sahiplik yapısının da etkisiyle oluşturulan haberler üzerinde etkili olmuş, her gazete kendine özgü gerçeklikler üretmiştir. Bu sebeple medyanın bu durumu, medyanın artık tek bir tip halinde varlığını sürdürdüğüne işaret eden önemli ipuçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda eleştirel medya okuryazarlığına sahip, bilinçli bir toplum yapısının varlığı; medyadaki analogik durumun bozulmasına ve kamuoyunu doğru bilgilendirecek medya kuruluşlarının kurulmasına öncülük edecektir.

## KAYNAKÇA

- Adorno, T., & Horkheimer, M. (2014). Aydınlanmanın Diyalektiği Felsefi Fragmanlar. N. Ü.- E. Karadoğan (Çev.), Kabalcı Yayıncılık.
- Althusser L. (2014) İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, A. Tümertekin (Çev.), İstanbul: İthaki Yayınları.
- Baudrillard, J. (2018). Simulakrlar ve Simülasyon. Oğuz Adanır (çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bianet (2020). (<http://bianet.org/bianet/medya/189200-es-medya-nin-yeni-sahibi-hasan-yesildag-kimdir>) (Erişim Tarihi: 10.12.2019).
- Birgün Gazetesi (2020). (<https://www.birgun.net/kunye> Erişim tarihi: 10.01.2020)
- Büyükkantarcıoğlu, N. (2012). Söylem İncelemelerinde Eleştirel Dilbilimsel Boyut: Eleştirel Söylem Çözümlemesi ve Ötesi. Ömer Özer (Ed.), Haberi Eleştirmek içinde (s.161-173). Konya: Literatürk Yayınları.
- Curran, J. (2002). Medya ve Demokrasi: Yeniden Değer Bıçme. Süleyman İrvan (Der.), Medya Kültür Siyaset içinde (s. 181-261). Ankara: Alp Yayınevi.
- Giddens, A. (2005). Sosyoloji. Cemal Güzel (çev.), Ankara: Ayraç Yayınları.
- Golding, P., Murdock G. (2002). Kültür, İletişim ve Ekonomi Politik. Süleyman İrvan (Der.), Medya Kültür Siyaset içinde (s. 59-101). Ankara: Alp Yayınevi.
- Gramsci, A. (1999). Selections from the Prison Notebooks of Antonio Gramsci. New York: International Publishers.
- Gurevitch, M., T. Bennet, J. Curran and J. Woollacott (1982). Class, Ideology and the Media: Introduction. Michael Gurevitch, Tony Bennett, (James Curran (Ed.), Culture, Society and Media içinde (s.7-10). London and New York: Methuen.

- Hall, S. (2006). Encoding/Decoding. D. Kellner ve G. Durham (der.) Media and Cultural Studies Keywords içinde (s. 163-174). Blackweell.
- Herman E. S., Chomsky N. (1999). Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir, İstanbul: Minerva Yayınları.
- Herman, E. S., Chomsky, N. (2006). Rızanın İmalatı: Kitle Medyasının Ekonomi Politigi, E. Abadoğlu (Çev.), İstanbul: Aram Yayıncılık.
- Karaduman, S. (2017). Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Eleştirel Haber Araştırmalarına Katkısı ve Sunduğu Perspektif. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 4 (2), Güz (31-46).
- Keyes, R. (2017). Hakikat Sonrası Çağ: Günümüz Dünyasında Yalancılık ve Aldatma. D. Özçetin (çev.), Ankara: Deli Dolu Yayınları.
- Marx, K., ve Engels F. (1992). Alman İdeolojisi (Feuerbach), S. Belli (Çev.), İstanbul: Sol Yayınları.
- Öztekin, H. (2012). Haber Üretim Sürecinde Medyanın Ekonomi Politigi: Star Gazetesi Örneği. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Istanbul University Faculty of Communication Journal, 1 (32).
- Özer, Ö. (2011). Haber Söylem İdeoloji, Eleştirel Haber Çözümlemeleri. Konya: Literatürk Yayınları.
- Sine, R. (2017). Alternatif Medya ve Haber: Toplumsal Hareketlerde Habercilik Pratikleri. Konya: Literatürk Academia Yayınları.
- Şimşek, V. (2018). Post-Truth ve Yeni Medya: Sosyal Medya Grupları Üzerinden Bir İnceleme. Global Media Journal Turkish Edition, Volume 8/16, Spring.
- T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Müdürlüğü (2013). Bir Bakışta Türk Medyası. Erişim Adresi (<https://docplayer.biz.tr/5539-T-c-basbakanlik-basin-yayin-ve-enformasyon-genel-mudurlugu-bir-bakista-turk-medyasi.html>).
- Twitter (2019). <https://twitter.com/rterdogan/status/1181920482964250624> (Erişim tarihi: 18.12.2019).
- Uzunoğlu, S. (2017). Post-Truth: Her Açından Kullanışlı Bir Kavram. Kadir Has Üniversitesi Panorama Dergisi. 41-42.
- Van Dijk, T. A. (1988). News as Discourse. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Van Dijk, T. A. (2003). Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım. Barış Çoban ve Zeynep Özarslan (Haz.), Söylem ve İdeoloji içinde (s.13-113). İstanbul: Su Yayınları.
- Yaylagül, L. (2006). Kitle İletişim Kuramları. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yeniçağ Gazetesi (2020). <https://www.yenicaggazetesi.com.tr/kunye-s.htm> (Erişim Tarihi: 10.01.2020).
- <https://t24.com.tr/haber/erdogan-sabah-ve-atvyi-satin-alan-kalyoncunun-dugunune-katildi,249934> (Erişim tarihi: 27.03.2020).
- <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/post-truth?q=post-truth> (Erişim tarihi: 27.03.2020).
- <https://www.gazeteler.org/gazete-arsivi/> (Erişim Tarihi: 22.02.2020)