

AYASOFYA İLE İLGİLİ HABERLERİN MEDYA VE İDEOLOJİ BAĞLAMINDA ÇÖZÜMLENMESİ: TÜRK YAZILI BASINI ÖRNEĞİ

Gülsemin MISIRLI¹

Mehmet ERDOĞAN²

ÖZ

Temel işlevi haber verme olan medyanın olayları aktarırken gösterdiği farklı söylem biçimleri birçok iletişim araştırmasına konu olmuştur. Farklı siyasal yönelimleri, sunum biçimleri ve okuyucu kitleleri olan medya kurumları, kurdukları söylemlerle olayları kendi ideolojileri çerçevesinde yeniden üretebilmektedirler. Böylece ideoloji gazetelerin temsiline etki ederek birbirinden farklı gerçeklik algılarına yol açabilmektedir. Bu çalışma 24 Temmuz 2020 tarihinde Ayasofya'nın ibadete açılışının Türk yazılı basında nasıl haberleştirildiğini, söylemlerin nasıl üretildiğini, sözcüklerin nasıl seçildiğini ve hedef kitleye nasıl aktarıldığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ayrıca söz konusu haberlerin sunuluşunda egemen söylem ve farklı ideolojik yapılara ait söylemlerin aynı olayları aktarırken gösterdiği farklılıkların araştırılması çalışmanın temel amacıdır. Bu kapsamda çalışmada, iki farklı ideolojik yapıya sahip olan Sabah, Yeni Şafak (muhafazakâr basını temsilen) gazeteleri ile Sözcü, Cumhuriyet (sol basını temsilen) gazetelerinin eleştirel söylem analizi bağlamında incelenmiştir. Analizler, Ayasofya'nın ibadete açılışının ardından kılınan ilk cuma namazı sonrası gazetelerin ilk sayfaları ile sınırlı tutulmuştur. Yapılan analizlerin sonucunda, gazetelerin Ayasofya'nın ibadete açılış haberini kendi ideolojilerine paralel olarak sunduğu ve kurdukları söylem aracılığıyla ideolojik mücadeleyi sürdürdükleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Medya, Haber, İdeoloji, Ayasofya.

THE ANALYSIS OF THE HAGIA SOFIA NEWS IN MEDIA AND IDEOLOGY CONTEXT: EVIDENCE FROM PRINTED PRESS IN TURKEY

ABSTRACT

The differences in the manner of discourse in media, whose primary function is to inform, have focused on many studies on communication. The media with different political orientations and audiences from different backgrounds might reproduce events based on their ideologies and presentation ways. Thus, ideology can lead to different perceptions of reality by affecting the representation of newspapers. The study aims to present reviews of how the opening of the Hagia Sofia to worship on 24 July 2020 has been covered by the media by focusing on how it has been reported to the audience and the selection and production of the discourse. Besides, the study's primary purpose is to investigate the differences between the dominant discourse and discourses of different ideological structures when reporting the same events in the news presentation in question. Critical discourse

¹ Dr. Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik ABD, gulseminmisirli60@gmail.com, ORCID: 0000-0001-8103-8462

² Dr. Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD, merdogan0229@gmail.com, ORCID: 0000-0002-1707-858X

analysis is employed to review the two groups of newspapers with opposing ideologies: Sabah and Yeni Şafak representing the conservatives, and Sözcü and Cumhuriyet represent the left-wing. The analyses are limited to the newspapers' first pages after the first Friday prayer after Hagia Sophia was opened to worship. The results reveal that both groups have covered the opening of the Hagia Sofia for Friday prayer, embedding their ideologies and that they have tried to intensify their ideological campaigns through their manner of discourse.

Keywords: Media, News, Ideology, Hagia Sofia.

GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarının haber verme sürecinde ideolojik tutumu iletişim teorisyencileri tarafından yüzyıllarca tartışılmıştır. Ana damar teorisyenler medyanın yalnızca yaşanan durumu aktardığını savunurken, eleştirel yaklaşımçı teorisyenler ise medyanın salt gerçekliği yansıtmadığını, medyanın kendi ideolojisi doğrultusunda gerçekliği yeniden inşa ettiğini iddia etmektedirler. Eleştirel yaklaşım geleneğine göre, bir olayın haberleştirilmesinde farklı faktörler rol oynamaktadır. Bu faktörlerin başını ideoloji çekmekte ve kurgulanan haber, pek çok alt metin içermektedir. Haberde kullanılan her türlü görsel, başlık, punto ve sözcükler medya organının ideolojik bakış açısı hakkında fikir vermektedir. Aynı olayın farklı yayın kuruluşlarında çok değişik şekillerde temsil edilmesi, yayın kuruluşlarının ideolojik yapısı ve kültürel birikimi ile yakından ilgilidir. Medya organları kendi ideolojileri ile uyumlanmayan haberleri görmezden gelebilmekte, haberleri basitleştirebilmekte ya da ideolojilerine uygun hale getirerek yayınlamaktadırlar. Kısacası, medyanın bize sunduğu haberler genellikle yayın kuruluşlarının yakın olduğu ideolojik çevre ve iktidarla olan ilişkileri ile paralellik göstermektedir. Yani, medyada yayınlanan haberler, gerçeğin bizatihi kendisi olmayıp yayın organlarının ideolojisi ve kültürel birikiminin haberleştirilmiş halidir. Şunu da belirtmek gerekir ki; yayın organlarının haberi salt gerçeklikle sunmaması yalnızca editörlerin ya da yayın kuruluşunun ideolojisini değil haberi toplayan muhabirin de ideolojisini ortaya koymaktadır. Söz gelimi, kendi ideolojisine uymayan birinin konuşmasına katılan muhabir o kişinin konuşmalarını cımbızla çekerek olumsuzlukları ön plana çıkarabilir. Ya da konuşmaya kimsenin ilgi göstermediği algısını ortaya koymak için boş koltukları çekerek bunu fotoğraflarla destekleyebilir.

Kamuoyunu ilgilendiren konularda önemli bir enformasyon kaynağı olan medya, hedef kitlenin görüşlerini de biçimlendirmekte etkindir. Şu ki, medyanın

herhangi bir olay karşısında takındığı tavrı, tutumu ve söylemi toplumda büyük bir yere sahip olmaktadır. Ancak her gazete belirli bir çerçeveye ve okuyucu kitlesine sahiptir ve bu yüzden kullandıkları söylem-dil birbirinden farklıdır. Dolayısıyla söylem dil içinde kodlanan toplumsal kökenli bir ideolojidir (İnal, 1996: 112; Pazarcıbaşı ve Koç, 2009: 161). Van Dijk'e göre, haber söyleminin güç potansiyeli yüksektir. Böylece haberlerin incelenmesi ideolojilerin iletişimini anlamak açısından hayati önem arz etmektedir (1999: 370). Medya- ideoloji eksenli çalışmalarda ideolojik kodların ortaya çıkarılabilmesi, örtük anlamların incelenmesi için genellikle eleştirel analiz yapılmaktadır. Haber metinlerinin eleştirel analizini yapmaya yönelik tüm bu araştırmalar, sosyal gerçekliğin yeniden inşa sürecinde, toplumdaki baskın grupların ve ideolojilerin de haber söylemiyle yeniden üretildiği savından hareket etmektedir. Bu durumda medyaya düşen bir taraftan durum tanımlayıcı ve anlam üretici olmak, diğer taraftan da bu tanım ve anlamları tekrar üretmek hedef kitleye sunmaktır (Doğru-Arslan, 2004: 159).

Elbette ki her haberin ideolojik bir dolayımına uğradığını iddia etmek güçtür. Ancak bazı haberlerde ideolojik çağrılmalar son derece belirgindir. Bu bağlamda çalışma, ideolojinin oldukça görünür olduğunu düşündüğümüz Ayasofya'nın ibadete açılması haberlerinin gazetelerde nasıl bir söylemle kurulduğunu incelemeyi amaçlanmaktadır. Kimi dönemlerde kilise olarak kullanılan Ayasofya, Osmanlı Devleti'nin İstanbul'u topraklarına katmasından sonra cami vasfını almış ve Atatürk'ün talimatı ve Bakanlar kurulu kararıyla 1 Şubat 1935 yılında müze haline getirilmiştir. Ayasofya, 10 Temmuz 2020 tarihinde Danıştay kararı ile yeniden camiye dönüştürülmüştür ve 24 Temmuz 2020 tarihinde ibadete açılmıştır (BBC, 2020). Ancak Ayasofya'nın ibadete açılması toplumsal ve siyasal pek çok tartışmanın odağı haline gelmiştir. Ayasofya'nın ibadete açılmasını politik olduğunu düşünüp müze olarak devam etmesinin daha doğru olduğunu savunanalar ile Ayasofya'nın ibadete açılmasını destekleyenler iki farklı cephe oluşturmuştur. Bu çalışma ise, bahsedilen konunun haber metinlerine nasıl yansıdığını araştırmaktadır. Bu doğrultuda, iki farklı yayın politikasına sahip gazetelerde yayınlanan haberler incelenerek gazetelerin ideolojik yapısının habere etkisi irdelenmeye çalışılmaktadır. Habere konu olan olayın birbirinden farklı ideolojik gazetelerde nasıl ele alındığı,

söylemlerin nasıl yapılandırıldığı, bu amaçla haber dilinin nasıl kurulduğu üzerinde durulmaktadır. Çalışmanın güncel bir meseleyi ele alması haber, ideoloji ve söylem eksenli çalışma alanına güncel bir katkı olarak değerlendirilebilir.

1. Medya, Haber ve İdeoloji

Halkın toplumsal enformasyona ulaşmasında medyanın yadsınamayacak derecede rolü bulunmaktadır. Siyasilerin, ekonomik çevrelerin, sivil toplum örgütlerinin, devletin üst düzey kurum ve kuruluşlarının vb. toplumsal yapı içerisinde bulunan özel ve tüzel tüm kişilerin, mesajlarını topluma veya çeşitli mercilere ilettikleri araçların başında kitle iletişim araçları gelmektedir (Dursun, 2009: 68). Kitle iletişim araçları, sürekli olarak yaşanan olayları kendi söylemine çevirerek aktarmaktadır. Gerçeğe en yakın haberler bile, yaşanan olay ile medya kuruluşlarının haber formatı içerisinde aktardığı gerçeklik arasında farklılık bulunmaktadır. (Poyraz, 2002: 12). Çünkü, medya kuruluşları olayları ya da mesajları olduğu gibi halka aktarmaktan öte kendi kurumsal kimliklerine uygun hale getirerek sunmaktadır. Diğer bir deyişle, medya kuruluşları bir olayı haber olarak üretirken kullandıkları dil, dilsel hareketler sonucu üretmiş oldukları söylemler aynı olmayabilmektedir (Dursun, 2009: 68). Zira medya kuruluşları haber üretiminde kurumsal yapıları itibariyle sahip oldukları ideolojileri bağlamında haberleri şekillendirerek halka sunmaktadır. Bu da şekillenen enformasyonun hedef kitlede düşünme ve fikir yürütme biçimini şekillendirmesini ve yönlendirmesini sağlamaktadır.

Eleştirel yaklaşımın temel sorunsalını oluşturan ideoloji konusuna yaklaşımı “medyanın ideolojik bir güç olduğu” şeklindedir. Bu düşünce etrafında toplumda birleştirici ve bütünleştirici bir güç olarak kabul edilen ideolojiyi topluma yaymak için kullanılan en önemli araçlardan birisinin medya olduğu düşüncesi yer almaktadır. Dolayısıyla söz konusu düşünceler göz önüne alındığında, ideolojik düzeyde medyanın, toplumdaki güçlü çıkar gruplarının bir başka ifadeyle egemen grupların uzantıları olarak işlev gördüğü görüşü hâkimdir. Ayrıca medyanın egemen grupların ideolojilerinin yeniden inşa ve üretiminde ve denetim sisteminin sürdürülmesinde etkin bir şekilde rol oynadığı görüşü hüküm sürmektedir (Shoemaker ve Reese, 2002: 127). Bu bağlamda “İdeoloji ve Devletin İdeolojik

Aygıtları” (1994) kitabının yazarı L. Althusser de medyayı devletin ideolojik aygıtı olarak ifade eder. Althusser (1994)’e göre, siyasal iktidarın düşüncelerinin halka aktarılmasında ve benimsetilmesinde medya oldukça önemli bir rolü üstlenmektedir. Başka bir düşünür olan A. Gramsci ise siyasal iktidarın toplumsal yapıda ‘hegomonya’ kurduğunu ifade etmektedir. Gramsci siyasal iktidarın bu hegemonyasını devam ettirebilmek ve korumak içinse halkın sürekli ‘rızasını almak’ zorunda olduğunu vurgular. Gramsci’nin ‘rıza alma’ yöntemleri arasında medyanın büyük yeri olduğunu ve medyayı, devletin ‘rıza alma’ aracı olarak değerlendirdiğini söylemek mümkündür (Dursun, 2009: 69).

Medya kuruluşu kendi yapısı, çıkarları, iktidar ve diğer güç odakları ile olan ilişkileri nedeniyle haberlerin bazı boyutlarını öne çıkarabilmekte; bazı boyutlarını ise görmezden gelebilmektedir (Devran, 2010: 120). Medya, seçiciliği uygulayarak yapılandırılmış 'ham içeriğe' kendi kriterlerini dayatmaya başlar ve böylece onları aktif olarak uygun hale getirir ve dönüştürür (Hall vd., 1978: 60). Bu doğrultuda “Haber medyası toplumsal gerçekliği kırar (refract) ve yeniden kurar (consturct).” denilebilir (İnal, 1996: 115). Medya sadece bir haberi yeniden kurmakla kalmamakta (Hall vd., 1978: 340) aynı zamanda olayların nasıl anlaşılması gerektiği konusunda güçlü yorumlar yapmaktadır. Medya kuruluşları sahip oldukları ideolojik görüşler doğrultusunda haber oluşturdukları ve muhalif görüşleri ötekileştirdiğini dile getiren eleştirilerin temel sorununu; medyanın en temel ve birincil görevi sayılan kamuoyu bilgilendirmekten çok bazı siyasi partilerin yayın organı olma rolünü benimsedikleri düşüncesinin olmasıdır. Bu düşüncenin veya kaygının yersiz olduğunu söylemek de yapılan haberlere bakıldığında pek de mümkün olmamaktadır. Bu çerçevede gazetelerin ve gazetecilik mesleğinin objektiflikten ve gerçeklikten uzak olmaları bakımından eleştirilerek toplumda büyük ölçüde güvenilirliklerini kaybettikleri söylenebilir (Toruk ve Sine, 2012: 352). Toplumda medya kuruluşlarının objektiflikten uzak ve güvenilirliklerini kaybetmeleri nedeniyle yapılan haberler çoğunlukla ideolojisine sahip veya yakın kitleler tarafından takip edildiği eleştirisini getirmektedir. Bu da, gazetelerin okur kitlesini kısıtlayıcı bir faktör olarak karşımıza çıkmakta ve farklı ideolojiye sahip insanlar tarafından ötekileştirilmektedir.

Topluma haber sunan medya kuruluşları, maddi oluşumun ideolojik çıktısı olmakla birlikte maddi oluşuma katkıda bulunan kuruluşlardır. Bu medya kuruluşlarının temel işlevi olan haberler öz itibarıyla maddi olay ve katmanlar içinde doğar, gelişir, nihayetinde çökelti olarak ideolojik oluşumunu bırakır. Dolayısıyla bu aşamada kitle iletişim araçlarının çıktısı olan haberlerin farklı bir kimliğe büründüğü görülür ve haber ideolojinin kurucu öğelerinden biri olur. Ancak tek başına haber ideolojik dokuyu oluşturmaz, oluşturamaz. İdeolojik oluşumun arasında gelenek ve görenekler, eğitim sistemi, ailenin öğrettikleri, ahlak anlayışı da yer alır ve bunlar içinde oluşur. Haber de böyle bir rol oynar. İdeolojiyi oluşturan ve ona vücut veren öğeler içinde haberin önemli bir rolü olduğu gibi günümüzde bu rol giderek artmaktadır (Kazancı, 2002:67,81).

Medyanın çıktısı olan haber, bilgiyi besleyen önemli kaynaklardan biridir. İnsanın bilgiye ulaşmasını sağlayan kitap ve eğitim gibi yöntemlere haber kaynaklarını da eklemek gerekmektedir. Haber, insanın bilgiye ulaşmasında en önemli kaynaklardan birisi haline gelmiştir. Haber biraz daha yakından incelendiğinde, çeşitli bölümleri, çeşitli türleri ve çeşitlendirilmiş amaçları olduğu görülmektedir. Bu kaynak bazen eğlendirirken bazen de bilgilendirmektedir. Haber bunları gerçekleştirirken arka planda tuttuğu önemli bir amacı da gerçekleştirmiş olur (Kazancı, 2002: 78). Zira medya haber söylemini kendi ideolojisi ve amacı çerçevesinde şekillendirerek halka sunmakta ve bunu gerçekleştirirken belirlenmiş bazı anlamsal biçimlere öncelik verebilmektedir. Okuyucu ile sıkı bir diyalogun kurulduğu haber metinlerinde güç/iktidar sahibi kurum ve kuruluşların haberdeki söylemleri anlatıcının dilinden halkın sesine dönüştürülür. Bu dönüşüm sırasında kaynaklar, anlatıcı ve halk arasında bir diyalog oluşur. Bu diyaloglar haber kaynaklarının ikna etme yetkinliğinin önemli dayanak noktasıdır. Egemen söylemlerin uyuşma dönüşümü aşamasında medya, artık çoğulcuların ve çoğulcu düşünceye dayanan profesyonel ideolojinin iddia ettiği gibi "gerçeklerin yansıtıcısı" değildir. Artık medya belli gerçeklik tanımlarını, belli durum tanımlarını yeniden kuran ve inşa eden bir araç konumundadır. Bu bağlamda bakıldığında medya, ne ana damar iletişim kuramcılarının öne sürdüğü gibi gerçekliği yansıtan bir ayna, ne de "ortodoks" Marksist düşünürlerin ileri sürdüğü gibi egemen sınıfın bir aracı

konumunda değildir (İnal, 1996: 114-115). Yani medya kuruluşları yaydığı haberle doğrudan gerçekleşen olayı aktarmakla kalmaz, kendi ideoloji çerçevesinde şekillendirerek bunu gerçekleştirir. Bu durumu anlamak için farklı medya kuruluşlarının aynı haber için oluşturdukları çerçeveye ve sunma biçimine bakmak yerinde olacaktır. Böylelikle haber söyleminde yapılan ideolojik üretim ve hangi medyanın hangi ideolojik söylemi desteklediği ortaya çıkarılabilir.

Hackett (1985), dilde/ haberin söyleminde ideolojik üretim yapıldığını işaret etmektedir (Özer, 2012: 124). Her gazetenin haber değeri, organizasyonu ve teknik çerçevesi ile ilgili mesleki anlayışı (belirli haber alanlarında çalışan gazeteci sayısı, belirli türdeki haberlere rutin olarak verilen sütun alanı miktarı vb.), ve seyirci veya normal okuyucu duygusu farklıdır (Hall vd., 1978: 60). Devran'ın ifadesiyle haberciliğin sosyal, ekonomik ve politik bir boyutu olduğu için her bir haber farklı bir içerikle ve bakış açısıyla inşa edilerek iletilmektedir. Yani farklı medya kuruluşları aynı haberi farklı şekilde hazırlamakta ve sunmaktadırlar. Çünkü kurumun yapısı sunulan haberin hazırlanışını, sunuş biçimini ve söylemini belirlemektedir. Kurumsal söylem haberin söylemini belirlerken, kurum kendi söylemini de haber üzerinden yeniden üreterek hedef kitleye ulaştırmaktadır (Devran, 2010: 121). Haberlerdeki ideolojik söylem, muhabirlerin ya da gazetecilerin kendi ideolojilerinden ziyade, bağlı oldukları kurumların ideolojik görüşü çerçevesinde şekillenmektedir. Ancak gazeteci veya muhabirin kendi ideolojisini katmadan objektif olarak haberi ele aldığını söylemek de pek mümkün değildir. Yukarda da bahsedildiği gibi haber hem kurumun hem de gazetecinin ideolojisi çerçevesinde şekillenmektedir. Muhabirler/gazeteciler kullandıkları söylemlerle kendilerini ve adlarına söylemde buldukları kurum, grup veya kişileri konumlandırmaktadırlar. Dolayısıyla haberlerin söylemlerini inceleyerek bahsi geçen medyanın hangi ideolojiyi desteklediğini, iktidar ile arasındaki ilişkisini, kendi çıkarlarının neler olduğunu anlayabilmek mümkündür (Devran, 2010: 119). Muhabirler haberde kullandığı yargılar çerçevesinde kurumun ve kendisinin ideolojini habere katmaktadır. Bunun da haberdeki şeffaflığı ve nesnelliği yok ettiği söylenebilir. Bu durum İnal'ın (1996:111), "... anlatıcı kendi yargılarını sözcük

seçimleri ve vurgularla açığa vurmaktadır. Haber "şeffaf bir anlatıma ve "nesnel" dile dayanmamaktadır." şeklinde kullandığı ifadelerle açıklanabilir.

Haberin şeffaf bir anlatıma ve nesnel bir dile dayanmama noktalarından biri de haber anlatısının veya haberin gazetede konumlandırmasının yapılandırmasıdır. Bu bağlamda Cohen'in "Medya ne düşüneceğimizi söylemede başarılı olmayabilir, ancak ne hakkında düşüneceğimizi söylemede oldukça başarılıdır" ifadesi oldukça önemlidir (Cohen, 1963: 13). Zira medya sıralamasında ön plana çıkardığı haberle toplumu yönlendirebilmekte ve bu konuda etki altına alabilmektedir. Scheufele (1999:115), haber seçim süreci hakkındaki araştırmalar ve medya içeriği üzerinde yapılan çalışmalara dayanarak, üç muhtemel etki kaynağının mesajın çerçevesini inşa ettiğini belirtmektedir. Birincisi, kaynağı gazeteci merkezli etkilerdir. Gazeteciler, gelen bilgileri yapılandırmak ve anlamlandırmak için aktif olarak çerçeveler oluşturur. Çerçevelerin oluşumu, ideoloji, tutumlar ve profesyonel normlar gibi değişkenler tarafından yönetilir ve sonunda gazetecilerin haberleri çerçeveleme biçiminde yansıtılır. İkincisi, örgütsel rutinler olarak ifade edilen medyanın türü veya politik yönelimi gibi faktörlerin bir sonucu olarak çerçevelerin seçilmesidir. Üçüncüsü ise, siyasi aktörler, yetkililer, çıkar grupları ve diğer seçkinler gibi dış etki kaynaklarıdır.

Haberlerin ilgi düzeyi; önem ve yenilik gibi ilkelere göre düzenlenir. İlk olarak gelen şey, birçok konuşma öyküsünde olduğu gibi, söylemin en önemli bilgisi, bir özet olan başlık ve kılavuzdur, ancak daha sonra bir haberdeki öykü parçaları halinde (her kategorinin en önemli bilgisi önce, daha az önemli bilgileri sonra şeklinde) sunulur (van Dijk, 2009: 194). Diğer bir ifadeyle haber yazımının temel prensiplerinden biri haberin anlatı yapısının en önemli olandan daha az önemli olana doğru yapılandırılmasıdır. Bazı ideolojik veya çıkar gerekçeleri nedeniyle haberlerin anlatısı veya akışı değiştirilmiş de olabilir. Örneğin, muhabir, okuyuculara özellikle iletmek istediğini en ön sıraya yerleştirirken; aynı zamanda ön sıraya yerleştirilen haberin ya da olayın aslında çok önemli olduğunu da vurgulamaktadır. Muhabirlerin ya da gazetecilerin haberlerinin anlatılarını bu şekilde yapılandırmasının sebepleri arasında sahip oldukları ideolojileri ve kalıp yargıları olabilir. Bununla birlikte gazetelerde ideoloji sadece metinler aracılığıyla üretilmemektedir. İdeoloji üretimi

veya herhangi bir düşüncenin benimsetilmesinde fotoğrafların etkisi, metinlerin etkisinden daha fazla olduğu iddiasını da göz önünde bulundurmak gerekir (Devran, 2010: 85-86; Dursun, 2009: 69). Bu bağlamda haber metinlerinin medya kuruluşlarına göre farklılık göstermesi, farklı ideolojik görüşe sahip gazetelerin haberi nasıl inşa ettiklerinin araştırılması önemlidir.

2. Amaç ve Yöntem

Bu çalışma, 24 Temmuz 2020 tarihinde Ayasofya'nın ibadete açılmasının Türk yazılı basınında nasıl ele alındığını, haberlerin hangi söylemler aracılığıyla inşa edildiğini ve okuyucuya hangi bakış açısı ile sunulduğunu incelemektedir. Ayrıca söz konusu haberlerin sunuluşunda egemen söylem ve farklı ideolojik yapılara ait söylemlerin aynı olayları aktarırken gösterdiği farklılıkların araştırılması çalışmanın temel amacıdır.

Ayasofya'nın ibadete açılmasının yazılı basında hangi söylemler üzerinden nasıl inşa edildiğini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, yöntem olarak eleştirel söylem analizi seçilmiş ve çözümleme bu doğrultuda yapılmıştır. Söylem, dil içerisinde gizlenmiş ideolojiyi açığa çıkarmaktadır. Söylem içerisinde ideolojiyi bulundurur ve ideolojilerin yeniden üretilmesinde rol oynar. Dolayısıyla ideolojilerin söylemde ne şekilde terennüm edildiği, saklandığı bununla birlikte toplumda nasıl tekrar üretilbileceği eleştirel haber araştırmaları açısından önemlidir. Söylem analizinin çıkış noktası medya metinleri değil, toplumsal yapıdır. Yani haber söylemi üretildiği toplumun siyasi, sosyal, politik ve kültürel etmenlerinden bağımsız düşünülmemelidir (İnal, 1996: 96). Söylem analizi gündelik yaşamda birçok alanla ilgili metinler aracılığıyla verilen her türlü bilginin zihinsel süzgeçlerden geçilerek ve metinlerin dilsel yapısından yola çıkılarak yeniden okuyup anlamlandırmaların yapılmasına olanak tanımaktadır. Bu okuma, anlamlandırma, açıklama ve yorumların yapılmasında bunu yapan kişinin sosyo-bilişsel durumu etkili olmaktadır (Çalışır, 2020: 8). Eleştirel söylem analizi ise, bu etmenleri analiz etmeyi, haber söyleminin arka planında var olan yapıyı çözmeyi, iktidarın yeniden nasıl üretildiğini incelemeyi amaçlamaktadır (Karaduman, 2017: 38). Güç, hâkimiyet, hegemonya, sınıf farkı, cinsiyet, ırk, ideoloji, ayrımcılık, çıkar, kazanç, yeniden oluşturma, dönüştürme, gelenek, sosyal yapı ya da sosyal düzen gibi temaları ön plana çıkararak ve araştırma

alanı olarak bu konuları işleyen bir yöntemdir (van Dijk, 2015: 468). Kısacası eleştirel söylem analizi, ‘bakmak’ ve ‘görmek’ arasındaki ayrımın bilimsel yöntemleştirilmesi şeklinde de düşünülebilmektedir (Büyükkantarcıoğlu, 2012: 167).

Araştırmanın evrenini Türk basınında yayın yapmakta olan tüm ulusal gazeteler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, iki farklı ideolojik görüşü sahip olan *Sözcü-Cumhuriyet* ile *Sabah-Yeni Şafak* gazeteleri oluşturmaktadır. *Sözcü* ve *Cumhuriyet* gazeteleri ulusal sol basını, *Sabah* ve *Yeni Şafak* gazeteleri ise muhafazakâr- sağ basını temsil etmek üzere seçilmiştir. Çalışma, Ayasofya’nın ibadete açılmasının ardından kılınan ilk cuma namazı sonrası (25 Temmuz 2020) gazetelerin ilk sayfaları ile sınırlı tutulmuştur.

3. Bulgular

Çalışmanın bu bölümünde, *Sözcü*, *Cumhuriyet*, *Sabah* ve *Yeni Şafak* gazetelerinin Ayasofya’nın ibadete açıldıktan sonraki günün birinci sayfaları eleştirel söylem çözümlemesi yöntemiyle incelenmiştir.

3.1. Sözcü Gazetesi

Konuyla ilgili olumsuz bakış açısına sahip olan *Sözcü* gazetesi, haberi “Ayasofya’ya serbest” (Görsel-1) başlığı ile duyurmuştur. Üst başlık, spot ve alt metinde Ayasofya’nın ibadete açılmasından ziyade vatandaşların sosyal mesafe kuralına uymadığına dikkat çekilmiştir. Metinde ayrıca Sağlık Bakanı’nın İstanbul’da virüsten dolayı vaka uyarısı yaptığı haberine yer vererek kendi söylemlerini güçlendirmişlerdir. Böylece Ayasofya’nın ibadete açılışı ve bunun arka planında olan pek çok şey görmezden gelinmiştir.

Sayfada dikkat çeken bir detay ise, 81 ilde yapılması istenen Lozan Barış Antlaşması’nın 97. yıl dönümü etkinliğinin virüs nedeniyle iptal edilmesinin haberleştirilmesidir. Gazete “Dezenfekte Bahanesi” gibi alt başlık ve söylemlerle bir yandan Lozan Barış Antlaşması etkinliğinin virüs bahanesiyle iptal edildiğini vurgularken; diğer yandan virüsün Ayasofya’nın açılmasına engel oluşturmadığının da altı çizmiştir. Dolayısıyla gazete Ayasofya’nın ibadete açılmasına karşı olumsuz tavrını virüs ve Lozan Barış Antlaşması etkinliğinin engellenmesi ile yeniden üretmiştir.

Haberi güçlendirmek amacıyla CHP’li bir siyasetçinin (Muharrem İnce) fotoğrafına ve siyasetçinin “*Ayasofya’yı ibadete değil, siyasete açtılar*” sözüne yer vermişlerdir. Kırmızı harflerle okuyucuya sunulan başlıkta, İnce’nin Ayasofya’nın siyasete alet edilmesine tepki olarak cuma namazını Sultan Ahmet’te kıldığını vurgulamışlardır. Gazete bu yolla olumsuz tutumlarını haberde kullandıkları haber aktörleri ile güçlendirmişlerdir. Gazete, kullandığı fotoğraflarda Ayasofya’nın içini ve dışını gösteren görüntülere yer vermiştir. Yakın çekim olarak yer verdiği fotoğraflarda Ayasofya’nın içini gösteren karede sosyal mesafe kurallarına uygun olduğunu gösterirken, Ayasofya’nın dışını gösteren kare ise, insanların sosyal mesafe kurallarına uymadığını göstermektedir. Şu halde, haber için kullanılan fotoğraflar haber metninin salgını ön plana çıkarıcı söylemini destekler niteliktedir.

Görsel 1: Sözcü Gazetesi



Kaynak: www.gzt.com/gazeteler/sozcu-gazetesi

3.2. Sabah Gazetesi

Sağ- Muhafazakâr olarak seçilen Sabah gazetesi, haberi büyük puntolarla “Fatih’in Emaneti Artık Mahzun Değil” başlığıyla okuyucuya duyurmuştur. Haberde iktidar yanlısı bir dil kullanan gazete 1. Sayfada Ayasofya’nın ibadete açılması dışında başka hiçbir habere yer vermemiştir. Ayrıca bol fotoğraf kullanarak haberi güçlendirmiştir. Başlıkta kullandığı “mahzun değil”, “Fatih’in emaneti” gibi ifadelerle egemen söyleme paralel bir sunum gerçekleştirmiştir. Haberin içinde yer verdiği “Milyonlarca Müslüman Yeniden Dirilişe Tanıklık Etti”, “Yeniden Diriliş”, “Ayasofya-i Kebir Camii Şerifi 86 yıllık esaretin ardından ibadete açıldı”, “Milletin

Özlemi Bitti” söylemiyle Ayasofya’nın açılmasının toplumun tamamı tarafından olumlanmış gibi bir anlatım biçimi benimsemiştir. Erdoğan’ın “*Ayasofya’yı aslına döndürmüş olmamız, milletimizin onlarca yıllık özlemini yerine getirdi*” gibi doğrudan alıntılarına yer vererek egemen söylem yeniden üretilmiştir. Ayasofya’nın geniş açıdan çekilmiş bir fotoğrafına yer veren gazete katılımın yoğunluğunu ön plana çıkarmıştır. Gazete ayrıca Recep Tayyip Erdoğan’ın Kur’an okurken yakından çekilen karesine, Ali Erbaş’ı minberde kılıçla çekilen fotoğrafına, Emine Erdoğan’ın yer aldığı fotoğraf karesine ve Erdoğan ve MHP Lideri Bahçeli’nin Fatih Sultan Mehmet türbesinde dua ederken çekilen fotoğraflarına yer vermiştir. Dolayısıyla haber metninin yanı sıra fotoğraflarda da iktidar yanlısı bir sunum gerçekleştirmiştir. Özetle gazete, Ayasofya’nın açılmasını hep olumlu bir bakış açısı ile okuyucuya sunmuş; olumsuz hiçbir görüşe ya da haber aktörüne yer vermemiştir.

Görsel 2: Sabah Gazetesi



Kaynak: www.ahaber.com.tr/gazete-mansetleri/sabah/2020/07/25

3.3. Yeni Şafak Gazetesi

Büyük puntolarla “Tarih Döndü Muhteşem” manşetiyle okuyucu karşısına çıkan gazete sayfanın tamamını bu habere ayırmıştır. Kullandığı manşette Ayasofya’nın ibadete açılmasını muhteşem olarak niteleyen gazete, iktidarın söylemlerini olumlayarak tekrar üretmiştir. Haberin spotunda Ayasofya’nın ibadete açılmasının vatandaşlar tarafından da olumlandığının altını çizmek için özlem, sevinç, şükür ve gurur gibi sözcüklerle coşkulu bir dil kullanmıştır. Yeni Şafak Gazetesi, alt başlıklarında Diyanet İşleri Başkanı Ali Erbaş’ın, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın ve MHP Lideri Bahçeli’nin söylem ve görüntülerine yer vermiş; muhalif hiçbir görüşe yer vermemiştir. Dolayısıyla gazete haberde iktidar yanlısı bir sunum gerçekleştirmiştir. Ayrıca gazete ideolojisi doğrultusunda seçtiği haber aktörlerinin söylemlerine metin içinde sık sık yer vermiştir. “350 bin kişi

katıldı”, “Türkiye’nin her yerinden” başlıklarıyla katılımın yoğunluğu vurgulanmış ve alt metinde bu kişilere ateş ölçümü ve maske kontrolü yapıldığının altı çizilerek salgın kurallarına uyulduğuna dikkat çekilmiştir. Dolayısıyla metinde asıl gösterilmek istenen bu açılışın sebep olduğu kalabalığın virüsün yayılmasını arttırıcı bir etken olmadığını vurgulamaktır. “Alkışlarla Karşıladılar” alt başlığında ise, Cumhurbaşkanı Erdoğan ön plana çıkarılmış, metinde Ayasofya’nın açılması tüm Türkiye’nin rüyası olarak lanse edilmiş ve Erdoğan’a bu yüzden herkesin müteşekkir olduğu vurgulanmaya çalışılmıştır.

Sayfada dikkat çeken bir diğer unsur “Yunanistan Yasta” başlığıdır. Haberde “Yasta” sözcüğü daha büyük puntolarla verilerek dikkat oraya çekilmiştir. Metin içinde, “*bayraklar yarıya indirildi*”, “*Yunanistan çılgına döndü*”, “*matem çanları çalındı*” ifadeleriyle Ayasofya’nın ibadete açılmasını istemeyen ülkelerin olduğunu ancak Türkiye’nin onlara aldırış etmeden Ayasofya’yı ibadete açtığını bir zafer edasıyla aktarmıştır. Burada bilinçaltına iktidarın “biz dışarıya boyun eğmiyoruz” söylemi kodlanmış ve gazete iktidarın söylemlerini üstü kapalı da olsa yeniden üretmiştir. Bu haberi desteklemek için Yunanistan bayrağının yarıya indirildiği görüntüsü kullanıldığı bir kare kullanılmıştır. Ayasofya’nın geniş açıdan çekilmiş fotoğrafına ve Ayasofya alanının dışına taşıdığı gösteren bir başka fotoğraf karesiyle gazete katılımın yoğunluğunu ön plana çıkarmıştır.

Görsel 3: Yeni Şafak Gazetesi



Kaynak: www.gzt.com/gazeteler/yenisafak-gazetesi

3.4. Cumhuriyet Gazetesi

Gazete Ayasofya'nın ibadete açıldığı haberini, "Ayasofya açılışında Atatürk'e hakaret" şeklinde Atatürk'e "hakaret" edildiğini ön plana çıkaran ve söz konusu haberi gölgede bırakan bir başlık kullanarak oluşturmayı tercih etmiştir. Haberin spotunda "Diyaret İşleri Başkanı Ali Erbaş'ın, isim vermeden 'Atatürk'e Lanet Okuması' büyük tepki yarattı" gibi yorumsal ifadelerle yer veren gazete okuyucuyu bilgilendirmekten ziyade toplumda nefret uyandıracak söylemler kullanmıştır. Metin içerisinde de Erbaş'ın "Fatih Sultan Mehmet burayı kıyamete kadar cami olarak kalması için vakfetmiştir. Vakfedileni çiğneyen lanete uğrar" doğrudan sözüne yer vererek Erbaş'ın bu sözlerle Atatürk'ü hedef aldığını iddia

etmiştir. Dolayısıyla gazete Erbaş'ın bu söylemini Atatürk'e karşıtlık üzerinden kurgulamıştır. Yine metin içerisinde yer verdiği *“Namazdan sonra bir grubun sokaklarda tekbir eşliğinde hilafet istemesi dikkat çekti”* gibi ifadelerle halkı galeyana getirici bir dil kullandığı ve Ayasofya'nın ibadete açılmasını hilafetle bağdaştırdığı görülmektedir.

Gazete *“Anıtkabir'e büyük ayıp”* başlığıyla Ayasofya haberini gölgede bırakacak başka bir habere yer vermiştir. Haberin alt başlığını bir sivil toplum örgütü temsilcisinin *“Cumhuriyet Değerleri Tehdit Altında”* söylemini öne çıkararak kullanmıştır. Ayrıca metinde *“Cumhuriyet Lozan Demek, Türkiye Cumhuriyeti'nin temellerini savunmak suç haline geldi. Bunu kabul etmek mümkün değil. Bugün Ayasofya serbest, Anıtkabir yasak. Cumhuriyet değerleri tehdit altında”* ifadesine yer vermiştir. Bu sözleri söyleyen kişinin kim olduğuna yer vermemiştir. Zaten söyleyenin kim olduğundan çok sözün kendisine dikkat çekilmiştir. Gazetenin yer verdiği/ön plana çıkarttığı bu ifadeler bir yandan halka korku salmakta diğer yandan Ayasofya'nın açılışını geri plana atmaktadır. İktidarın Ayasofya'nın açılışına izin verip Lozan Barış Antlaşması'nın etkinliklerini engellenmesini Cumhuriyet'in değerlerini tehdit ettiğini yorumsal ifadelerle haberleştirmiştir. İktidarın Lozan Barış Antlaşması yıl dönümü etkinliğini engellemesini *“Dezenfekte Bahanesi”* alt başlığıyla veren gazete, iktidarın Lozan Barış Antlaşması etkinliğini istemediğini buna bahane olarak da salgını gösterdiğini ima etmiştir. Gazetenin haberi kendi ideoloji doğrultusunda kurguladığı ve öne çıkardığı tüm bu söylemlerle toplumda infial yaratabilecek bir tarz benimsediği görülmektedir.

Görsel 4: Cumhuriyet Gazetesi



Kaynak: www.gzt.com/gazeteler/cumhuriyet-gazetesi

SONUÇ

Toplumu bilgilendirme, bilinçlendirme ve kamuoyu oluşturmada önemli bir bilgi kaynağı olan medyanın aynı olaylar aktarırken çok farklı sunum biçimlerini benimsendiği görülmektedir. Bu durumun temelinde yayın kuruluşlarının sahiplik yapısı ve ideolojik tutumları gibi pek çok neden bulunmaktadır. Özellikle toplumun farklı kesimlerinde farklı şekillerde yorumlanabilecek ve tartışmaya zemin hazırlayabilecek haberlerin sunumunda ideoloji büyük rol oynamakta; dolayısıyla gazeteler aynı olayda çok farklı haber sunumları geliştirebilmektedir.

Basının Ayasofya'nın ibadete açılışını haberleştirirken kendi ideolojilerine uygun biçimlendirmeler yaptığı ve taraflı davrandığı görülmüştür. Bununla birlikte gazetelerin olayı ele alış şekli, haber metinlerinde kullandıkları sözcükler ve seçtikleri haber aktörlerinin farklılaştığı tespit edilmiştir. İdeolojik açıdan iktidara yakın olan Yeni Şafak ve Sabah gazeteleri Ayasofya'nın ibadete açılışını benzer ifadelerle haberleştirmişlerdir. Yeni Şafak "Tarih Döndü Muhteşem", Sabah ise, "Fatih'in Emaneti Artık Mahzun Değil" başlıklarıyla okuyucu karşısına çıkmışlardır. Her iki gazetede birinci sayfanın tamamını bu habere ayırmış; haberin başlıklarından görseline kadar ideolojik bir tutum gerçekleştirmişlerdir. Her iki gazetede hiçbir olumsuz eleştiriye ve bakış açısına yer vermemiştir. Ayrıca gazeteler ideolojisi doğrultusunda seçtiği haber aktörlerinin söylemlerine metin içinde sık sık yer vermiştir. Olaya iktidar cephesinden bakan bu gazeteler haber vermekten ziyade adeta iktidarın sözcülüğünü üstlenmişlerdir.

İktidara karşıt sayılabilecek olan Sözcü ve Cumhuriyet gazetelerinde ise, Ayasofya'nın ibadete açılışı Yeni Şafak ve Sabah gazetelerine göre daha az yer kaplamış ve oldukça olumsuz söylemlerle okuyucuya sunulmuştur. Sözcü gazetesi "Ayasofya'ya Serbest", Cumhuriyet gazetesi ise, "Ayasofya açılışında Atatürk'e hakaret" başlığını kullanmıştır. İki gazetede başlıklarını negatif bir dille kurgulamışlardır ancak bu negatif söylemi farklı perspektiflerden yorumlamışlardır. Sözcü gazetesi Lozan Barış antlaşması etkinliğinin Covid- 19 nedeniyle iptal edildiğini ancak Ayasofya'nın açılmasına bir engel oluşturmadığını öne çıkartan bir başlık tercih ederken, Cumhuriyet gazetesi ise başlığını Atatürk'e hakaret üzerinden kurgulamıştır. Gazeteler ayrıca olumsuz tutumlarını haberde kullandıkları haber aktörleri ile güçlendirmişlerdir.

Eleştirel söylem analizi neticesinde elde ettiğimiz tüm bu veriler, makaleye konu olan gazetelerin Ayasofya'nın ibadete açılışı konusunda nasıl farklı gerçeklikler oluşturmaya çalıştığını açıkça göstermektedir. Daha önce haber-söylem-ideoloji eksenli diğer çalışmalarda da farklı ideolojiye sahip gazetelerde söylemin farklı şekillerde kurulduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma konuyla ilgili daha önce yapılan diğer çalışmalarla ortak sonuçlara ulaşmıştır denilebilir. O halde farklı ideolojik yapılara sahip gazetelerin haberlerde farklı söylemler inşa etmeye devam

ettiği dikkat çekmektedir. Gazetelerin okuyucu bilgilendirmekten çok ideolojik mücadeleyi sürdürme ve okuyucuyu ikna etme çabası içinde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda gazetelerin nesnellikten ve profesyonel gazetecilik anlayışlıdan uzak oldukları söylenebilir. Bu durum yalnızca gazetelerin değil bütün bir medyanın toplum nezdinde güvenirliliklerini yitirmesine sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla muhabirden sorumlu yazı işleri müdürüne kadar haber kuruluşunda çalışan herkesin haberi daha nesnel bir şekilde hazırlaması ve ideolojik dolayımına uğratmadan okuyucuya sunmaları gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- ALTHUSSER, Louis (1994). Devletin İdeolojik Aygıtları, (Çev. Yusuf Alp), İstanbul: İletişim Yayınları.
- BBC NEWS, <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-53349470>, Erişim Tarihi: 10. 09. 2020.
- BÜYÜKKANTARCIOĞLU, S. Nalan (2012). Söylem İncelemelerinde Eleştirel Dilbilimsel Boyut: Eleştirel Söylem Çözümlemesi ve Ötesi, (Editör), Ömer Özer. Haberi Eleştirmek, Konya: Literatürk, s. 161- 199
- COHEN, Bernard C. (1963). The Press and Foreign Policy, Princeton: Princeton University Press.
- CUMHURİYET GAZETESİ, <https://www.gzt.com/gazeteler/cumhuriyet-gazetesi-25-07-2020>, Erişim Tarihi: 12.09.2020.
- ÇALIŞIR, Gülsüm (2020). Kişilerarası İletişim Bağlamında Televizyon Reklamlarında Söylem Analizi: Çaykur, Lipton ve Doğuş Çay Reklamları, SBedergi, 4(7), s. 1-23.
- DEVİRAN, Yusuf (2010). Haber Söylem İdeoloji, İstanbul: Başlık Yayınları.
- DOĞRU-ARSAN, Esra (2004). Medya- Güç İdeoloji Ekseninde Merve Kavakçı Haberlerinin İki Farklı Sunumu. (Derleyen) Çiler Dursun. Haber, Hakikat ve İktidar İlişkisi, Ankara: Elips Kitap, s.151- 182.

DURSUN, Onur (2009). Medyada (Basın) Eğlenceyle Sunulan İdeoloji Anadolu'da Vakit Gazetesinin Bulmacası Üzerine Bir Analiz. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (37), s.65-87.

HALL, Stuart, CRITCHER, Chas, JEFFERSON, Tony, CLARKE, John, ve ROBERTS, Brian (1978). Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order, GB: Methuen.

İNAL, Ayşe (1996). Haberi Okumak. İstanbul: Temuçin Yayınları.

KARADUMAN, Sibel (2017). Eleştirel Söylem Çözümlemesinin Eleştirel Haber Araştırmalarına Katkısı ve Sunduğu Perspektif, Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 4(2), s.31-46.

KAZANCI, Metin (2002). Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 57(1), s.55-87.

ÖZER, Ömer (2012). Haberin ideolojik duruşu: Eğitim-Sen eyleminin Türk Basınında Temsili, (Editör), Ömer Özer. Haberi Eleştirmek: Araştırma Alanlarına Göre Eleştirel Haber Çalışmaları, Konya: Literatürk Yayınları, s.121-160.

PAZARBAŞI, Betül, ve KOÇ, Selma (2009). 3 Ocak 2008'de Diyarbakır'da Yaşanan Bombalı Terör Eylemi ve Basın Söylemleri, (Editörler), Mustafa Şeker ve N. Tülay Şeker. Terör ve Haber Söylemi, Konya: Literatürk, s.157-208.

POYRAZ, Bedriye (2002). Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik, Ankara: Ütopya Yayınları.

SABAH GAZETESİ, <https://www.ahaber.com.tr/gazete-mansetleri/sabah/2020/07/25>, Erişim Tarihi: 15.08.2020.

SCHEUFELE, Dietram A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. Journal of communication, 49(1), s.103-122.

SHOEMAKER, Pamela, ve REESE, Stephen D. (2002). İdeolojinin Medya İçeriği Üzerindeki Etkisi. (Derleyen), Süleyman İrvan. Medya Kültür Siyaset, Ankara: Alp Yayınevi, s.121-181.

SÖZCÜ GAZETESİ, <https://www.gzt.com/gazeteler/sozcu-gazetesi-25-07-2020>,
Erişim Tarihi: 12.09.2020.

TORUK, İbrahim ve SİNE, Rengin (2012). Haber Söylem Üretimindeki İdeolojik Etki: Wikileaks Haberleri. Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi 1.(31), s.351-378.

vAN DIJK, Teun Adrian (1999). Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları. (Derleyen), Mehmet Küçük. Medya İktidar İdeoloji, Ankara: Ark Yayınları, s. 331-395.

vAN DIJK, Teun Adrian (2009). News, Discourse, and Ideology. The Handbook of Journalism Studies, s.191-204.

vAN DIJK, Teun Adrian (2015). Critical Discourse Analysis, (Editörler), Deborah Tannen, Heidi E. Hamilton ve Deborah Schiffrin. The Handbook of Discourse Analysis, Second Edition. UK: Bloomsbury Published. s.466-486.

YENİ ŞAFAK GAZETESİ, <https://www.gzt.com/gazeteler/yenisafak-gazetesi-25-07-2020>, Erişim Tarihi: 10.09.2020.