

Haber Üretim Sürecinde Seçim Haberlerinin İnşası

Construction of Election News in the News Production Process

Özden Toprak, Dr. Öğr. Üyesi, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İletişim Fakültesi,

E-posta: yrddocozdentoprak@gmail.com

Mevlüt Can Koçak, Dr. Öğr. Üyesi, Karabük Üniversitesi Türker İnanoğlu İletişim Fakültesi,

E-posta: mevlutcankocak@karabuk.edu.tr

<https://doi.org/10.47998/ikad.874618>

Anahtar Kelimeler:

Söylem,
Haber,
Gazeteler.

Öz

Medyanın tarafsızlığı ve gerçeği ne oranda yansıttığı, iletişim çalışmalarının önemli bir konusu olagelmıştır. Özellikle liberal yaklaşımda medyanın haberin tarafları arasında dengeli davrandığı ve toplum yararına hizmet eden bir güç olduğu varsayılmıştır. Eleştirel yaklaşımlar ise medyanın tarafsızlığına şüpheyle yaklaşmışlardır. Temel sorun ise okuyucuya ulaşan haber metninin ne kadar nesnel ve tarafsız olduğu sorunudur.

Bu çalışma, 24 Haziran 2018 erken seçim kararı alınmasının yazılı basında nasıl sunulduğu üzerine odaklanmıştır. Çalışmanın amacı, toplumsal hegemonya mücadelesinde gazetelerin ideolojik tutumlarını söylem yoluyla nasıl ortaya koyduklarının incelenmesidir. Söylem ve ideolojinin hegemonik düzenin inşasındaki rolü araştırılmıştır. Söylem analizi yönteminin kullanıldığı çalışmada iktidar partisine ideolojik olarak yakın ve uzak gazetelerle birlikte merkezde yer alan bir gazetenin haberleri incelenmiştir. Bu bağlamda Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde Sabah, Milliyet, Sözcü ve Hürriyet gazetelerinin haber içerikleri çözümlenmiştir.

Çalışma sonucunda; gazetelerin yaptıkları haberlerde nesnel davranmadıkları neticesi ortaya çıkmaktadır. Gazeteler ideolojik duruşlarına göre hegemonik mücadele içinde üretilen söylemi yeniden üretmeyi tercih etmişlerdir. Bu süreçte gazetelerin sahiplik yapısı, ideolojileri ve siyasal çevrelerle ilişkileri, haber üretimi üzerinde etkili olmuştur. Gazetelerin haber aktarımı ve üretiminde tarafsız, nesnel ve dengeli davranmadıkları ve haber içeriklerini siyasallaştırdığı gözlemlenmiştir.

Keywords:

Discourse,
News,
Newspapers

Abstract

The impartiality of the media and how it reflects the truth has been an important subject of communication studies. Especially in the liberal approach, it has been assumed that the media acts in a balanced manner between the parties of the news and serves the benefit of the society. On the other hand, critical approaches were skeptical of the neutrality of the media. The main problem is how objective and impartial are the news text that the reader reaches.

This study focuses on how the presidential election decision of 24 June 2018 is presented in the written media. The aim of the study is to examine how newspapers put forward their ideological attitudes through discourse in the struggling for social hegemony. The role of discourse and ideology in the construction of hegemonic order has been explored. In the study, in which the discourse analysis method was used, the news of 1 newspaper located in the center, together with the newspapers that were ideologically close and distant to the ruling party were analyzed. In this context, the news contents of Sabah, Milliyet, Sözcü and Hürriyet newspapers were analyzed during the presidential election process.

At the end of the study; it has been understood that these newspapers did not act objectively in their news. Newspapers preferred to reproduce the discourse produced in the hegemonic struggling according to their ideological stance. In this process, the ownership structure of newspapers, their ideology and their relations with political circles influenced the production of news. It has been observed that newspapers do not act impartially, objectively and in the production and conveying of news and politicize their content.

Araştırmacı Orcid ID : 1: 0000-0002-8133-2474, 2: 0000-0002-9496-0541

Geliş Tarihi : 04.02.2021

Kabul Tarihi : 27.03.2021

Giriş

Medyanın gerçeği olduğu gibi sunup sunmadığı, uzun yıllardan bu yana tartışılan bir konudur. Toplumun haberciler ve gazetelerden beklediği ise nesnel ve tarafsız olmalarıdır. Haberde yansızlık konusu, kamuoyunun gerektiği gibi oluşabilmesi ve demokratik yönetim anlayışının devamı için büyük bir öneme sahiptir. Toplumun yanlış, yanlış ve eksik bilgilendirildiği bir ortamda, sağlıklı seçim süreçlerinden ve adil seçim sonuçlarından bahsetmek zor olacaktır.

Toplumun medyadan beklentilerinin aksine; haber içerikleri çoğu zaman toplumu oluşturan bireylerin istekleri doğrultusunda şekil almaz. Genellikle de hâkim ideolojinin belirleyip topluma benimsettiği kurallar ve yaşam biçimi üzerinden organize edilir. Freud'un da belirttiği gibi kişiler, içinde yaşadıkları toplumdan yoğun bir şekilde etkilenirler. Zaman zaman kendi düşüncelerine ters gelse dahi toplumsal normlara ayak uydurmak zorunda kalırlar. Böylelikle bir bakıma doğru ve yanlış kişiye göre değil; topluma göre oluşmaktadır (Freud, 1975: 69-77). Toplumun ve bireyin ideolojik tutumu ise genellikle propaganda araçları yoluyla şekillendirilmektedir.

Mevcut sistem içerisinde ekonomiyi yönlendirenler, aynı zamanda toplumda karar yetkisine de sahiptir. Bunlar egemen sınıf olma gücünü ellerinde bulundurur (Chomsky, 1993:45). Üretim araçlarını elinde tutan şanslı sınıf, toplumun ideolojik şekillenmesinde de ipleri elinde tutmaktadır. Bu yönlendirme mekanizması, seçim süreçlerinde de tüm etkinliğiyle sürdürülmektedir. Hâkim sınıfın çıkarlarını koruyacak siyasal partiler, medya içeriklerinde olumlanarak aktarılırken; bu çıkarlar için tehlike oluşturabilecek partilerin iletişim olanakları olabildiğince sınırlanmaktadır.

Toplumsal tahakküm, medya ile birlikte yaşamın her alanına yayılmıştır. Üretim araçlarına sahip olanlar, aynı zamanda diğerlerinin hangi koşullar altında ve nasıl çalışacağına karar veren kişilerdir. Kapitalist sınıf yaşamsal şartları belirlemede, halk ise bu şartlara göre yaşamaya bir anlamda mecbur bırakılmaktadır. Diğer bir deyişle zengin azınlık, çalışan büyük çoğunluklar üzerinde kontrole sahiptir (Humerman, 2010: 24). Bu durumda ekonomik bir tekelden bahsetmek zor olmayacaktır. Rudolf Hilferding'in Finans Kapital'de söylediği gibi mali sermaye, hükmetmek için gücünü olabildiğince kullanmaktadır (Lenin, 2014: 43). Mali açıdan güçlü olanlar sadece fabrikaların sahibi değil, aynı zamanda düşüncelerin de sahibidir. Medyanın sahibi olan tekelliler, bu araçla topluma egemen düşünceleri sürekli ekmektedir.

Kapitalist yapı içerisinde medya kuruluşlarının çok önemli bir rolü vardır. Medya, sistemin önemli ekonomik güçleriyle ilişki içinde olup, vatandaşların medya-ekonomi-siyaset üçlemesi ekseninde sömürülmesini sağlamaktadır. Kitle iletişim araçlarını elinde bulundurmeyen geniş kitleler, yönetici sınıflar tarafından bilinç şekillendirilmesine uğramaktadır (Güngör, 2013:135). Ekonomik gücü elinde bulunduranlar, gücü olmayı kendi istek ve arzuları etrafında yönlendirmektedir.

Seçmenlerin oy tercihleri düşünüldüğünde medyanın etkisinin yadsınamayacak seviyede olduğu anlaşılmaktadır. Küçük ve Koçak tarafından 2020 yılında Trabzon ilinde gerçekleştirilen alan araştırmasının sonuçlarına göre, medya seçmenin hangi siyasi partiyi

tercih edeceği noktasında ekonomik çıkar ve aile ile birlikte en belirleyici faktör olarak görülmektedir (Küçük ve Koçak, 2020: 985).

24 Haziran 2018 Erken Genel Seçim kararı ile ilgili haberler gazetelerde sıklıkla yer almıştır. Her gazetenin ekonomik ve ideolojik yakınlık içinde olduğu partiyle beraber diğer partilerin haberlerine de teorik olarak dengelilik ilkesi içinde yer vermesi, olması gereken bir habercilik ilkesidir. Bu çalışmada örneklem olarak seçilen gazetelerin bu süreçteki yaklaşımları mercek altına alınarak bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır.

Gazetecilik mesleğinin evrensel ilkeleri olan doğruluk, nesnellik ve tarafsızlık kavramlarının ne kadar gerçekleştiği konusu, seçim kararı alınmasının ardından yaşanan süreçteki haberler üzerinden anlaşılmaya çalışılmıştır.

İletişim Yaklaşımları ve Haber

Liberalizm anlayışına dayanan çoğulcu yaklaşıma göre medyanın görevi farklı görüş ve düşünceleri topluma iletmektir. Fakat medyanın bu görevini ne denli yerine getirdiği, ilerleyen yıllarda tartışılmaya başlanmıştır. Özellikle Lippmann, “*Public Opinion*” isimli eserinde medyada yer alan haberlerin gerçeğin aynası olmayıp; gerçeğin yeniden üretilmesi olduğunu iddia etmektedir. Lippmann’a göre, bir haber okuyucuya ulaşana kadar birtakım müdahalelere maruz kalmakta ve bunun sonucunda kendi sahte gerçekliğini inşa etmektedir. Yani, okuyucuya ulaşan haber, pek çok işleminden geçmektedir (Aktaran: Neumann, 1998: 170-180). Bu durumda okur, çevresinde ve dünyada gelişen olaylarla ilgili olarak işlenmiş haberleri okuyup bilgi edinmekte ve çoğu zaman bilinçli veya bilinçsiz yönlendirme/çarpıtma ve hatalı bilgilenmeye maruz kalabilmektedir.

Haber üretim araştırmalarına daha sonra eşik bekçiliği kavramı eklenmiştir. Bu kavram, çoğulcu gelenek içinde de değerlendirilebilir. İlk olarak Kurt Lewin tarafından kullanılmıştır. Lewin, eve alınacak yiyecek ve içeceklerle ilgili kararlarda hane halkının etkisini incelemiştir. Bu kavram, daha sonra gazeteciliğe uyarlanmıştır (Mcquail ve Windahl, 2010: 209).

Eşik bekçileri genellikle medya kuruluşu içindeki editöryal çalışanlar ve idarecilerden oluşmaktadır. Bu editör ve idareciler kendilerine gelen pek çok haber içinden seçimler yapar ve bunların yayınına karar verir.

Eşik bekçiliği kavramı üzerine 1950’li ve 1960’lı yıllarda pek çok araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar, iki dönem üzerinden değerlendirilebilir. İlk çalışmalarda haberin seçiminde eşik bekçilerinin önemine dikkat çekilmiştir. Yani, ilk yıllarda haberlerin elenmesinde eşik bekçilerinin inanç, tutum ve değerlerinin etkili olduğu düşüncesi hâkim olmuştur. İlerleyen süreçte ise haberin seçiminde eşik bekçilerinin çok etkili olmadığı düşünceleri ortaya atılmıştır. Özellikle White ve Gieber, eşik bekçiliği üzerine çeşitli araştırmalar yapmışlardır (Mcquail&Windahl, 2010: 209-210).

White, eşik bekçisi kavramını Amerika’da yayınlanan bir gazete çalışması üzerinden incelemiştir. 1950 yılında gerçekleştirdiği bu çalışmada; editörün bir hafta boyunca ajanslardan gelen haberlerin sadece yüzde 10’luk bir kısmını kullandığını tespit etmiştir. White, daha sonra bunun sebeplerini araştırdığında, editörün bazı sol görüşlü haberleri

aşırı uç bulduğundan dolayı, diğer bazılarını ise teknik sebeplerden elediğini fark etmiştir. White, bu araştırmanın sonucunda editörün haber seçerken daha çok ideolojik davrandığı, inanç, tutum ve değer yargılarının da haber seçiminde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır (Aktaran: Tekinalp ve Uzun, 2009: 94).

White'ın araştırmasının sonucuna bakıldığında, haber üretim sürecinde eşik bekçisinin etkin bir role sahip olduğu görülmektedir. Eşik bekçisi, kendi inanç ve düşüncelerine göre haber seçebilmekte; istediği haberi yayınlayıp, istemediği haberi ise görmezden gelebilmektedir.

1964 yılında Gieber, eşik bekçiliği kavramı üzerine yaşları 22 ile 65 arasında değişen 16 editörle gözlem yöntemine dayanan bir araştırma gerçekleştirmiştir. Gieber'in yaptığı araştırmanın sonuçları, White'ın araştırmasından çok farklı çıkmıştır. Gieber'in araştırmasının sonucunda; editörlerin inanç ve düşüncelerinin haber seçimi üzerinde etkisinin fazla olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna karşılık; medya sahiplerinin değer yargıları ve düşüncelerinin editörlerin haber seçimi üzerinde oldukça etkili olduğu gözlenmiştir (Gieber, 1956: 423- 432).

Çoğulcu yaklaşımlar, haber üretim süreci ile de ilgilenmişlerdir. Bu yaklaşımlar, pozitivist bir bakış açısıyla medya haberlerindeki yanlılıkları ortaya koymayı amaç edinmiştir. Çoğulcu medya yaklaşımında profesyonel gazetecilerin birtakım meslek ilkelerine sahip oldukları ve olayları tarafsız bir bakış açısından yola çıkarak nesnel biçimde haberleştirdikleri öngörülmektedir. Bununla birlikte istisna da olsa nesnel gazetecilik ilkelerini ihlal eden haberciler olabileceği düşünülmüştür. Çoğulcu yaklaşımlarda üzerinde durulan bir diğer araştırma konusu ise gazetecinin durumudur. Bu çalışmalar daha çok gazetecilerin özerkliğine odaklanmaktadır. Çünkü bir gazeteci nesnel, yansız bir haber yapmak istiyorsa ilk olarak kendi özerkliğini koruması gerekir. Gazetelerin haber kaynakları ile kurduğu birtakım ilişkiler muhabirin özerkliğini kısıtlayabilir. Bu gibi durumlar, haberin nesnellliğini de olumsuz etkilemektedir (Aktaran: Şeker & Şeker, 2011: 518).

Bir diğer haber yaklaşımı olan Fenomenolojist yaklaşım da çoğulcu yaklaşım içinde yer almaktadır. Fenomenolojistlere göre haber üretenler farkında olmadan içerikleri çarpıtma yoluna gidebilir. Eş deyişle onlara göre haber üretiminde bilinçli bir yönlendirme ve çarpıtma yoktur. Toplumsal yaşamın içinde kabul görmüş birtakım yargı ve değerler, haberin inşasını istemeyerek de olsa etkilemektedir (Şeker, 2004: 69).

Ekonomi politik yaklaşımda ise medyadaki tekelleşme eğilimi ve medya sahipliği konuları özellikle irdelenmektedir. Bu yaklaşımda aynı zamanda medyada yer alan haberlerin ardındaki gerçeklerin ortaya konulmasına çalışılmaktadır.

Ekonomi politiğin ana yaklaşımı Marksist altyapı-üstyapı modeline dayanır. Bu anlayışa göre altyapı, üstyapıyı belirlemektedir. Yani, altyapıda konumlandırılan ekonomi, son kertede medya kurumları ve ideoloji üzerine etki etmektedir (Başaran, 2014: 13). Marksist düşünce anlayışına göre bu egemen güç, tüm toplumsal alanlara hükmeder. Toplumda özellikle büyük ölçekli üreticilerin düşünceleri her zaman küçük ölçekli üretim yapanlar karşısında baskın durumdadır (Lenin, 2014: 53). Bu durum siyasi ve ekonomik yapı içinde nasılsa, medyada da aynı şekilde gerçekleşmektedir. Kendi egemen

düşüncesini yayan medya, bunu yaparken aynı zamanda düşüncesinin varlığını da garanti altına almaya çalışmaktadır.

Kapitalist sistemin hâkimiyeti daha çok araçlar ve kurumsal yapılar vasıtasıyla gerçekleştirilir. Eş deyişle bu sistemin inşasında dil ve söylemin fazlaca bir önemi bulunmamaktadır. Tahakküm özellikle kapitalist sistemin katalizörü olan özel sektör yapısına dayanmaktadır. Medya, sermayeyi elinde bulunduran özel şirketlerin kontrolündedir. Bu durumda firmalar her şeyi araçsallaştırarak sermaye birikimi için kullanma yoluna gitmektedir. Sadece para kazanma amacıyla oluşturulan haber ve bilgilerle insanların zihinleri biçimlendirilmektedir (Güngör, 2013: 136-137).

Ekonomi politik yaklaşıma göre, oluşturulan içeriklerin temaları da genellikle ekonomi ile ilintili temalardır. Medya kuruluşları tüm amaçlarını insanların hoşça vakit geçirmeleri üzerine yöneltmiştir. Burada hedeflenen ise reklam verenlere olabildiğince etkiye açık, büyük bir kitle sağlama çabasıdır (Schiller, 2005: 124).

Medya kapitalist yapı içinde sadece belli bir gurubun siyasal ve ekonomik çıkarlarına hizmet etmektedir. Basın halk adına hükümeti denetleme görevinden ise her geçen gün uzaklaşmaktadır (Yaylagül, 2014: 144-145). Denetleme görevinden uzaklaşan medya, masum bir eğlence aracına bürünerek egemen burjuvazinin düşüncelerini yaymaya hizmet etmektedir (Maigret, 2014: 88).

Medyanın ekonomi politiği, mülkiyet ve sahiplik yapısını medya-iktidar ilişkisi üzerinden ele almaktadır. Diğer yandan medyadaki ekonomik unsurların medya metinlerinin içeriğine nasıl etki ettiği, Marksist gelenek içinde değerlendirir. Özellikle bu alanda Golding, Mosco, Gernham, Herman ve Chomsky, Schiller gibi isimler ön plana çıkmaktadır. Bu isimlere göre, kapitalist yapıyı savunanlar serbest piyasa şartları ve özgürlük gibi kavramları fazlaca kullanmaktadır. Zira sömürü bu kavramlar üzerinden çok daha kolay yapılmaktadır (Güngör, 2013: 135). Tıpkı medyada olduğu gibi siyasal iktidarların sandık ve seçim gibi demokratik mekanizmaları olumlaması da aslında toplum üzerindeki baskının gizlenmesine, var olan baskının meşrulaştırılmasına yaramaktadır. Kişiler özgür iradeleriyle yöneticileri seçtiklerini zannederken, aslında kısıtlı ve belirlenmiş seçenekler arasından sadece eski düzenin devamlılığını sağlamaktadır.

Üretim araçlarını elinde bulunduran burjuvalar, tüketicileri ürettiklerini almaya adeta mahkûm etmektedir (Lafargue, 2014: 36). Bu, sıradan bir pazar malı olabileceği gibi aynı zamanda bir düşünce de olabilir. Düşüncenin yayılmasında ise kitle iletişim araçlarının çok büyük rolü bulunmaktadır.

Ekonomi politik yaklaşım, haber üretimi sürecinde izleyiciyi göz ardı etme eğilimindedir. Medya karşısında kitle bir madde olarak konumlandırılmış, bir bakıma araçsallaştırılmıştır. Kitleler, medyaya karşı genellikle savunmasız durumdadır ve sunulan içeriği sorgusuz biçimde almaya programlıdır.

İletişimin ekonomi politiğiyle ilgilenen Dallas Smythe, medya izleyicisinin belli güçler tarafından meta olarak görüldüğü ve metaya dönüştürüldüğünden bahseder. Medya izleyicisi aslında kendisinin reklam verenlere satıldığının farkında dahi değildirler. İzleyici

bilinci medya üreticileri tarafından yönlendirilmektedir (Aktaran:Wittel, 2014: 409).

Ekonomi politik yaklaşımda izleyici alımlama çalışmaları, oldukça üstünkörü yapılmıştır. Daha çok medyanın başat sınıfının çıkarlarına nasıl hizmet ettiğinin üzerinde durulmuştur (Curran, 2005: 383).

Özellikle Batı Avrupa’da ekonomi alanında yaşanan birtakım gelişmeler sonucu, özel mülkiyet ve servetin belli başlı kişilerin ellerinde toplanması sağlanmıştır. Özgür girişimler düşüncesinden hareketle devasa holdingler, medyada önemli bir güç haline gelmiştir. Medyaya sahip olan bu holdingler, dünyanın hemen hemen her noktasına çeşitli mesajlar iletirler. İzleyiciler ise bu mesajlar karşısında pasif durumdadır (Schiller, 2005: 19-21).

Wittel’e göre medyanın ekonomi politiği anlayışında sınırlı sayıdaki üreticiden geniş yelpazedeki alıcıya doğru bir akış vardır. Kitle iletişim araçlarının toplumun geniş kısmını etkileyebildiği; aynı zamanda kamusal söylem üreterek toplumu kontrol altına aldığı düşüncesini benimsemektedir. Medyanın bu yayılmacı politikasının altında ise ekonomik güç yatmaktadır (Wittel, 2014: 390-392).

İletişim çalışmaları içinde yer alan kültürel çalışmalar, medyada yer alan haberlerin hangi etkenler çerçevesinde oluşturulduğunu ele almış ve bu süreci etkileyen faktörler üzerinde durmuştur.

Kültürel çalışmalar geniş bir çerçevede (üst kültür, seçkin kültür, popüler kültür, gündelik kültür, seçkin kültür vb.) yürütülmüştür. Medyanın hemen hemen her alanıyla ilgilenmişler, film ve televizyon programlarının analizleri üzerinde çalışmışlardır. Özellikle ele aldıkları konuların başında, medya içeriklerindeki kültürel unsurlar bulunmaktadır (Lewis, 2004: 37-38).

Söylem konusu, kültürel çalışmalar içinde önemli bir hacme sahiptir. Filmlerdeki oyuncuların tiplerinden, göstergibilimsel ve sosyolojik tahlillere kadar hemen her konu söylem çerçevesinde değerlendirilmiştir (Turner, 2016: 43).

Söylem, öncelikle çeşitli yapılarla ilgilenir. Bunların içerisinde fonetik, fonolojik, morfolojik metinler veya sözdizimsel, anlamsal, retorik ve anlatı yapısı yer alır (Van Dijk,1984:17). Haber söyleminin içerisinde dil ve imge vardır. Radyoda imge görülmezken gazete, internet ve televizyonda aynı zamanda imgeler de görülebilir (Bednarek & Caple, 2012: 14).

Söylem analizi metinsel yapıların analizinden çok daha fazlasıdır. Van Dijk’e göre, söylem analizi sadece metin veya diyalog yapılarıyla sınırlı değildir. Eş deyişle söylem sadece söylenenler değil aynı zamanda söylenmeyenlerdir (van Dijk, 2009:18). Bir gazete kendi ideolojik görüşüne yakın olan siyasi partilerin söylemlerine geniş yer ayırırken; uzak olduğu partinin söylemlerini görmezden gelebilir.

Söylem içinde anlamlandırma ve sınıflandırma vardır. Söylem bir anlam inşa ederken hem dilsel hem de dilsel olmayan unsurları kullanır. Söylenen üzerinden oluşturulan anlamlarda, düz anlamlar ve yan anlamlar vardır (Aziz, 2010, 135). Derrida

ise söylemi “metinsellik” üzerinden değerlendirir. Ona göre her şey “söylemsellik” ile ilişkilidir (Sancar, 2014: 130).

Araştırma

Yöntem

24 Haziran 2018 Erken Genel Seçim kararıyla ilgili haberlerin çözümlenmesinde eleştirel söylem analizi yönteminden yararlanılmıştır.

Söylem analizi yaklaşımı, kitle iletişim araçlarına ilişkin bir araştırma yöntemi olmasının yanı sıra medyada yer alan söylemlerin ses ve metinsel olarak da analiz edilmesine olanak sağlayan ayrıntılı bir araştırma metodudur. Söylem analizinin multidisipliner yapısı, tarihsel olarak çok eskilere dayanmaktadır. Örneğin, Aristo ile önem kazanan hitabet sanatı, söylemin özelliklerine vurgu yapmakta ve söz sanatı olarak tanımlanmaktadır. Ayrıca söylem analizi “bilişsel psikoloji, sosyal psikoloji, mikro sosyoloji, sözlü iletişim ve etnografya” başta olmak üzere pek çok disiplin ile yakın ilişki içindedir. Söylem analizi çalışmalarının en önemli isimlerinden biri olan Van Dijk, medya metinlerine yönelik söylem çözümlenmeleri yaparak metinlerde gizlenen siyasi, ideolojik ve ayrımcılık ifade eden unsurları ortaya koymuştur (Aktaran: Sine Nazlı ve Kalafat Çat, 2017:120-122). Böylece, medya üzerinden oluşturulan söylemleri kendinden öncekilerin yaptığı gibi sadece sayısallaştırmalar ile sınırlandırmamıştır. Metnin üslup, retorik ve şematik boyutları ile incelenmesi gerektiği ve söylem sayesinde haberin sadece ekonomi-politik yönden ele alınması değil; yapısal özelliği üzerinde de durulması gerektiğini vurgulamıştır (van Dijk, 1988: 1-3).

Van Dijk’in haber analizi makro ve mikro olmak üzere iki temel yapı üzerinden gerçekleşir. Tematik yapılar denildiğinde haberin manşeti, üst ve alt başlıkları ile haberin girişi ve spotları ön plana çıkmaktadır. Haberlerde tematik durumlar, çok daha fazla ön plana çıkabilmektedir. Mikro yapılarda ise daha çok sözcükler ve cümleler üzerinde durulmaktadır (Aktaran, Zor: 2020).

Mikro çözümlenmeler içerisinde sentaktik yapı üzerinden cümle kalıplarının kuruluşuyla ilgilenilir. Cümlelerin aktif-pasif kullanılması buna bir örnektir. Pasif bir cümlede eylem daha az dikkat çekici hale gelecektir. Bir haberde *birçok gösterici yaralandı* denilmesi bu duruma bir örnektir. Yine haber içinde seçilen kelimeler, haber ve ideoloji arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Lexical çözümlenmede ise haberde seçilen kelimeler ön plana çıkar. Bu kelimeler aynı zamanda gazetecinin ve çalıştığı kurumun sınıfsal durumunu da ortaya koymaktadır (van Dijk,1988: 71-81). Sözcükler ideolojik ilişkiler içinde şekillenmekte ve aynı zamanda ideolojik çatışmanın ortamı haline gelmektedir (Eagleton, 2005: 257). Sözcüklerle ilgili öğeler insan zihninde sabittir ve bunların geri çağırılması otomatik olarak gerçekleşir. İnsan, zihninde yer alan ve yaşamında edindiği bu öğelerle bir söylem inşa eder (van Dijk & Kintsch, 1983: 35). Bu o kadar doğal ve kendiliğinden gelişen bir süreçtir ki; kişi bunun farkına dahi varamaz.

Bu çalışmada; haberin özünü oluşturan başlıklar, özet niteliğindeki spotlar ve haberlerin giriş cümleleri olmak üzere başta atılan manşetler incelenmiştir. Alınan erken seçim kararına ilişkin gazetelerin tutumları, ideolojik bakış açıları ve yapmış oldukları önermeleri makro düzeyde gözlemlemek amacıyla tematik çözümlenmenin

yapıldığı bölümlerden başlanmıştır. Bunun ardından erken seçim kararının yansımaları; bu bağlamdaki görüş ve düşüncelerinin yer aldığı bölümler incelenmiştir. Diğer yandan semantik çözümleme ile görüşlerine başvuru yapılan kişilerin yorumlarının aktarılış biçimleri de ele alınmıştır. Mikro yapının çözümlenmesiyle cümlelerin uzunluğu, kısalığı veya edilgen oluşu, kullanılan sözcüklerin düz ve/veya yan anlamlı oluşu ile imalar ve ideolojik anlamlar üzerinden çözümlemeye tabi tutulmuştur.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Türkiye’de yayınlanan tüm ulusal gazeteler oluşturmaktadır. Örneklem olarak; mevcut AK Parti hükümetinin ideolojisine yakın olarak bilinen Sabah ve Milliyet gazeteleri ile AK Parti hükümetine muhalif olarak bilinen Sözcü gazetesi ve bu iki gazeteye oranla biraz daha merkezde duran Hürriyet gazetesi ele alınmaktadır.

Sınırlılıklar

Çalışma, erken seçim kararının alınmasından sonra, bu seçim kararının yazılı medyada nasıl sunulduğuyla ilgilenmektedir. Bu analiz, erken seçim kararının alınmasından bir gün sonra (19 Mart 2018) örnekleme dâhil edilen gazetelerde yer alan seçim kararıyla ilgili haberlerle sınırlı tutulmuştur. Çalışmada, köşe yazıları ve analizler gibi haber dışı yazı türleri ele alınmamıştır. Erken seçim kararının devamında yer alan gelişmeler de aynı şekilde kapsam dışındadır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada erken seçim kararının alınmasından sonra farklı ideolojik görüşlere sahip gazetelerin erken seçim kararını nasıl yansıttığı araştırılmış; özellikle Türkiye’de farklı siyasi ve ideolojik görüşleri temsil ettikleri varsayılan gazetelerin olaya hangi perspektiften baktıklarının veya olayı nasıl bir çerçeveye oturttuklarının saptanması amaçlanmıştır. Haberde söylemin kurulmasında nasıl bir dil kullandıklarının makro ve mikro düzeyde çözümlenmesi de çalışmanın amaçları arasındadır.

Bulgular

Sabah Gazetesi

Sabah gazetesi, erken seçim kararını “Türkiye’nin önünü açmak için 24 Haziran’da sandığa” başlığıyla manşetten duyurmuştur. Gazete atmış olduğu manşetle Türkiye’nin önünü açmak için seçime gidildiği yönünde bir söylem üretmiştir. Cumhurbaşkanı Erdoğan ve MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli’nin birbirlerinin elini sıkarken çekilmiş fotoğrafları kullanılmıştır. Bu fotoğrafta iki liderin seçimlerde birlikte hareket edeceği söylemi üretilmiştir. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın “Eski Sistem Bizi Engelliyor”, “Belirsizliği Aşmak Şart”, “Seçim Gündemden Çıkmalı”, “Yasal Süreci Başlatıyoruz” gibi sözleri, alt başlıktan verilmiştir. Bu haberde kullanılan başlıklara bakıldığında neredeyse tümünde gazetenin tavrı erken seçim kararını destekler niteliktedir. Erken seçimle ilgili haberlerin genellikle Cumhurbaşkanı’ndan alıntı yapılarak kurgulanması, Sabah gazetesinin, Erdoğan’ın erken seçimle ilgili olarak yaptığı açıklamaları içselleştirdiğini göstermektedir.

Sabah gazetesinin ilk sayfada öne çıkardığı haberlerden bir diğeri ise; dönemin Başbakanı Binali Yıldırım'ın ağzından aktarılan "En Güzel Tarih" başlıklı haber olmuştur. Gazete, haberi genel yayın çizgisine uygun düşecek şekilde aktarmıştır. Binali Yıldırım'ın 24 Haziran'ın memleket için en güzel tarih olduğu, seçim sürecine hemen başlanacağı aktarılmış; Yıldırım'ın ülkenin güvenlik konuları da dikkate alındığında böyle bir karar alma yoluna gidildiğinden bahseden düşüncelerine yer verilmiştir.

Haberlerin ortak özelliği; gazete genellikle kendi görüşüyle uyuşan demeçlere yer vermiştir. Bir söylem oluşturulurken en sık uygulanan yöntemlerden birisi ise haberde konuşulacaklar veya konuşmalarına yer verilmeyecek kişilerin dikkatli bir şekilde seçilmesidir. Haberlere bakıldığında Ak Parti ve çevresi sürekli konuşturulmuştur. Buna karşılık Sabah gazetesi, kendi ideolojisine uzak olan siyasi çevrelerin düşüncelerine yer vermemiştir.

Hürriyet Gazetesi

19 Nisan 2018 tarihinde "66 Gün Sonra Sandıktayız" manşetiyle çıkan Hürriyet gazetesi, erken seçim kararıyla ilgili haberi manşetin açılımını da yapan şu cümlelerle okuyucusuna aktarmıştır: "Cumhurbaşkanı Erdoğan, erken seçim çağrısı yapan Bahçeli ile görüşmesinin ardından, 3 Kasım 2019'da yapılacak olan genel seçimlerin 24 Haziran 2018'e alındığını açıkladı." Hürriyet gazetesi erken seçimle ilgili kararı destekleyici veya karşıt bir dil kullanmadan haberi verme yoluna gitmiştir. Erdoğan ve Bahçeli'nin birbirleriyle tokalaştığı fotoğrafın da kullanıldığı haber metni, "Eski Sistemin Hastalıkları", Üniversite Sınavı Ertelendi" alt başlıkları üzerine inşa edilmiştir. Haberde kullanılan fotoğraf ile haberdeki manşetin açılımı, söylem açısından birbirini bütünlemektedir.

Dönemin Başbakanı Binali Yıldırım'ın, erken seçim kararıyla ilgili yaptığı açıklama, aynı tarihli Hürriyet gazetesinde "Başbakan Yıldırım: Vatandaşlarımız değişikliği istiyor" başlığıyla yer bulmuştur. Binali Yıldırım'ın sözleri gazetenin birinci sayfasında kısa olarak verilirken gazetenin iç sayfasında ayrıntılı olarak aktarılmıştır.

Hürriyet gazetesi yine birinci sayfasından CHP Sözcüsü Bülent Tezcan'ın açıklamalarını "OHAL'de Seçim Yapmak Adaletsiz" başlığıyla aktarmıştır. Haberde gazete, muhalif tarafın görüşlerine de birinci sayfasında yer vermiştir. Haber metninde Tezcan, kendilerinin seçime hazır olduğunu; fakat OHAL şartları altında seçime gidilmesinin adaletsiz olduğunu söylemiştir.

İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener ve Saadet Partisi Lideri Temel Karamollaoğlu'nun konuyla ilgili olarak yaptıkları açıklamalar ön plana çıkartılmıştır. Akşener'in "100 Bin İmzayla Cumhurbaşkanı Adayı Olacağım" başlığıyla verilen açıklaması da, gazetenin ön sayfasında yer alan haberlerden birini oluşturmaktadır. 20. sayfada daha detaylı olarak işlenen haberde, Akşener'in İyi Parti'nin seçime girebileceğiyle ilgili açıklamaları yer almaktadır. Temel Karamollaoğlu'nun erken seçim kararıyla ilgili yaptığı açıklama "Erken Değil, Baskın Seçim" şeklinde aktarılmış olup haberin ayrıntıları, gazetenin 21. sayfasında detaylı olarak verilmiştir.

Aynı gün gazetenin birinci sayfasından yayınlanan haberlere bakıldığı zaman pek çok farklı siyasi partinin temsilcilerinin görüşlerine yer verilmiştir. Bu bağlamda Hürriyet

gazetesi farklı çevrelerin konuşmalarını yorumlamadan aktararak erken seçim kararına tarafsız baktığı izlenimi yaratmaya çalışmıştır.

Sözcü Gazetesi

Erken seçim kararını “Acil Seçim 24 Haziran’da” manşetiyle duyuran Sözcü gazetesi, manşet üstü başlık olarak “Ekonomiyi Düzelteceklerine Koltuk Sevdasına Düştüler, Milletın Derdi Geçim Bunların Derdi Seçim” ifadelerini kullanmıştır. Sözcü gazetesi manşet üstü başlığından da anlaşılacağı gibi muhalif bir söylem kullanmıştır. Gazete, haberi yorum yaparak yapılandırmış olup; haberin üst başlığı nesnellikten uzaktır. Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın Devlet Bahçeli ile el sıkışırken çekilen fotoğrafın kullanıldığı haber metni, “Nedir Bu Acemilik”, “Sorunlar Diz Boyu” alt başlıkları üzerine inşa edilmiştir. Böylece manşeti bütünleyen bir söylem üretilmiştir.

Yine gazetenin ilk sayfasında “Seçimin Tarihi Üniversiteye Giriş Sınavıyla Çakıştı” başlığıyla şu bilgilere yer verilmiştir: “2,7 milyon öğrencinin katılacağı üniversiteye giriş sınavı, seçim nedeniyle ertelendi. YKS, 30 Haziran - 1 Temmuz’da yapılacak.”

19 Nisan 2018 tarihli Sözcü, manşetin hemen altında yer alan “Abilerin Korktuğunu Gördük” başlığıyla İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener’in erken seçim kararıyla ilgili olarak yaptığı açıklamaları haberleştirmiştir. Haber, Akşener’in “Abiler korktu, bizim açımızdan sorun yok” şeklindeki sözleri üzerine inşa edilmiştir. Sözcü gazetesinin, Akşener’in sözlerini haberin başlığı yapıp doğrudan aktarması, Akşener’in düşüncelerini destekler bir söylem üretmekte olduğunu göstermektedir.

CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu’nun “Kazanacağız, 2018 demokrasi yılı olacak” şeklindeki açıklamaları birinci sayfadan “Kılıçdaroğlu Karardan Memnun” başlığıyla verilmiştir. Haberde Kılıçdaroğlu’nun “Yangından mal kaçırır gibi bir karar ama ters tepecek” yönündeki sözleri ön plana çıkarılmıştır.

“Piyasaların İlk Tepkisi Olumlu” başlıklı haberde ise “Erken seçim kararının açıklanmasının ardından dolar 4.01’e, Euro 4.98’e çekildi. Borsa ise yüzde 3 arttı. Ekonominin nabızı seçime bağlı” denilerek seçim kararı ile ülkenin ekonomisi arasında ilişki kurulmuştur.

Aynı sayfada, “Süreç Nasıl İşleyecek” başlıklı haberde, AKP-MHP’nin erken seçim önergesini dün akşam apar topar meclise sunduğu ifade edilmiş ve bundan sonraki sürecin nasıl işleyeceği maddeler halinde sıralanmıştır. Gazetenin AK Parti yerine AKP ifadesi kullanması ve “apar topar meclise sundular” ifadesi, söylem açısından muhalif bir pozisyonda olduğunu göstermektedir.

Gazetenin muhalif kesimlerin düşüncesini ilk sayfadan, Cumhurbaşkanı Erdoğan ve dönemin Başbakanı Yıldırım’ın görüşlerini iç sayfadan vermesi, tercihlerindeki kişilerin ideolojik olarak yakın ve-veya ideolojik olarak karşıt olduğunu göstermesi bakımından dikkat çekici bir unsurdur.

Aynı gün yapılan birçok haberde muhalefet temsilcilerinin açıklamaları haberleştirilmiştir. Bu haberlerde kullanılan başlıkların geneli, Sözcü gazetesinin üretmek

istediği “Bunun bir baskın seçim olduğu” söylemini destekler niteliktedir. Özellikle “Nedir Bu Acelecilik”, “Acil Seçim 24 Haziran’da”, “Beştepe’deki Zirveden Baskın Seçim Kararı Çıktı” şeklinde başlıkların kullanılması, Sözcü gazetesinin haber üretimi ve söylem yapısının bu bağlam üzerinden kurulmuş olduğunu göstermektedir.

Milliyet Gazetesi

19 Nisan 2018 tarihinde “Cumhurbaşkanı Erdoğan Seçim Tarihini Açıkladı 24 Haziran” manşetiyle çıkan Milliyet gazetesi, erken seçimle ilgili haberi, manşetin açılımını da yapan şu cümlelerle aktarmıştır: “Erdoğan, 26 Ağustos için seçim çağrısında bulunan MHP lideri Bahçeli’yle yaptığı görüşmenin ardından seçimlerin 24 Haziran’da yapılması kararını aldıklarını söyledi.” Milliyet gazetesi haberde daha çok erken seçim kararının nasıl alındığını ön plana çıkarmıştır.

Bu haberin hemen yanında, “Millet Benden Önemli” başlığıyla, dönemin Başbakanı Yıldırım’ın erken seçim kararıyla ilgili açıklamalarına yer verilmiştir. Yıldırım’ın “Vatandaşlarımız değişikliğin bir an önce yürürlüğe girmesini bekliyor. Son başbakan olarak 16 ay daha süremiz var, neden erken seçime gidiyorsunuz, denebiliyor. Milletten geleceği benim şahsımın ikbalinden daha önemlidir. Milletten emrinde çalışmaya devam edeceğim” ifadeleri haberde aktarılmıştır.

Aynı sayfada Milliyet, “Seçime Hazırız Kazanacağız” başlığıyla CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu’nun gündeme ilişkin yaptığı açıklamaları haberleştirmiştir. Kılıçdaroğlu’nun fotoğrafının da kullanıldığı haberde, “Yangından mal kaçırır gibi bir karar. İnşallah ters tepecek. Biz seçime hazırız, kazanacağız. Bu yıl bir demokrasi yılı olacak” şeklinde CHP lideri Kılıçdaroğlu’nun ifadelerine yer verilmiştir.

Yine gazetenin birinci sayfasında, MHP lideri Devlet Bahçeli’nin “Cumhurbaşkanı ve milletvekili genel seçimlerinin erkene alınmasında fikir birliğine vardık. Tekraren diyorum ki; Cumhurbaşkanı adayımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan’dır. 24 Haziran 2018 Pazar günü; cumhurun dirilişine, Cumhuriyet’in doğruluşuna sahne olacaktır. Türkiye’nin önü açılacak” şeklindeki açıklamaları “Türkiye’nin Önü Açılacak” başlığıyla yorumsuz olarak yer bulmuştur.

Milliyet gazetesinin ilk sayfasında “Sıkıştırılmış takvim olacak” başlığıyla verilen haberde, “YSK, TBMM’nin erken seçim kararı almasının ardından sıkıştırılmış seçim takvimini açıklayacak. 24 Haziran’da milletvekili genel seçimlerinin yanı sıra Cumhurbaşkanlığı seçiminin ilk turu da yapılacak. Cumhurbaşkanlığı seçiminin ilk oylamasında salt çoğunluk sağlanamazsa, bu oylamayı izleyen ikinci Pazar günü yani 8 Temmuz 2018’de ikinci oylama yapılacak. YSK Başkanı Güven, seçime hazır olduklarını söyledi” ifadeleri ile haber aktarılmıştır.

Sonuç

Gazete haberlerinin insanların bilgilenebilmesi için taşıdıkları önem tartışmasıdır. Bununla birlikte, gazeteler bilgilendirme yaparken bazen gerçekleri olduğu gibi vermek yerine; kendi çıkarları doğrultusunda yeniden şekillendirip aktarmayı tercih edebilmektedir.

Bu durum haberciliğe karşı duyulan güvenin zedelenmesine yol açabilmektedir (Koçak vd., 2019:397).

Bu çalışmanın kuramsal çerçevesi ve seçilen yöntem açısından bakıldığında, örnekleme oluşturan gazetelerin hegemonya mücadelesi içinde var olan söylemi, ideolojik duruşlarına göre yeniden ürettikleri gözlenmiştir.

İncelenen gazeteler, haberlerinde, erken seçim kararının alınmasıyla ilgili açıklama ve detayları daha çok kendi ideolojilerine uygun olarak ön plana çıkarmışlardır. Gazeteler, kendi ideolojilerine yakın olan siyasetçilerin haberlerini geniş bir biçimde ilk sayfa ve diğer sayfalarda yayınlamayı tercih ederken, kendi görüşlerine karşı olan siyasetçilerin açıklamalarına da gazetenin ilk sayfasında genellikle yer vermemişlerdir.

Gazetelerin yaptığı haberlere bakıldığında, haber üretim sürecinde ifade biçimlerinin nesnellikten uzak olduğu gözlenmiştir. Gazeteler, ideolojik düşüncelerine yakın ve hegemonya mücadelesi içinde haber üretme yoluna gitmişlerdir. Aynı ayrı ele alındığında; özellikle Sözcü, Hürriyet ve Sabah gazeteleri erken seçim kararına farklı yaklaşmışlardır.

Sabah gazetesi, aynı gün yayınlanan birden fazla haberde, siyasi iktidar temsilcilerinin açıklamalarını haberleştirmiştir. Sabah gazetesi bu haberlerde, genellikle erken seçim kararının ülkenin yararına olduğu yönünde bir söylem üretme yoluna gitmiştir.

Sözcü gazetesi de aynı şekilde gazetenin ilk sayfasında kendi görüşüyle uyuşan demeçlere yer vermiştir. Bir söylem oluşturulurken en sık uygulanan yöntemlerden birisi de haberde konuşmalarına yer verilecek ya da yer verilmeyecek kişilerin dikkatli bir şekilde seçilmesidir. Sözcü gazetesinin haberlerine bakıldığında muhalif kesimin görüşlerine sürekli yer verildiği görülmüştür. Buna karşılık Sözcü gazetesi, kendi ideolojisine uzak olan siyasi çevrelerin düşüncelerine yer vermemiştir.

Hürriyet gazetesinin birinci sayfasında erken seçimle ilgili düşüncelerini açıklayan iktidar ve muhalif kanadın yorumlarını yapılandırma yapmadan aktarması, nesnel bir habercilik olarak görülebilir. Bu bağlamda, seçim kararının alındığı dönemde, iktidar ve muhalefete eşit mesafede durmaya çalışan bir medya görünümü çizilmiştir.

Bu araştırmada sonuç olarak, gazetelerin sahiplik yapılarının, ideolojik tercihlerinin ve siyasal ilişkilerin haber seçimi ve haber oluşturma sürecinde etkili olduğu sonucuna varılmıştır.

Arzu edilen ve beklenen medyanın tarafsızlığı ve nesnelliği olsa da uygulamada bunun böyle olmadığı, bu araştırma özelinde de açık bir biçimde görülmektedir. Medyanın bağımsız ve halkın yararına habercilik yapabilmesi için aşağıda yer alan çözüm önerilerini düşünmekte yarar olabilir:

Toplumu oluşturan tüm kesimlerin kısa vadeli çıkarlar yerine uzun vadeli toplumsal yararcılığı gönüllü olarak benimsemeleri gerekmektedir.

Yaşam etiği ilkelerinin tüm insanlığın yararına olduğu gerçeğinin hızlı bir biçimde toplum tarafından benimsenmesinde yarar bulunmaktadır. Bu anlamda tüm davranışlarla

birlikte haber içeriklerinin oluşumunda da empatinin öncelenmesi, ötekinin dikkate alınması lazımdır.

Hukuk toplumu olma iddiasının laftan öteye geçip gerçek anlamda benimsenmesi çok önemlidir. Kuralları ceza ve yakalanma korkusuyla değil, bireyin ve tüm insanların yararına olduğu düşüncesiyle benimsemek önem arz etmektedir.

Pek çok kötülüğün kaynağı olan bencilliğin mümkün olduğunca törpülenmesi hem toplumsal süreçte hem de medya içeriklerinin doğru ve tarafsız oluşturulması anlamında yararlı olacaktır.

Gazetecilik, başka bir deyişle haberciliğin kamu yararını öncelemesi gereken bir meslek olduğu gerçeği, hiçbir zaman göz ardı edilmemelidir.

Kaynaklar

Althusser, L. (2003). *İdeoloji Ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. Çev. Alp Tümertekin, İstanbul: İthaki Yayınları.

Aziz, A. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri*. Ankara: Nobel Yayınları.

Barthes, R. (1996). *S/Z*. Çev. Sündüz Öztürk Kaser, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Başaran, F. (2014). *Medya, Meta ve Sermaye Birikimi*. Ankara: Notabene Yayınları.

Bednarek, Monika & Caple, Helen. (2012). *News Discourse*. India: Continuum.

Brown, G. & Yule, G. (2003). *Discourse Analysis*. New York: Cambridge University Press.

Chomsky, N. (1993). *Medya Gerçeği*. Çev. A. Yılmaz, İstanbul: Tümzamanlar Yayıncılık.

Chomsky, N. (1993). *Medya Gerçeği*. Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul: Karınca Yayınları.

Curran, J. (2005). Kitle İletişim Araştırmalarında Yeni Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme Çabası. *Medya, İktidar, İdeoloji*. Çev. Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınevi.

Dursun, Ç. (2001). *TV Haberlerinde İdeoloji*. Ankara: İmge Kitabevi.

Eagleton, T. (2005). *İdeoloji*. Çev. Muttalip Özcan, İstanbul: Ayrıntı yayınları.

Erdoğan, İ ve Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.

Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çev. Süleyman İrvan, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Freud, S. (1975). *Kitle Psikolojisi*. Çev. K. Şipal, İstanbul: Bozak Yayınları.

- Gilber, J. (2013). *Kültürel Çalışmalar ve Anti-Kapitalizm*. Çev. Onur Kartal, Yeni Kültürel Çalışmalar, Gray Hall & Clare Birchall (drl), İstanbul: Say Yayınları
- Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar*, Ankara: Ekinoks Yayın Dağıtım.
- Huberman, L.(2010). *Sosyalizmin Alfabetisi*. Çev: H. İlhan, Ankara: Alter Yayıncılık.
- Koçak, M. C., Küçük O. & Toprak Ö. (2019) Yaygın ve Yerel Gazetelere Güven Düzeyi: Konya Örneği, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl:7, Sayı:89, s. 395-406
- Küçük O. & Koçak, M. C. (2020). Siyasal İletişim Sürecinde Parti Liderlerinin Konumlandırılması: Trabzon Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt:13, Sayı: 70, s. 980-987.
- Lafargue, P. (2014). *Tembellik Hakkı*. Çev. I. Ergüden, İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.
- Lenin, V. İ. (2014). *Emperyalist Ekonomizm- Marksizmin Bir Karikatürü*. Çev. F. B. Aydar, İstanbul: Agora Kitaplığı Yayınları.
- Lewis, J. (2004). *Cultural Studies - The Basic*. London: Sage Publications.
- Macquail, D. & Windahl, S. (2010). *İletişim Modelleri*. Çev. K. Yumlu, Ankara: İmge Kitabevi.
- Maigret, E. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. Çev. H. Yücel, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Neumann, E.N. (1998). *Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi*. Çev. M. Özkök, Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Schiller, H. (2005). *Zihin Yönlendirenler*. Çev. C. Cerit, İstanbul: Pınar Yayınları.
- Sine Nazlı, Rengim, & Kalafat Çat, Arzu. (2019). 24 Haziran Erken Seçimlerinin Gazete Haberlerindeki Söylem Çözümlemesi. *Global Media Journal*, vol.10, 113-145.
- Smith, P. (2007). *Kültürel Kuram*, Çev. Selime Güzelsarı, İbrahim Gündoğdu, İstanbul: Babil Yayınları.
- Saussure, F. (1974). *Course in General Linguistic*. Glasgow: Fontana/Colins Yayınları.
- Şeker, T & Şeker, M.(2011). Televizyon Haberlerinde Söylem: 29 Mart 2009 Yerel Seçimler Örneği. *S.Ü. Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 30, ss. 515-552.
- Tekinalp, Ş & Uzun, R. (2009). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Tokgöz, O. (1981). *Temel Gazetecilik*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
- Turner, G. (2016). *İngiliz Kültürel Çalışmaları*. Çev. D. Özçetin ve B. Özçetin, Ankara: Heretik Yayınları.

Van Dijk, T. A. & Kintsch, W. (1983). *Strategies of Discourse Comprehension*. New York: Academic Press.

Van Dijk, T. A. (1984). Structures of international news. A case study of the world's press. *University of Amsterdam. Dept. of General literary studies. Section of Discourse Studies*.

Van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. ABD: Lawrence Erlbaum Associates.

Van Dijk, T.A. (2009). *News Analysis Case Studies of International and National News in The Press*. New York: Routledge.

Wittel, A. (2014). Sayısal Marx: Dağıtık Medyanın Ekonomi Politikğine Doğru. *Marx Geri Döndü. Medya, Meta ve Sermaye Birikimi*. Vincent Mosco-Christian Fuchs (eds.). Funda Başaran (Türkçe yayının der.). Çev, Özgün Dinçer. ss.389-433. Ankara: Nota Bene Yayınları.

Yaylagül, L. (2014). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Zor, L. (2020). *SSCB Dönemi ve Bağımsızlık Sonrası Kazakistan Sineması*. Ankara: Astana Yayınları.