

## 12 EYLÜL 2010 REFERANDUM SÜRECİNİN TÜRKİYE'DEKİ YAZILI BASINDA SUNUMU

**Levent Yaylagül\* Cengiz Çiçek\*\***

### Giriş (Sorun, Konu, Amaç)

**M**edya ve onun bir parçasını oluşturan yazılı basın, insanların büyük çoğunluğu için en temel enformasyon kaynağıdır. Dünyada meydana gelen binlerce, hatta milyonlarca olaydan bazıları haber medyası tarafından haber haline getirilerek okuyucuya/ izleyiciye sunulur. Bu anlamda haberin kendisi toplumsal olarak inşa edilmiş bir üründür (McQuail, 1994:88). Bu ürünün yaratılmasını sağlayan temel araç ise dildir.

Sembolik bir form olan medya, kullandığı dil aracılığıyla kültürü biçimlendirir ve ideolojiyi devreye sokarak bir yandan insanların dünyayı algılama biçimlerini yönlendirir öte yandan da onların gündemlerini belirler (Garnham, 2000:13). Günümüz insanların büyük bir çoğunluğu, kendi yaşam alanları dışında kalan dünyayı anlamak ve anlamlandırmak için kitle iletişim araçlarını kullanmaktadır. Böylece kitle iletişim araçları kullandıkları dil ve kavramlarla ve yaptıkları tanımlamalarla dış dünyayı, okuyucu/izleyici/dinleyiciler için anlamlandırmaktadır. Başka bir deyişle gündelik yaşama ilişkin imge ve simgelerle kuşatılan izleyiciler/okuyucular, düşünsel olarak biçimlendirilmektedir (Kaya, 2001:200).

Türkiye'de 12 Eylül 2010 günü, 12 Eylül 1980 darbesi sonrasında kabul edilen 1982 anayasasının bazı maddelerinin (26 maddesinin) değiştirilmesi için bir referandum yapılmıştır. Yapılan değişiklikler anayasal düzeyde olduğu için bütün toplumsal katmanları yakından ilgilendiren referandum, basın için önemli bir olaydır ve yüksek bir

\* Doç. Dr. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü

\*\* Öğr. Gör. Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

haber değerine sahiptir. Siyasal açıdan bakıldığında uzunca bir referandum propagandası dönemini kapsayan, kamuoyu yaratarak seçmen tercihini etkilemeyi amaçlayan referandum süreci, gazeteler açısından takip edilmesi ve seçmenlere yansıtılması gereken önemli bir süreçtir. Bu süreç, Türkiye’de farklı mülkiyet yapısına ve ideolojik yönelimlere sahip gazeteler tarafından nasıl yansıtılmıştır? Bu bağlamda bu makalenin amacı, 12 Eylül 2010 tarihinde gerçekleştirilen referandumun propaganda sürecinin Türkiye yazılı basınında nasıl yansıtıldığını incelemektir.

### **İktidar, Medya ve İdeoloji**

Genel anlamda medya ve özel anlamda yazılı basın konusunda yapılan incelemelerde ne kuramsal ne de yöntemsel açıdan herhangi bir birlik ya da bütünlük bulunmamaktadır. Bu alandaki çalışmalar medyanın kurumsal/örgütsel yapısı, medya içerikleri ve okuyucu/ izleyicilerin bu mesajları nasıl alımladıkları/yorumladıkları sorunsalı üzerinde durmaktadır. Bu bağlamda iletişim araştırmaları alanında, ana akım ve eleştirel yaklaşımlar şeklinde ikili bir ayrımın geniş bir şekilde kabul gördüğü söylenebilir.

Ana-akım yaklaşım, klasik liberal paradigmaya denk düşer. Bu yaklaşım haberler de dahil olmak üzere, her türlü medya içeriğinin oluşturulmasında medya profesyonellerinin (eşik bekçisi, editör, gazeteci) ve okuyucu/izleyicinin belirleyici olduğu görüşünden hareket eder. Haber üretim sürecinde editörlere ve muhabirlere bağımsızlık atfeder. Oysa haber sürecinde çalışan medya profesyonelleri okuyucunun ya da halkın temsilcisi değil, kendisini kiralayan sermaye grubun temsilcileridir (Dennis ve Merrill, 2002,111). Bu yaklaşım haber seçme sürecine etki eden ekonomik, siyasal ve kültürel dinamikleri dikkate almaz. Oysa medya çalışanları haberleri rastgele ya da keyfi bir şekilde oluşturmaz. Onların çıkarları ve ideolojileri, çalıştıkları kurumun da sahibi olan ve onlara maaşlarını ödeyen, çalıştıkları kurumu finanse eden güçlerden bağımsız değildir (Van Dijk, 1999:338). Haberlerin seçimi, biçimlendirilmesi, üretilmesi ve dağıtılması sürecine müdahale eden çıkar grupları vardır. Haber yapımcıları, haber şirketleri, haber kurumları, sponsorlar ya da reklamcılar bunların başında gelir (Gans, 1983:176). Yani, hangi haberlerin, hangi sırayla okuyucuya ulaşacağını, dünyaya ilişkin açıklamaların hangi kelimelerle yapılacağını, medya endüstrisi belirlemektedir. Bunun yanında medya sadece haber vermemekte, ayrıca haber analizi yaparak da okuyucuların hangi konuda nasıl düşüneceklerini de okuyucuya öğretmektedir (Avcı,1990 ). Oysa liberal paradigmanın en önemli iddialarından birisi de haberlerin objektif olduğu yönündeki anlayıştır. Bu, iletişim sektöründe çalışan gazetecilerin profesyonel ideolojisidir. Bu anlayış, gazetelerin ve gazetecilerin siyasi otoriteden ve gazetecilerin mesleklerinin toplumsal ilişkilerden bağımsız olduğunu varsayar (Mattelart, 1983:67).

Eleştirel yaklaşımlar çoğunlukla Marksizm’den esinlenen kuramsal bir temele oturmaktadır. Buna göre kapitalist toplum, sınıfsal tahakküme dayanan bir yapı arz eder. Medya egemen sınıfların tahakkümü çerçevesinde, ideolojik alanın bir parçasıdır. Medya giderek sayıları azalan büyük sermaye gruplarının elinde yoğunlaşırken, egemen sınıfın çıkarlarını savunan fikir ve düşüncelerden oluşan medya içerikleri, çalışan sınıfı egemen

değerlerle bütünleştirir. Haberler bağlamında egemen çıkarlara uygun yorumlama çerçevelerini oluşturur. İzleyiciler kimi zaman egemen yaklaşıma itiraz etseler bile, kendi karşı/alternatif fikirlerini üretip topluma yayacak düşünce üretim araçlarından mahrum oldukları için, dünyada olup bitenleri anlamak için egemen medyaya bağımlıdırlar (Curran, 1999:399).

Eleştirel yaklaşım kendi içerisinde ekonomi politikçiler ve kültürelciler olarak ayrılabilir. Ekonomi politik yaklaşım medyanın mülkiyet yapısı ile içerikler ve sınıf çıkarları arasında doğrudan bir ilişki kurar. Bu yaklaşım, ekonomik, kültürel ve sembolik kaynakların dağılımındaki eşitsizlikleri göz önüne serer. Buna göre iktidarın ve zenginliklerin eşitsiz dağılımı, haberlerin de dahil olduğu sembolik ortamın biçimlenmesini sağlar. Ekonomi politik yaklaşım, medyanın üretim, dağıtım ve kurumsal yapısının medya içerikleri üzerindeki belirleyiciliğine vurgu yapar (Grandi, 1983:56). Özellikle haber medyasının ekonomi politiği üzerine çalışan Herman ve Chomsky (1988:2), *Propaganda Modeli* adını verdikleri bir model geliştirmişlerdir. Buna göre, haberlerin egemen sınıfın çıkarlarına hizmet edecek şekilde ideolojik bir biçimde oluşmasını sağlayan yapısal beş temel filtre vardır. Bunlar, (i) Egemen kitle iletişim şirketlerinin, büyüklüğü, sahiplik yapılarındaki tekelleşme, bunların mülkiyetinin büyük sermayedarlara ait olması ve bu şirketlerin kar amaçlı oluşları; (ii) Kitle iletişim araçlarının esas gelir kaynağını reklamların oluşturması (Kapitalist işletmeler kapitalist sistemi ve kapitalistleri eleştiren medyaya reklam vermezler); (iii) Medyanın Haber Kaynaklarının Hükümet ve Devlet Görevlilerinden Oluşması; (iv) Tepki ve Yaptırımcı Kurumlar (Bunlar ekonomik ve diğer kaynakları kontrol eden ve medya kuruluşlarına tepki göstererek yaptırım uygulayabilecek kurum ve kuruluşlardır); (v) Bir kontrol mekanizması ve ulusal bir inanç olarak komünizm düşmanlığı. Bu süzgeçlerin her birinin/hepsinin işlemesi sonucunda haber medyası, egemen ideolojinin propagandasını yapan bir ideolojik aygıt dönüşür.

Kültürel İncelemeler geleneğine dahil olan düşünürler, daha çok medya mesajlarının anlam ve yorumlanması üzerinde dururlar. Özellikle İngiliz Kültürel İncelemeler geleneği, iktidar ilişkilerinin yeniden üretilmesinde ve ona karşı sürdürülen mücadelede Marksist kökenli İtalyan düşünür Antonio Gramsci'nin hegemonya kavramına baş vurur. Egemen sınıf sadece ekonomik ve politik gücü kontrol ederek kendi hegemonyasını tesis edemez. Buna göre her iktidar bloğunun kendi hegemonyasını sağlamak için, kendisinin dünyayı görme biçimini egemen kılarak, vatandaşın rızasını üretmesi gerekir (Gramsci, 1997). Bu açıdan sınıflı toplumlarda, toplumsal kontrolün sağlanmasında ve devam ettirilmesinde Althusser'in de belirttiği gibi, devletin baskı aygıtı (ordu, polis, mahkeme vb) ve ideolojik aygıtlarının da üretip yaydıkları mesajlar ve temsiller ile sosyal olayları geniş kitleler adına anlamlandırır. Althusser (2003:173), kapitalist üretim tarzının yeniden üretiminde, ideolojik üretime çok büyük bir önem atfeder. Çünkü, ekonomik anlamda bağımlı konumda olan sosyal sınıflar, egemen sınıfın çıkarlarına hizmet eden kültür ve ideolojinin etkisi altına girerek, sosyal olayları onların bakış açılarıyla görüp değerlendirmezlerse (Slack and Allor, 1983:216) kapitalist

sistem işleyemez. Gramsci'nin görüşlerini andıran bu yaklaşıma göre, haberler de dahil olmak üzere her türlü medya içeriği, kullanılan dil ve taşınan imgeler aracılığıyla, dış nesnel gerçekliğin ideolojik olarak temsil edildiği bir süreç olarak görülür. Böylece var olan iktidar ilişkilerinin sürdürülmesinde medya temsilleri ideolojik birer işlev yerine getirirler (Mutlu, 2001:224).

Bu görüşün dayandığı materyalist dil anlayışına göre, kullanılan dil, sınıf mücadelesi tarafından biçimlendirilen bir sosyal etkileşim ve mücadele alanıdır. Toplumdaki farklı sınıflar ve grupların kendi çıkar ve özlemlerini dışa vuran bir “dilleri” vardır. Farklı toplumsal sınıflar ve çıkar grupları kendi sosyal etkileşimleri ve deneyimleri çerçevesinde kendi özlem, istek ve beklentilerini dile getirirler. Böylece haber yapımında kullanılan dil de dahil olmak üzere, her türlü gösterge bir sınıf mücadelesi alanı haline gelir. Burada mücadeleye yapılan vurgu önemlidir. Çünkü medyanın kullandığı dil de dahil olmak üzere dil, hiçbir zaman [Frankfurt Okulu üyelerinin iddia ettiği gibi], sadece egemen fikirlerin taşıyıcısı değildir. Egemenliğe karşı mücadele edenler de kendi mücadelelerini, karşı fikir ve düşüncelerini erişebildikleri aygıtlarla dile getirirler (McNally, 2001:43). Bu geleneğin devamı olan İngiliz Kültürel İncelemeleri'nden Stuart Hall (1980), anlamın metin tarafından sınırlandırıldığını iddia eden ve medya metinlerindeki üstü örtük ideolojik düşünce kategorilerini incelemeye çalışan yapısal dilbilim (Fejes, 1999:310) geleneğinden farklılaşarak, medya metinlerinin bir mücadele alanı olduğunu ve izleyicilerin metni kodlayanların beklediğinin aksi bir şekilde de yorumlayabilecekleri, yani izleyicilerin bir kısmının aktif olabileceği (metinleri müzakereci ya da karşıt şekilde okuyabileceği) görüşünü geliştirir.

Hükümet ve basın/medya ilişkisine bakıldığında genellikle hükümetlerin, toplumun onayını kazanmak ve kamuoyu yaratmak için basının desteğini sağlamaya çalıştıkları görülür. Hükümetin etkinlikleri genellikle haber değeri taşır. Hükümet elinde bulundurduğu ekonomik (teşvik/destek) ve siyasal güç (baskı, sansür, sınırlama) aracılığıyla basını yönlendirirken, basın kuruluşları da sahip oldukları gücü, hükümetleri kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirebilmek için kullanabilirler. Bu bağlamda basın genellikle hükümetin reklamını yapar. Kâr amaçlı olan basın kuruluşlarına hükümetler genellikle tam sayfa ilanlarla ekonomik kaynak aktararak onların desteğini sağlarlar. Çünkü seçim harcamalarının çoğu, reklam ve tanıtım faaliyetlerine ayrılır. Gazeteler de kendi mülkiyet ilişkilerine dayanan kurumsal pratikler ve ideolojik yönelimleri doğrultusunda benimsediği profesyonel kodlarla olayları haber haline getirir. Siyasal kampanyalar, bu anlamda basın açısından önemli haberlerdir. Bu haberler sayesinde seçmenlerin bilişsel yapıları etkilenir. Çünkü haberler aracılığıyla okuyucuların ne düşünecekleri ve tercihlerini ne yönde yapacakları belirlenir. Medyanın olumlu olarak yer verdiği görüş ve adaylar onaylanır (Dennis ve Merrill, 2002).

Bu bağlamda Türkiye'deki medyanın yapısına ve işleyişine bakıldığında, Osmanlı döneminde, yönetimin ihtiyaçlarından kaynaklı olarak, yani padişahların yaptıkları reformları halka duyurma ve [o dönemin koşullarında] kamuoyu oluşturma amacıyla ortaya çıkan gazeteler, cumhuriyet döneminde de yeni rejimin ihtiyaçları doğrultusunda öncelikle ideolojik birer aygıt olarak işlemiştir. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde daha çok gazetecilikten gelen ailelerin kontrolünde olan basın sektörü, 1950'li yıllarda basın

dışından gelen sermaye sahiplerinin girmesiyle, birer ekonomik işletmeye ve kâr amaçlı faaliyetlere dönüşmeye başlamıştır. Özellikle 1980'li yıllarda uygulanmaya başlanan neoliberal politikalarla medyanın mülkiyet yapısı ve ilişkileri de değişmiş, medyada yatay ve dikey tekelleşmelerle mülkiyet ilişkileri karmaşık hale gelmeye başlamıştır (Adaklı, 2006). Medya ve basın, bu dönemde siyasilere karşı baskı ve reklam amaçlı kullanılan bir silah olmuştur. 1990'lı yıllarda her gazetenin neredeyse bir televizyonu ve bankası olmuş, medya patronları da diğer alanlarda da yatırımları olan büyük holdingler kurmaya başlamışlardır. 1990'lı yıllarda Uzan Grubu, Çukurova Grubu, Doğuş Grubu, Ciner Grubu, Doğan Grubu, Dinç Bilgin Grubu, Erol Aksoy Grubu ve İhlas Holding gibi büyük sermaye gruplarının sektöre egemen olduğu görülmektedir (Sönmez, 2004).

Daha önce İslamcı çizgide siyaset yapan politikacıların bu gelenekten ayrılarak kurdukları AKP, 2002'de 2001 ekonomik krizinin yarattığı siyasal krizin de etkisiyle iç ve dış konjonktürü iyi kullanarak iktidara gelmiş ve Avrupa Birliği'ne tam üyelik ve demokratikleşme gibi söylemlerle ülkede birtakım ekonomik, siyasi ve hukuki değişiklikler yapmıştır. Kendisini ekonomi alanında liberal ve siyasi alanda muhafazakar olarak sunan AKP'nin yaptığı değişikliklerden birisi de medyanın mülkiyet yapısı ve içeriklerindeki dönüşümdür. Özellikle (22 Temmuz) 2007 seçimini ezici bir çoğunlukla kazanan AKP, gerek yazılı basında gerekse de görsel-işitsel medya üzerinde büyük bir ekonomik ve siyasal güç kurmuştur. Başta TRT olmak üzere, Samanyolu, Kanal 7, Kanal A, Ülke TV, Bugün TV, Haber 24, gibi televizyon kanallarının yanı sıra, Vakit, Star, Bugün, Aksiyon, Zaman, Yeni Şafak gibi gazetelerin de desteğini almayı başarmıştır (Kaya, 2009:248-249).

Bu anlamda AKP, iktidara geldikten sonra kendisini destekleyecek güçlü bir medya grubu ve yapılanması oluşturdu. Uzan Grubunun medyadaki varlıklarının elinden alınması, Sabah-ATV grubunun kamu kaynakları kullanılarak Çalık Grubu'na satılması, Doğan Grubu'nun kesilen para cezaları ile hükümeti eleştiremez hale gelmesi (Yanardağ, 2011), ana-akım gazetelerdeki eleştirel yazarların (Emin Çölaşan, Bekir Coşkun, hatta liberal olduğunu her zaman belirten Cüneyt Ülsever'in) işten atılması bunun göstergeleridir. AKP, elinde bulundurduğu ekonomik ve siyasal gücü kullanarak kendisini destekleyecek bir basın/medya yaratmıştır. Bu bağlamda AKP'yi açıktan destekleyen gazeteler arasında Sabah, Türkiye, Bugün, Yeni Şafak, Akit, Zaman, Star bulunmaktadır. Hürriyet, Habertürk, Akşam, Radikal gibi gazeteler açıktan olmasa da dolaylı yollardan AKP'ye ideolojik destek vermektedirler. Milliyet ve Vatan gazeteleri ise AKP'yi eleştirmeyerek AKP'ye destek olmaktadır (Önkibar, 2011).

Bu makalede eleştirel ekonomi politik yaklaşımın kaba ve mekanik bir yorumundan ziyade, esnek ve tarihsel bir belirleme yorumu ile Garmsci'nin hegemonya kavramsallaştırmasının kesişme noktasında bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu yaklaşıma göre, özü itibarıyla ticari bir etkinlik olan medyanın içerikleri, aynı zamanda ideolojik bir işleve sahiptir. Büyük sermaye gruplarının denetiminde ve oligopolistik bir yapıda olan medya endüstrisinin diğer endüstrilerle yatırım ve hisse ortaklıkları vardır (Erdoğan, 1995:285). Bu yapısal belirleyiciler çerçevesinde üretilen medya metinleri, kodlanmış iletilerden oluşur. Bu iletiler doğaları gereği ideolojiktir. Burada ideoloji en genel anlamıyla, çeşitli sınıf ya da grupların çıkarlarının yansımaları olarak ele alınmaktadır.

Böylece medya metinleri sermaye ilişkileri çerçevesinde sınıf çıkarları tarafından belirlenir ve bu çıkarları korumak için üretilir. Buna göre medyanın ideolojik işlevi, zenginlik ve iktidar sahiplerinin ayrıcalıklı konumlarını korumak ve meşrulaştırmaktır (Sholle, 1999:272). Ancak burada bitmiş yegane bir egemen ideoloji anlayışı yerine, bu süreçte mücadele ve direnişe vurgu yapan hegemonya kavramsallaştırmasına dayanılmaktadır. Buna göre, egemen söylemin hegemonyasına dayanan medya metinlerinin [haberler] yarattığı kültürel anlamlar aracılığıyla bağımlı konumda olanların [seçmenlerin] rızası üretilir ve fakat bu süreçte egemenlik altında olanlar da kendi imkanları doğrultusunda karşı hegemonya mücadelesi verirler (Barker, 2008:11).

### **Varsayım[lar]**

Gazeteler ekonomik birer işletme olmanın yanında, aynı zamanda ideolojik aygıtlardır. Mülkiyet yapısı ve ideolojik konumlanışları gazetelerin içeriklerinin nasıl olacağını belirler. Gazeteler ekonomik ve siyasal seçkinlerin çıkarları doğrultusunda, belli düşünceleri egemen kodlar çerçevesinde yeniden üretmektedir. 12 Eylül 2010 referandum sürecinin Türkiye'deki yazılı basında egemen kodlara uygun bir şekilde yeniden ürettikleri varsayılmaktadır. Bu bağlamda, medya mesajlarının hegemonik bir süreçte çatışmalı bir doğası olmasına rağmen, genel anlamda egemen ideolojiyi yeniden üreten aygıtlar olduğu görüştünden hareket edilmektedir.

### **Yöntem ve Teknik[ler]**

Haber metinleri, endüstriyel olarak üretilmiş ve dağıtılmış bir söylemdir. Bunu yaratan endüstriyel ve toplumsal/yapısal unsurlar vardır. Hem haber üretim sürecinin ekonomi politikası, hem de kurumsal ve örgütsel pratikler belirleyicidir (Bulut ve Yaylagül, 2004:124). Üretilmiş haber metninin içeriğinde ne(yin) nasıl söylendiğini açığa çıkarmayı amaçlayan bu incelemede, [nicel/nitel] içerik analizi ve söylem analizi teknikleri birlikte kullanılmıştır. İçerik analizi, medya içeriğinin ne olduğunun incelenmesidir ve niceliksel, niteliksel ve her ikisi birlikte kullanılabilir (Erdoğan, 1998:81). Türkiye'deki günlük gazetelerin birinci sayfalarında yer alan referandum sürecine ilişkin haberler ve onların iç sayfalardaki devamı içerik/söylem analizi tekniği ile incelenmiştir. Burada nicel ve nitel içerik ve söylem analizi teknikleri birlikte kullanılmıştır.

İçerik analizi, herhangi bir görsel-işitsel medya içeriğinin okuyucu/izleyiciye iletmek istediği açık ya da örtük anlamların ortaya çıkarılmasını sağlayan ve içeriğe yönelik iletişim araştırmalarında yaygın olarak kullanılan bir veri toplama tekniğidir (Krippendorf, 1980: 21). Medya içeriklerinin bu içeriği yaratanların düşüncelerini taşıdığı (Berger, 1998) görüşünden hareket eden, 1950'li yıllarda daha çok metinlerde yer alan kelimelerin sayılmasına dayanan nicel bir yaklaşımı benimseyen içerik analizi (Pool, 1955), zaman içerisinde nitel ve eleştirel yaklaşımların gelişmesinden de etkilenerek metinlerin nitel olarak değerlendirilmesini de içermeye başlamıştır (Rosengren, 1981). Özü itibarıyla bir tür nitel içerik analizi olan "Eleştirel Söylem Analizi"nde ise özellikle Teun A. Van Dijk'ın yaklaşımından yararlanılmıştır. Eleştirel söylem analizi ise öncelikle medya söylemleri aracılığıyla toplumsal ve siyasal eşitsizliklerin nasıl yeniden üretildiğini

ortaya koymayı amaçlayan nitel bir araştırma tekniğidir (Wooffitt, 2006:137). İçerik analizi yapmak için, öncelikle gazete haberleri resim ve yazı olarak kategorileştirilmiş, incelenen her bir gazetenin referandumla ilgili haberlere ilk sayfasında ne kadar yer ayırdıkları, bu alanın ne kadarının görüntüsel ne kadarının yazılı metin olduğu tespit edilmiş; daha sonra, yazılı metinlere ilişkin yeni kategoriler oluşturularak referanduma ilişkin haberlerin hangi ideolojik kodlarla ifade edildiği ortaya konmuştur. Böylece gazete haberlerine ilişkin öncelikle dilsel olmayan kodlar, yani ne kadar resim ve yazı alanı ayrıldığı incelenmiş daha sonra da kelime seçimleri ve cümle yapıları gibi dilsel kodlar incelenmiştir. Resim ve yazı alanları metrik olarak ölçülmüş, her bir gazetenin resim ya da yazı alanı olarak referandum sürecine ilişkin haberlere ne kadar yer ayırdıkları saptanmış ve böylece gazetelerin bu olaya ne kadar önem verdikleri tespit edilmiştir. Daha sonra gazetelerin hangi kelimeleri kullanarak referandum sürecini tanımladıkları tespit edilmiş ve bu kelimelerin hangi cümle ve metinlerin içerisinde, hangi bağlamlarda kullanıldıkları incelenmiştir. Yani yazılı metinlerle ilgili kategoriler olarak nitel içerik analizi ve onun destekleyicisi olarak söylem analizini gerçekleştirmek için kelimeler, cümleler ve haber metninin tamamı (Geray, 2004) incelenmiş ve Türkiye'deki yazılı basını temsilen seçilen gazetelerde, 12 Eylül referandum sürecinin hangi ideolojik kodlarla yansıtıldığı sorusunun cevabı araştırılmıştır. Özellikle ideolojik kodların ortaya çıkarılmasında söylem analizinin, kullanılan dil ile sosyopolitik ortam arasında ilişki kuran yani belli bir sosyopolitik ortamda dilin ideolojik bir araç olarak egemenler tarafından nasıl kullanıldığını ortaya çıkaran yaklaşımından faydalanılmıştır. Van Dijk (1988), haber analizini mikro ve makro yapılar şeklinde bölerek analiz eder. Buna göre, mikro yapı sözcüklerden ve söz dizimlerinden (sentaks) oluşur. Makro yapı ise, haber başlıkları, haberin girişi, sonuç ve genel düzeyde yani metnin bütününde ne tip fikirlerin verildiğini ortaya çıkarmaya yarayan nitel söylem analizidir. Söylem analizi, medya metinlerindeki [haberlerdeki] dil kullanımı aracılığıyla üretilen düşünce sistemleri yoluyla iktidar sahiplerinin bilgiyi, iktidarı yeniden üretecek şekilde nasıl kullandıklarını inceler (O'Shaughnessy ve Stadler, 2008: 174).

Bu araştırma, 12 Eylül 2010 referandum sürecine ilişkin haberler aracılığıyla ne tip bir dünya görüşü ya da anlamlar setinin üretildiği sorunundan hareket ettiği için, burada, kaçınılmaz olarak gazetelerin inşa ettikleri haberler aracılığıyla ne tip anlamların üretilerek topluma yaydığını incelemek temel amaçtır. Bu bağlamda gazetelerin haber metinlerinde yer verdikleri kelimeler ve bunların içinde yer aldıkları cümle yapıları içerik/söylem analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Metnin tamamının ne söylediği ise gazetelerin söylemini oluşturduğundan metnin bütünselliğinde gazetelerin ne tip bir söyleme ulaştıkları da ortaya konulmuştur.

### Örneklem

Bu incelemede, 12 Eylül 2010 referandum sürecinin Türkiye'deki yazılı basında nasıl sunulduğu sorusunun cevabı aranmıştır. Dolayısıyla bu inceleme, kategorik olarak gazete haberlerinin incelenmesiyle sınırlıdır. Onun için günlük gazetelerden radikal soldan radikal sağa doğru farklı ideolojik konumlara ve mülkiyet ilişkilerine sahip gazeteler

seçilmiştir. Burada radikal solu temsilen Evrensel (Bülten Basın Yayın Reklamcılık Tic. Ltd. Şti. Adına Sahibi; Bülent Falakoğlu), ulusal solu temsilen Cumhuriyet (Cumhuriyet Vakfı adına İmtiyaz Sahibi; Orhan Erinç), merkez gazeteleri temsilen Hürriyet (Doğan Grubu), Sabah (Çalık Grubu) ve Bugün (Koza-İpek Grubu), İslamcı sağ temsilen Zaman (Feza Gazetecilik) (Sönmez, 2010a: 45; Turan, 2009:34) ve milliyetçi sağ temsilen Yeniçağ (Yeniçağ Gazetecilik ve Matbaacılık adına İmtiyaz Sahibi; Ahmet Çelik) gazeteleri seçilmiştir. Bu gazetelerin referandum döneminin sonuna yaklaşıldığı ve bu konudaki tartışmaların en yoğun yaşandığı 1-13 Eylül 2010 tarihleri arasındaki iki haftalık süreyle yayımlanan sayıları incelenmiştir. 13 Eylül günü referandum sonuçlandığı ve gerekli açıklamalar yapıldığı için, bu tarihten sonraki haberlere bakılmamıştır. Burada referandumla ilgili her habere bakılmamıştır. Böyle bir inceleme bu makalenin boyutlarını çok aşacağı için, belirlenen tarihlerde adı geçen gazetelerin ilk sayfalarında yer alan referanduma ilişkin haberler ve onların iç sayfalardaki devamları incelenmiştir. İnsanlar gazeteyi ilk aldıklarında bakacakları yer ilk sayfadır. İlk sayfa haberleri dikkat çekme ve gündemi belirleme açısından önemlidir. Onun için ilk sayfa haberlerinin gazetenin o konudaki temel eğilimini yansıttığı söylenebilir.

## Araştırmanın Bulguları

### I. Nicel Bulgular

#### a. Gazetelerin Birinci Sayfalarında Çıkan Referanduma İlişkin Haber Sayısı

GAZETELER	I. SAYFADAKİ HABER SAYISI
Evrensel	36 Haber
Cumhuriyet	38 Haber
Hürriyet	22 Haber
Sabah	42 Haber
Bugün	29 Haber
Zaman	36 Haber
Yeniçağ	52 Haber

**Tablo-1:** 1-13 Eylül 2010 Tarihleri Arasında Referandum Konusunda Gazetelerin İlk Sayfalarında Yer Alan Haber Sayıları

Burada yapılan sayımacada, sadece gazetelerin ilk sayfalarında referandum sürecine ilişkin 1-13 Eylül tarihleri arasında çıkan haberler dahil edilmiştir. Buna göre, birinci sayfada en çok haberi 52 haber ile Yeniçağ Gazetesi verirken, onu sırayla Sabah (42 Haber), Cumhuriyet (38 Haber), Evrensel (36 Haber), Zaman (36 Haber), Bugün (29



Haber) ve Hürriyet (22 Haber) gazeteleri izlemiştir. Haber sayıları gazetelerin olaya verdikleri önemi gösterirken, tek başına haber sayısı bunu anlamak için yeterli değildir. Bu bağlamda gazetelerin habere ayırdıkları yazı ve resim alanlarının büyüklüğü de önemlidir.

#### b. Gazetelerin Birinci Sayfalarındaki Referandum Haberlerinin Yazı ve Resim Alanları

GAZETELER	RESİM ALANI (cm <sup>2</sup> )	YAZI ALANI (cm <sup>2</sup> )	T O P L A M ALAN(cm <sup>2</sup> )
Evrensel	9300	27790	37090
Cumhuriyet	4466	21497	25963
Hürriyet	8625	19816	28441
Sabah	8000	20627	28627
Bugün	8049	18364	26413
Zaman	11915	19891	31806
Yeniçağ	9203	17631	26834

**Tablo-2:** 1-13 Eylül 2010 Tarihleri Arasında Gazetelerin Referandum Konusundaki Haberlere Ayırdıkları Resim ve Yazı Alanları

Gazetelerin resim alanları dağılımına bakıldığında en çok resim alanına 11.915 cm<sup>2</sup> ile Zaman gazetesinin; 9300 cm<sup>2</sup> ile Evrensel ve 9203 cm<sup>2</sup> ile Yeniçağ gazetesinin yer ayırdıkları görülmüştür. Merkezde yer alan Hürriyet (8625 cm<sup>2</sup>), Sabah (8000 cm<sup>2</sup>) ve Bugün (8049 cm<sup>2</sup>) gazetelerinin resim alanı dağılımının birbirine yakın olduğu görülmektedir. Buna göre, ikisi radikal sağda olan [İslamcı] Zaman ve [milliyetçi] Yeniçağ ve diğeri radikal solda konumlanmış olan Evrensel'in, açıktan ideolojik konularını yansıtabilecek şekilde anlattıkları fikir ve düşünceleri resimlerle destekledikleri ortaya çıkmıştır. Buna mukabil, "daha merkez"de yer alan Hürriyet, Sabah ve Bugün gazetelerinin resim alanı dağılımları birbirine yakındır. Bu da, merkezdeki gazetecilik pratiklerinin birbirine daha çok benzediğini göstermektedir. Resim alanına en az yer veren ve hâlâ siyah beyaz ağırlıklı çıkan Cumhuriyet gazetesinin daha çok fikir gazeteciliği yaptığı ve resim alanına (görselliğe) mümkün olduğu kadar az yer verdiği bilinmektedir/görülmektedir.

Yazı alanlarına bakıldığında en çok yazı alanına Evrensel'in (27.790 cm<sup>2</sup>) ve Cumhuriyet'in (21.497 cm<sup>2</sup>) yer ayırdıkları görülmektedir. Bu iki gazeteyi sırasıyla Sabah (20.627 cm<sup>2</sup>), Zaman (19.891 cm<sup>2</sup>), Hürriyet (19.816 cm<sup>2</sup>), Bugün (18.364 cm<sup>2</sup>) ve Yeniçağ (17.631 cm<sup>2</sup>) gazetelerinin izlediği görülmektedir. Solda yer alan gazetelerin fikir ve düşünce ve haberlere daha çok yer ayırdıkları ve merkez ile radikal sağ gazetelerin

yazı alanına daha az yer verdikleri görülmektedir. Bu durum, sol gazetelerin ele aldıkları konuya eleştirel anlamda daha çok yoğunlaştıklarını göstermektedir.

Resim ve yazı alanının toplamına, yani gazetelerin habere ayırdıkları toplam alana bakıldığında en geniş alanlarının Evrensel (37.090 cm<sup>2</sup>) ve Zaman'da (31.806 cm<sup>2</sup>) oldukları görülmektedir. Merkezde yer alan gazetelerden Sabah, (28.627 cm<sup>2</sup>), Hürriyet (28.441 cm<sup>2</sup>), Bugün (26.413 cm<sup>2</sup>) ile radikal sağdaki Yeniçağ'ın (26.834 cm<sup>2</sup>), daha dengeli bir dağılım yaptıkları görülürken, toplamda en az alanın (25.963 cm<sup>2</sup> ile) Cumhuriyet gazetesinde yer aldığı görülmektedir. Resimlere ve yazı alanına topluca bakıldığında, en sol ve en sağdaki iki gazetenin olaya daha çok önem verdikleri görülmektedir. Merkez gazetelerdeki dağılım daha homojen iken ideolojik konumları öne çıkan ve radikal sol ve radikal sağda yer alan gazetelerin ideolojik konumları gereği olaya daha çok önem verdikleri görülmektedir. Toplamda olaya en az yer veriyor gibi gözükten Cumhuriyet gazetesi, aslında resim alanına daha az yer verdiği için bu sonuç ortaya çıkmıştır. Fikir gazeteciliği yapmakla bilinen Cumhuriyet, Evrensel'den sonra aslında en çok yazı alanına yer veren gazetedir.

Gazete haberleri genelde yazı ve resim alanlarından oluşur. Resimler, haberlere inandırıcılık katan görsel boyuttur. Yazı ile söylenenlerin doğru olduğunun görsel olarak kanıtlanmasını sağlar (Van Dijk, 1988a:115). Referandum sürecinde de yapılan etkinlikler, resim olarak kaydedilmiş ve haberlerde kullanılmıştır. Genellikle liderler ve miting toplantıları ve referanduma ilişkin görüş beyan eden siyasilere resimleri haberlere eşlik etmiştir.

Yazı ve resim alanına ayrılan alanlar gazetelerin olaya ne kadar önem verdiklerini gösterirken, olayı anlatmak için seçilen kelimeler gazetelerin ideolojilerinin ortaya çıkmasında önemlidir.

### c. Referanduma İlişkin Haberlerde Tekrarlanan Kelimeler ve Sıklıkları

GAZETELER	Tekrarlanan Kelimeler ve Sıklık Sayıları
Evrensel	Anayasa (203); Referandum (168); 12 Eylül (141); Darbe[ciler] (47); Miting (68); Evet (106); Hayır (157); Boykot (22); HSYK (7); Anayasa Mahkemesi (12); AKP (226); CHP (23); MHP (16); BDP (25); EMEP (28); ÖDP (14); TKP (15); KESK (14); DİSK (10); TMMOB (7); Halkevleri (10); EDP (7); TOBB (4); TUSİAD (4); Başbakan Erdoğan (104); Recep Bey (4); Tayyip (4); Kılıçdaroğlu (17); Bahçeli (7); Selahattin Demirtaş (5); Levent Tüzel (10); K. Evren (10); Erdal Eren (21); Kürt Sorunu (14); Değişiklik (51); Aldatmaca (16); İşçi (13); Emekçi (30); Antidemokratik (4); Özgürlük (43); Eşitlik (26); Demokrasi (60); Kürtler (23); Aleviler (13); Yalan (24); Demokratikleşme (5); Faşist (2); PKK (13); Ergenekon(2); Hesaplaşma (18); Statüko (5); Vesayet (2).

<b>Cumhuriyet</b>	Anayasa (67); Referandum (105); 12 Eylül (117); Darbe[ciler] (36); Miting (14); Evet (160); Yetmez ama Evet (4); Hayır (143); Boykot (31); HSYK (4); Anayasa Mahkemesi (7); AKP (139); CHP (94); MHP (22); BDP (20); TÜSİAD (6); MÜSİAD (7); Deniz Feneri (5); Başbakan Erdoğan (154); Recep Bey (26); Kılıçdaroğlu (81); Bahçeli (6); Selahattin Demirtaş (6); Deniz Baykal (29); Osman Baydemir (17); F. Gülen (Cemaati) (12); K. Evren (8); Değişme (11); Hesaplaşma (10); Bölünme (11); Baskı (6); Santaj (4); Tehdit (2); Kürt Sorunu (11).
<b>Hürriyet</b>	Anayasa (93); Referandum (55); 12 Eylül (67); Darbe[ciler] (2); Evet (90); Hayır (82); Boykot (20); HSYK (21); Anayasa Mahkemesi (2); AKP (83); CHP (120); MHP (37); BDP (21); Deniz Feneri (2); Başbakan Erdoğan (180); Recep Bey (46); Kılıçdaroğlu (131); Bahçeli (40); Selahattin Demirtaş (5); Hüsamettin Cindoruk (2); Osman Baydemir (2); F. Gülen (Cemaati) (2); Değişme/Değişiklik (37); Demokrasi/Demokratikleşme (33); Bölünme (2); PKK (15).
<b>Sabah</b>	Anayasa (116); Referandum (103); 12 Eylül (76); Darbe[ciler] (32); Evet (203); Yetmez ama Evet (1); Hayır (113); Boykot (40); HSYK (4); Anayasa Mahkemesi (10); AK Parti (40); CHP (91); MHP (28); BDP (4); PKK (4); Başbakan Erdoğan (190); Kılıçdaroğlu (62); Bahçeli (14); Recep Bey (9); Selahattin Demirtaş (5); Değişim (3); Statüko (2); Hesaplaşma (7); Özgürlük (20); Kürt Sorunu (17); Demokrasi (63); Demokratikleşme (14); Başörtüsü (24).
<b>Bugün</b>	Anayasa (105); Referandum (115); 12 Eylül (84); Darbe[ciler] (50); Miting (15); Evet (160); Yetmez ama Evet (23); Hayır (129); Boykot (27); HSYK (13); Anayasa Mahkemesi (20); AK Parti (43); CHP (71); MHP (89); BDP (40); SP (7); BBP(7); PKK (4); Başbakan Erdoğan (120); Kılıçdaroğlu (17); Bahçeli (29); Numan Kurtulmuş (10); Deniz Baykal (10); Yalçın Topçu (12); Ramiz Ongun (10); K. Evren (9); Değişim (12); Değişiklik (37); Vesayet Rejimi (14); Bürokratik Oligarşi (4); Statüko(16); Darbe Anayasası (6); Ergenekon (6); Özgürlük (12); Demokratik Açılım (2); Demokrasi/Demokratik (52).
<b>Zaman</b>	Anayasa (140); Anayasa Mahkemesi (22); Referandum (221); 12 Eylül (80); Darbe[ciler] (57); Miting (7); Evet (188); Yetmez ama Evet (7); Hayır (108); Boykot (31); HSYK (33); AK Parti (38); CHP (97); MHP (91); BDP (49); Başbakan Erdoğan (158); Kılıçdaroğlu (32); Bahçeli (19); Selahattin Demirtaş (9); Demokrasi (35); Ergenekon (5); Statüko (8); K. Evren (6); Değişme/Değişiklik (56); Vesayet (19); Öcalan (12); Özgürlük (12); PKK (25).

<b>Yeniçağ</b>	Anayasa (41); Anayasa Mahkemesi (15); Referandum (98); 12 Eylül (36); Evet (143); Hayır (122); Boykot (9); HSYK (5); AKP (153); CHP (74); MHP (23); BDP (14); Başbakan Erdoğan (200); Recep Bey (24); Kılıçdaroğlu (121); Bahçeli (57); Deniz Baykal (23); Cindoruk (30); Özerklik (8); Gazi ve Şehit Yakınları (9); Değişiklik (26); BOP (9); Bölücülük/Bölünme (16); PKK (8).
----------------	---

**Tablo-3:** Gazetelerde 1-13 Eylül Tarihleri Arasında Referandum Sürecine İlişkin Haberlerde En Çok Tekrarlanan Kelimeler ve Sıklıkları

Gazetelerde referandum sürecine ilişkin haberlerde sık tekrarlanan kelimelere bakıldığında, çoğu kelime ve kavramların ortak olduğu görülür. Buna göre, siyasi parti liderleri, partiler, referandum ve yapılan anayasal değişikliklere ilişkin eylemleri tanımlayan kelimelerin ortak olarak kullanıldığı görülmektedir. Tek başına kelimelerin bağlamından kopartılarak sayılması bir anlam ifade etmeyebilir. Ancak yine de gazeteler, seçtikleri bazı özel kelime ve sözcüklerle kendi ideolojik yönelimlerini ortaya koymaktadırlar.

Örneğin, *Evrensel Gazetesi*, diğer gazetelerle ortak olan kelimelerin dışında, diğer gazetelerin yer vermediği, EMEP (28), TKP (15) ÖDP (14) gibi sosyalist parti isimlerine; KESK (14), DİSK (10) gibi solcu sendikalara; TMMOB (7) gibi, AKP hükümetini eleştiren meslek odalarına; Halkevleri (10) gibi eleştirel oluşumlara; Aleviler (13) ve Kürtler (23) gibi genellikle eleştirel unsurların temelini oluşturan etnik ve dini topluluklara; Demokrasi (60), Eşitlik (26), Özgürlük (43) gibi kavramları İşçi (13) ve Emekçi (30)lerin çıkarları çerçevesinde değerlendirerek yapılan anayasa değişiklik referandumunu Yalan (24) ve Aldatmaca (16) gibi kavramlarla tanımlayarak temsil ettiği sosyalist ideolojiye uygun bir kavramsallaştırma yapmıştır.

*Cumhuriyet Gazetesi*, daha çok laiklik ve bölünmeye vurgu yapan bir kavramsallaştırmaya gitmiştir. Bunların başında, *Gülen Cemaati* (12), *MÜSİAD* (7) gibi dini referanslara göndermede bulunan örgütlü yapılara vurgu yaparak, hükümetle *Deniz Feneri* (5) ilişkisini kurmuş, AKP'nin cumhuriyetle ve onun kurumlarıyla *Hesaplaş* (10) tığını, anayasa değişikliğini gerçekleştirmek isteyen hükümetin *Baskı* (6), *Şantaj* (4) ve *Tehdit* (2) yöntemlerine başvurduğunu ve eğer bu değişiklik gerçekleşirse ülkenin *Bölüneceğini*(11) vurgulamıştır.

Kendilerini ana akım gazeteler olarak sunan gazetelerden *Hürriyet gazetesi*, *Değişme/Değişiklik* (37) ile *Demokrasi ve Demokratikleşme* (33)nin sağlanacağına vurgu yaparken; *Sabah gazetesi*, *statüko* (2) ile *hesaplaşmaya* (7) odaklanmış, yapılacak değişikliklerle *demokrasi* (63) ve *özgürlük*(14)lerin genişleyeceğini ve bu sayede *başörtüsü* (24) sorununun da çözüleceğini belirtmiştir. *Bugün Gazetesi*'ne göre, *Darbe Anayasası* (6)nda yapılacak *Değişiklik* (37) ile *Bürokratik Oligarşi* (4)nin kontrolündeki *Vesayet Rejimi* (14)'nin *Statüko*(16)su değişecek, *Demokrasi* (52) ve *Özgürlük* (12) gelişecek ve *Ergenekon* (6) gibi darbeci zihniyete sahip yapılardan hesap sorulabilecektir. *Zaman gazetesi*'ne göre de yapılacak [Anayasal] *Değişiklik* (56) ile *Statükocu* (8) *Vesayet*

(19) rejimi ortadan kalkacak yerine *Özgürlük* (12) ve *Demokrasi* (35) gelecek. Buna göre, merkezde yer alan ve hükümete yakın olan gazeteler hükümetin argümanlarını sıralayarak egemen ideolojiyi yeniden üretmişlerdir.

Radikal sağda konumlanan *Yeniçağ gazetesi* ise, seçtiği kelimelerle daha milliyetçi bir bilinç yaratmak üzere hareket etmektedir. Bu gazeteye göre, yapılan [Anayasa] *Değişiklikleri* (26), BOP (9)'un bir parçasıdır. Bunun sonucunda [Kürtlere] *Özerklik* (8) verilecek ve ülkenin *Bölünmesi* (16) sağlanacak. Bunu engellemek için gazete *Gazi ve Şehit Yakınlarına* (9) çağrıda bulunarak milliyetçi bir ideolojiyi yeniden üretmektedir.

Gazete haberlerinin, muhalefetten ziyade hükümetin görüş ve çıkarları doğrultusunda bir haber inşa ettiği görülmektedir. Medya gerçekliği yeniden üretmez onu tanımlar ve yeniden inşa eder (Hall, 1999:88). Bunun için de dile ve onun yapı taşları olan kelimelere baş vurur. İdeoloji ancak dil ve bilinç pratiği içerisinde işler. Çünkü ideoloji (anlam) dil aracılığıyla üretilir. Okuyucular/seçmenler de kendilerini dil sistemi içerisine yerleştirerek düşünüp, anlayıp konuşabilirler (Hall, 1999a:216). Onun için gazeteler haberlerde kullandıkları dil ve imgeler aracılığıyla, okuyucuların yorumlama çerçevesi üzerinde denetim kurmaya çalışır. Çünkü yorumlama biçimleri okuyucunun nasıl düşüneceğini etkiler. Kullanılan terim, kavram ve kelimeler tarafsız değildir. Her bir ideoloji, aynı işaretleri ya da sesleri kullansa bile, kelimelere farklı anlamlar yükleyerek okuyucunun algısını inşa ederler (Schlesinger, 1994:36). Böylece gazeteler okuyuculara hem ne hakkında düşüneceklerini, hem de ne düşüneceklerini göstererek sosyopolitik dünya hakkında nasıl düşüneceklerini öğretir (Blumler, 1983:172).

## II. Nitel Bulgular

### A. Haberlerin Makro Yapısının Çözümlemesi

Van Dijk (1988)'a göre medya haberlerinin yapısı, makro ve mikro olmak üzere iki düzeyde çözümlenir. Buna göre haberlerin ilk boyutu makro haber yapılarıdır. Makro haber yapıları da anlamsal (tematik) ve biçimsel (şematik) olarak kendi içerisinde ikiye ayrılır. Makro haber çözümlemesinin ilk boyutu anlamsal yani tematik boyuttur.

Haberler bir olay hakkında tematik yapıların tanımlarından oluşur. Paragraflarda temalar ve konular hiyerarşik olarak düzenlenir. Olay içinde geçtiği tarihsel ve toplumsal bağlama yerleştirilir. Verilmek istenen temel konu çerçevesinde bir bütünlük oluşturulur. Böylece, haberin söyleminin dayandığı temel konu ortaya çıkmış olur. Haber metinlerindeki farklardan hareketle, gazetelerin söylemsel farklılıkları da ortaya çıkmaktadır. Paragraflar aslında belli bir konunun haber haline getirilirken gazeteler tarafından nasıl düzenlendiğini ve böylece egemen söylemin nasıl desteklendiğini gösterir (Van Dijk, 1988a:73).

### A.a. Tematik Yapı

Van Dijk (1988)'a göre, Haberlerin makro yapısının bir parçası olarak "metnin tematik yapısı", "haber başlıkları", "spotlar", "haber giriş'i", giriş'in bir parçası olarak "haber paragraflarının ilk cümleleri" ve "fotoğraf"lardan oluşur. Buna göre 'makro yapı'nın ilk unsuru haber başlıklarıdır.

**A.a.1. Haber Başlıkları**

<b>GAZETELER</b>	<b>HABER BAŞLIKLARI</b>
<b>Evrensel:</b>	Paranın ve Yalanın Saltanatına Hayır! (11 Eylül 2010).
<b>Cumhuriyet:</b>	“Bağımlı Yargı Adalet Getirmez” ( 7 Eylül, 2010).
	[Başbakan] Yüksek yargıya yüklendi. Kirli tezgahlar hazırladılar (5 Eylül 2010).
<b>Sabah</b>	“Özgürlüğe Evet” (6 Eylül 2010).
<b>Bugün</b>	“Hayır Çıkarsa Ülke Kaybeder” (3 Eylül 2010).
<b>Zaman :</b>	“Anayasa Paketi Türkiye’ye Refah Getirecek” (3 Eylül 2010).
<b>Yeni Çağ:</b>	“Ürküten Ayrışma” (13 Eylül 2010).

**Tablo-4:** 1-13 Eylül 2010 Tarihleri Arasında Gazetelerde Çıkan Haber Başlıklarından Örnekler

Haber başlıkları genellikle okuyucunun gazeteyi eline aldığı anda ilk dikkatini çeken unsurdur. Onun için, haber başlıklarının ilgi çekici ve olaya ilişkin en genel düzeyde bilgi verici olması gerekir. Başlıkta genellikle olayın kendisi, zaman ve mekan bütünlüğü çerçevesinde ve olayın tarafları ile birlikte yer alır. Zaman zaman bu unsurların hepsi haber başlığında yer alsa da genellikle başlıklar, haberin ana konusunu ya da temasını verir. Böylece okuyucu daha başlıktan itibaren haberin ideolojik kuruluşunun içine çekilir. Van Dijk(1988a:74-5)’ın genel yaklaşımında belirttiği gibi haberler aslında ideolojik önermeler bütünüdür. Bu bağlamda haberlerin başlığı da bu önermelerin ilk ayağını oluşturmaktadır. Dolayısıyla haber başlıklarında öncelikle genel bir önerme sunulur. Bu önerme, enformasyonun tamamını vermemekle birlikte eksik de olsa bütünsel bir bilgiye tekabül eder ve genelleştirilmiş bir dünya görüşü oluşturmanın ilk adımıdır. Bu bağlamda, aslında haberler ve onun ilk adımı olarak haber başlıkları, kişilere ve olaylara dayalı olarak kurgusal bir olay anlatmaktadır.

Buna göre, referandum sürecine ilişkin gazetelerdeki başlıklara bakıldığında, *Evrensel* gazetesinin “Paranın ve Yalanın Saltanatına Hayır” diyerek sermaye karşıtı bir ideolojiye vurgu yaptığını; *Cumhuriyet* gazetesinin “Bağımlı Yargı Adalet Getirmez” başlığıyla, AKP’nin kendisine bağımlı bir yargı yaratma çabasını ön plana çıkardığı; *Hürriyet* gazetesi, “[Başbakan] Yüksek yargıya yüklendi. Kirli tezgahlar hazırladılar” başlığına yer vererek, Yüksek yargının kirli tezgah içinde olduğunu ve bu nedenle yapısının değişmesi yönündeki hükümetin temel argümanını desteklediği; *Sabah Gazetesi*’nin, “Özgürlüğe Evet” diyerek ülkede özgürlük olmadığını ve anayasal değişikliğin ülkeye özgürlük getireceğini belirttiği; *Bugün* gazetesinin “Hayır Çıkarsa Ülke Kaybeder” başlığıyla, okuyucuları hayır çıkmaması için uyardığı; *Zaman* gazetesinin, “Anayasa

Paketi Türkiye'ye Refah Getirecek" başlığıyla, değişiklik konusunda okuyuculara umut dağıttığı; *Yeniçağ* gazetesinin, "Ürküten Ayrışma" başlığı ile seçim sonuçlarının ülkede yarattığı ayrışma ve bölünmeye dikkat çektiği görülmektedir.

Buna göre, hükümet karşıtı ("Hayır"cı kamp -Evrensel, Cumhuriyet ve Yeniçağ) ve hükümet yanlısı gazetelerin ("Evet"çi kamp -Hürriyet, Sabah, Bugün, Zaman), kendi ideolojik konumlanmalarına göre (farklı gerekçelerle de olsa) ideolojik tavırlarını açıkça ortaya koydukları görülmektedir. Her bir gazete, evet ya da hayır çıkması ya da çıkmaması durumunda toplumun ne kazanacağını ya da ne kaybedeceğini vurgulayacak şekilde açık bir ideolojik tavır sergilemişlerdir. Görüldüğü gibi incelenen gazeteler, haber başlıklarında uzun bir olayın özetini sunmaktadır Böylece, her bir gazetenin, bütünsel bir yaklaşımdan ziyade haberlerin bir parçası olarak bilgiyi eksilterek verdiği, bunun da sanki gerçeğin tamamıymış gibi sunulduğu görülmektedir. Haberlerin makro yapılarının bir parçasını da, haber başlıklarından sonra haber spotları oluşturmaktadır.

### A.a. 2. 1. Haber Spotları

GAZETELER	HABER SPOTLARI
<b>Evrensel:</b>	AKP Darbeyle Hesaplaşamaz (10 Eylül 2010).
<b>Cumhuriyet</b>	'Pişman Olacaklar': Baykal, paket geçerse 'evet'çilerin tehlikeyi gördükten sonra 'ben zaten oy vermedim' diyeceklerini söyledi (10 Eylül 2010).
<b>Hürriyet</b>	Başbakan'dan Yargıtay'a 'zaman aşımı' suçlaması (8 Eylül 2010).
<b>Sabah</b>	'Evet'le Ekonomi Sıçrar: atv'de 'Gündem Özel'e konuk olan Başbakan Erdoğan, referandumdan 'Hayır' çıkması halinde küresel sermayenin gelmeyeceği söyledi (10 Eylül 2010).
<b>Bugün:</b>	"Herkes Fişini Görecek: Anayasa değişikliği paketinin kabul edilmesi halinde her vatandaş devletin kendisiyle ilgili yaptığı fişlemeyi öğrenme hakkına sahip olacak" (Bugün, 11 Eylül 2010).
<b>Zaman :</b>	"Referandum, milletin vesayete dur deyip dememe meselesidir" (1 Eylül 2010).
<b>Yeni Çağ:</b>	"Cumhuriyet Tehlikede: 'Evet' diyen iyi düşünsün" (9 Eylül 2010).

**Tablo-5:** 1-13 Eylül 2010 Tarihleri Arasında Gazetelerde Çıkan Haber Spotları'ndan Örnekler

Haber spotları genellikle haberin başlığına göre biraz daha çok detay bilgiye yer verir. Bu bağlamda, haber spotları da haber metinlerinin bir nevi özetidir. Okuyucuyu yakalayan haber başlıkları, spotlarla okuyucuyu biraz daha metnin içine çeker. Daha genel bir özet olan başlıktan sonra, haber spotları daha detaylı ve özel bilgilere geçişin bir halkasıdır. Haber spotlarına bakıldığında, *Evrensel* gazetesinin, “AKP Darbeyle Hesaplaşamaz” spotuyla, hükümetin referanduma ilişkin en önemli argümanı olan, “12 Eylül’le hesaplaşılacağı” yönündeki iddiasını eleştirdiği; *Cumhuriyet* gazetesinin ‘Pişman Olacaklar’: Baykal, paket geçerse ‘evet’çilerin tehlikeyi gördükten sonra ‘ben zaten oy vermedim’ diyeceklerini söyledi” spotuyla, referandumun yaratacağı tehlikeye dikkat çektiği; *Hürriyet*, *Sabah*, *Bugün* ve *Zaman* gazetelerinin yine hükümetin görüşlerini destekleyecek şekilde spot hazırladıkları görülmektedir. *Hürriyet* gazetesi, başbakanın yargıda zaman aşımı konusundaki eleştirisini spota çıkarırken, okuyucularına, yapılacak değişikliklerle bu sorunun aşılacağı mesajını vermektedir. *Sabah* gazetesi, “‘Evet’le Ekonomi Sıçrar: atv’de ‘Gündem Özel’e konuk olan Başbakan Erdoğan, referandumdan ‘Hayır’ çıkması halinde küresel sermayenin gelmeyeceği söyledi” şeklindeki Başbakan’ın ifadelerine yer vererek, evet çıkması halinde elde edilecek kazanımlar ve hayır çıkması halinde kayıplara vurgu yapmaktadır. *Bugün* gazetesi, “Herkes Fişini Görecek” şeklindeki spotuyla anayasa değişikliği ile yönetimin daha da demokratikleşeceğine ve şeffaflaşacağına vurgu yapmaktadır. *Zaman* gazetesi, “Referandum, milletin vesayete dur deyip dememe meselesidir” spotuyla, mevcut sistemin bir vesayet rejimi olduğunu ve anayasa değişikliği ile bu vesayetin ortadan kalkacağını ve artık milletin kendi kendisini yöneteceğine vurgu yapmaktadır. *Yeniçağ* gazetesi, “Cumhuriyet Tehlikede: ‘Evet’ diyen iyi düşünsün” şeklindeki spotuyla, değişikliklerin Cumhuriyeti tehlikeye düşüreceğini belirterek, referandumda ‘evet’ diyecek olanlara ‘iyi düşünmeleri’ konusunda çağrıda bulunmaktadır.

Görüldüğü gibi gazetelerin ideolojik tercihleri, haber spotlarına da yansımaktadır. *Evrensel*, *Cumhuriyet* ve *Yeniçağ* gazeteleri hayır oyu verilmesi için kendi gerekçelerini yaratırlarken, *Hürriyet*, *Sabah*, *Bugün* ve *Zaman* gazeteleri hükümetin argümanlarını destekleyerek ‘Evet’ çıkması halinde vatandaşın elde edeceği kazanımlara vurgu yapmaktadırlar. Burada gazeteler özetle haber spotları aracılığıyla seçmen-okuyucuyu etkilemek için evet ya da hayır oyu vermeleri yönünde gerekçe yaratmaktadır. Dolayısıyla spotlar gazetenin ideolojik yaklaşımının ortaya çıkarılması için önemlidir.

Haber spotları, haberin girişi için bir ara aşamadır. Spotları asıl haber metni takip eder ve bu metnin ilk giriş cümleleri de okuyucunun ideolojik olarak yönlendirilmesinde önemlidir.



## A.a. 2. Giriş Cümleleri

	<b>GİRİŞ CÜMLELLERİ</b>
<b>Evrensel:</b>	AKP'nin içi boş 'demokratikleşme' iddialarıyla gündeme getirdiği anayasa değişikliği için, yine AKP'nin devasa 'evet' reklamlarının gölgesinde yarın sandığa gidiliyor (11 Eylül 2010).
<b>Cumhuriyet:</b>	ÇYDD Genel Başkanı Aysel Çelikel: "Referandumla Sunulan Anayasa Değişikliklerinin yargıya ilişkin hükümlerinin ülkemizde yargı bağımsızlığını ve tarafsızlığını ortadan kaldıracak yargıyı siyasi iktidarın yargısı haline getirecek nitelikte olduğu için 'hayır'" (1 Eylül 2010).
<b>Hürriyet</b>	Mersin mitinginde konuşan Başbakan Erdoğan, "Yüksek yargı mensupları arasındaki telefon konuşmaları internete düştü. Ne tür çirkin planlar kurulduğunu, ne tür kirli tezgahlar hazırlandığını gördünüz mü? Hayır çıksın diye İmralı ile ittifak kurmayı konuşuyorlar" dedi (5 Eylül 2010).
<b>Sabah</b>	Referandum sonucunun ekonomiyi etkileyeceğini belirten başbakan Erdoğan, "Evet çıkması halinde ekonomi beklenen sızramayı yapacak" (10 Eylül 2010).
<b>Bugün</b>	"Başbakan Erdoğan, referandumdan hayır çıkarsa Türkiye'nin demokrasi mücadelesinin zarar göreceğini söyledi. 'Ülke ekonomik açıdan güvenini ve istikrarını kaybeder' dedi" (3 Eylül 2010).
<b>Zaman</b>	"Türkiye 12 Eylül'de darbe anayasasında önemli değişiklikler yapan paketi onaylayacak" (10 Eylül 2010)
<b>Yeniçağ</b>	Kürdistan Referandumu: MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, Konya Mitinginde 'Hükümetin gerçek niyeti; terör örgütü PKK'ya yeni yol haritaları çizen 'bağımsız Kürdistan' devletinin kuruluşuna hukuki zemin hazırlayan bir Anayasa hazırlamak' dedi ve her ilde farklı konuşan Başbakan'a ağır eleştiriler yöneltti (6 Eylül 2010).

**Tablo-6:** 1-13 Eylül 2010 Tarihleri Arasında Gazetelerde Çıkan Haberlerin Giriş Cümleleri'nden Örnekler

Gazete haberlerinde giriş cümleleri, haber metninin ideolojik olarak kurulmasında önemlidir. Çünkü giriş cümleleri, gazetenin temel yaklaşımının gerekçelendirildiği argümanları sunar. Daha sonra gelecek argümanlar girişin üzerine kurulacağı ve giriş cümlesini destekleyeceği için önemlidir. Gazeteler giriş cümlelerinde kendi yaklaşımlarının gerekçesini sunarak okuyucunun olayları bu gerekçeye dayalı olarak anlamlandırmasını sağlar.

Gazetelerin Giriş cümlelerine bakıldığında, *Evrensel* gazetesinin, “anayasa değişikliğinin içinin boş olduğunu ve seçmenlerin büyük siyasal reklam kampanyalarıyla yönlendirildiğine dikkat çekerek, seçmenlere “bu yönlendirmeye kanmamaları” yönünde mesaj verdiği; *Cumhuriyet* gazetesinin, “yapılan değişikliklerin amacının bağımsız yargıyı ortadan kaldırarak hükümetin kendi denetiminde bir yargı kurmaya çalıştığına” dikkat çektiği; *Hürriyet* gazetesinin, yapılan anayasal değişiklikleri meşrulaştırmak için “başbakanın yüksek yargı organları üyelerine yönelik eleştirilerine” yer verdiği; *Sabah Gazetesi*’nin, ‘referandumda evet çıkması halinde ekonomide yaşanacak gelişmeleri’ ön plana çıkardığı; *Bugün* gazetesinin, Referandumda “hayır” çıkması halinde, ülkenin demokratikleşme yolunda neleri kaybedeceğine vurgu yaptığı; *Zaman* gazetesinin, referandumla darbe anayasasının önemli oranda değiştirileceğini vurguladığı; *Yeniçağ* gazetesinin, “değişikliklerle ülkenin Güneydoğu’sunda bağımsız bir ‘Kürdistan’ devleti kurulmasının hukuki zeminin oluşturulacağı” yönündeki milliyetçi görüşleri ön plana çıkardığı görülmektedir.

Gazeteler haber girişlerinde anlattıkları olayın öncelikle bir özetini, ana olayın kendisini, habere konu olan ana temayı ve haber yapılan konuyla ilgili olarak gazetenin genel ve temel bakışını vermesi açısından önemlidir (Özer, 2000:84). Buna göre *Evrensel*, *Cumhuriyet* ve *Yeniçağ* gazetelerinin farklı, ancak kendi dünya görüşleriyle uyumlu gerekçelere dayanarak “hayır” argümanını destekleyecek tarzda; buna karşılık, *Hürriyet*, *Sabah*, *Bugün* ve *Zaman* gazetelerinin de hükümetin “evet” kampanyasını destekleyecek tarzda argümanlarla olayı haber haline getirdikleri, daha doğrusu haberlerin giriş cümlelerini bu yönde oluşturdukları görülmektedir.

### **b.Haberlerin Şematik Yapısı**

Haberler bir olay hakkında tematik yapıların tanımlarından oluşur. Paragraflarda temalar ve konular hiyerarşik olarak düzenlenir. Olay içinde geçtiği tarihsel ve toplumsal bağlama yerleştirilir. Verilmek istenen temel konu çerçevesinde bir bütünlük oluşturulur. Böylece haberin söyleminin dayandığı temel konu ortaya çıkmış olur. Haber metinlerindeki farklardan hareketle, gazetelerin söylemsel farklılıkları da ortaya çıkmaktadır. Paragraflar aslında belli bir konunun haber haline getirilirken gazeteler tarafından nasıl düzenlendiğini ve böylece egemen söylemin nasıl desteklendiğini gösterir (Van Dijk, 1988a:73).

Haberlerin şematik yapısına bakıldığında ise, her haberde bir başlık, bir spot, haber metni ve fotoğraftan oluşan bir yapı olduğu görülmektedir. Şematik açıdan bütün

gazetelerin gazeteciliğin rutin pratikleri gereği benzer şematik özelliklere sahip oldukları söylenebilir. Bütün gazeteler, haber yaparken önce bir durum saptaması yapmakta, buna ilişkin ana olayı vermekte ve sonuçlar çıkarmaktadır. [Evrensel ve Cumhuriyet gazetesi hariç] gazetelerin hiç birisinin art alan bilgisine ve bağlama yer vermedikleri görülmüştür. Gerçi gazeteler 12 Eylül askeri darbesi ve sonrasında yaşanan işkence vs gibi olaylara göndermede bulunsalar da, bunu gerçek anlamda tarihsel ve toplumsal bağlamına, güç ve iktidar ilişkilerine yerleştirerek yapmamışlardır. Bu anlamda, özellikle ana-akım ve sağcı gazetelerin yeterince art alan bilgisine yer vermedikleri ve tarihsel bağlam kurmadıkları görülmüştür.

Gazetelerin olayları nasıl yorumladıklarının anlaşılmasında, başvuru olan haber kaynakları son derece önemlidir. İncelenen bütün gazeteler haberleri kendi görevlendirdikleri muhabirler aracılığıyla izlemişlerdir. Burada muhabirler aynı zamanda olayın tanığıdır. Olayı takip etmiş ve haber haline getirmişlerdir. Gazeteler ve görevlendirdikleri muhabirler, daha çok gazetenin çıkarları ve buna bağlı ideolojik konumlanışları çerçevesinde olayı haber haline getirmişlerdir. Muhabirler, kendi izlenimlerinin yanında, habere inandırıcılık kazandırmak için belirli kişilerin görüşlerine başvurmuşlardır. Bu bağlamda *Evrensel* gazetesi, EMEP, ÖDP, TKP gibi sosyalist partilerin, KESK, DİSK, TMMOB. Halkevleri, Kürt ve Alevi dernekleri gibi kuruluşların temsilcilerinin görüşlerine yer vermiştir. *Cumhuriyet* gazetesi, CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, eski Genel Başkan Deniz Baykal, Hüsamettin Cindoruk gibi, kampanyaya hayır diyen siyasetçilerle, eski YARSAV Başkanı Ömer Faruk Eminağaoğlu ve yeni başkan Emine Ülker Tarhan gibi hukukçuların, akademisyenlerin ve bazı sendikacıların görüşlerine başvurmuştur.

*Hürriyet, Sabah, Bugün ve Zaman* gazetelerinin daha çok Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, bakanlar, AKP'li milletvekilleri ile daha önce başka siyasal yapılarda yer almış, ancak seçimlerde 'Evet' veya 'Yetmez ama Evet' kampanyası çerçevesinde açıklamalarda bulunan (örn, Evet vereceğini açıklayan eski ülkücü Ramiz Ongun, eski savcı Reşat Petek vb) kişilerin ve yine evet diyen Hak-İş sendikasının (Salim Uslu gibi) temsilcilerinin görüşlerine yer vermiştir.

*Yeni Çağ* gazetesi ise, daha çok ideolojik olarak yakın olduğu MHP'nin seçim kampanyasını takip etmiş, Genel Başkan Devlet Bahçeli'nin ve önde gelen ülkücülerin ve milliyetçilerin görüşlerine yer vermiştir.

Buna göre, *Evrensel, Cumhuriyet* ve *Yeniçağ* gazetelerinin kullandıkları haber kaynaklarına bakarak, referandum sürecine eleştirel bir tarzda yaklaştıkları, buna karşılık, *Hürriyet, Sabah, Bugün ve Zaman* gazetelerinin hükümetin görüşlerine uygun kaynaklarla hükümetin ya da evet diyen kuruluşların argümanlarını destekleyecek şekilde haber kaynakları kullandıkları görülmüştür.

Bu anlamda gazetelerin ideolojilerinin/söylemlerinin ortaya çıkarılmasını sağlayan temel göstergelerden birisi de, olayın taraflarının gazetelerdeki sunumudur.

## b.2. Tarafların Sunumu

GAZETELER	TARAFLARIN Sunumu
<b>Evrensel</b>	Sendikacılar, Akademisyenler, Gazeteciler ... Hayır Diyor: Ankara’da akademisyen, emek örgütleri, binlerce üyesi olan kamu emekçileri, gazeteci ve işçi sendikaları AKP’nin “demokrasi ve özgürlükler artacak” propagandasının yalandan ibaret olduğunu anlamak için hükümetin sekiz yıllık icraatlarına bakmanın yeterli olacağını bildirdi. Halka AKP saldırganlığını durdurmak için referandumda ‘hayır’ deme çağrıları yapıldı ( 8 Eylül 2010).
<b>Cumhuriyet</b>	Ülkenin yarısını suçladı: Başbakan, 12 Eylül ruhunu daha da pekiştiren pakete ‘hayır’ diyenlerin darbeci olduğunu ileri sürdü. “Hayır” çıkarsa ekonominin kötüye gideceği tehdidinde bulunan ‘bitaraf olan bertaraf olur’ diyerek sivil örgütlere baskı uygulayan Başbakan Erdoğan, şimdi de kutuplaşmayı zirveye taşıdı. Anayasa değişikliklerine karşı çıkan yurttaşları ‘darbeci’ olarak nitelendiren Erdoğan, “Referandumda ‘hayır’ diyenler bana göre darbe anayasasını savunduklarına göre darbecidir” görüşünü dile getirdi (Cumhuriyet, 9 Eylül 2010).
<b>Hürriyet</b>	[Başbakan Erdoğan] “Biz Anayasa değişikliği için CHP ve MHP’ye gittik, kapağını bile açmadan reddettiler. Bunların derdi üzüm yemek değil bağcıyı dövmek. Ama bu bağcıya ancak millet dayak atabilir” (6 Eylül 2010).
<b>Sabah</b>	‘Tanka selam verirsiniz’. Başbakan Erdoğan Şanlıurfa’da Kılıçdaroğlu’nun sözlerini eleştirdi. Erdoğan, CHP liderinin “Darbe olursa tankın önünde dururum” açıklaması için şöyle dedi: “Bu anayasanın önünde tank olanlar hiçbir tankın önünde duramazlar. Olsa olsa selam verirsiniz. Siz özgürlüklerin önüne mayın döşediniz” (7 Eylül 2010).

<b>Bugün</b>	Milletin Darbesi: ... Halk askeri vesayete karşı demokratik darbe yaptı.... Darbe heveslilerinin hevesleri kursağında kalacaktır. Üstünlerin hukuku olmayacak . Yargı ideolojik bataktan kurtulacak” (13 Eylül 2010).
<b>Zaman</b>	“Darbeciler o gün halkın onurunu yere serdi” (12 Eylül 2010).
<b>Yeniçağ</b>	Türkiye Bölündü: Anayasa değişikliği referandumu milleti böldü. ‘Evet’ ve ‘Hayır’ cephelerinin yanı sıra bölünmenin bir başka boyutunu da BDP’nin boykotu oluşturdu ( 13 Eylül, 2010).

**Tablo-7:** 1-13 Eylül 2010 Tarihleri Arasında Gazetelerde Çıkan Haberlerde Tarafların Sunumuna ve Yorumlarına İlişkin Örnekler

Gazetelerin tarafları nasıl sunduklarına bakıldığında, *Evrensel* gazetesinin, tarafları emekçiler, emek örgütleri ve emek karşıtları olarak sunduğu, AKP ve “Evet”çi kampın emek karşıtı olduğu ve yapılan reklam ve propaganda ile emekçileri yönlendirdiği, buna karşılık emek örgütlerinin durumun farkında olduğu ve hayır çağrısı yaptığı belirtilmektedir. *Cumhuriyet* gazetesi, başbakanın ülkeyi darbeciler ve demokratlar olarak böldüğüne dikkat çekmekte ve yapılan bu tasnifi eleştirmektedir. *Hürriyet Gazetesi*’nin, başbakanın açıklamalarına dayanarak ülkenin demokratikleşmesini isteyen hükümet ve onu engelleyen muhalefet karşıtlığı içinde tarafları sunduğu; *Sabah* gazetesinin de başbakanın beyanatlarına dayanarak hükümeti darbe karşıtı ve özgürleşmeci, buna karşılık muhalefeti darbeci olarak yansıttığı; *Bugün* gazetesinin darbeciler ve halk/millet karşıtlığı içerisinde, vesayet sahiplerini darbeci ve onlara direnen halk/millet karşıtlığı içerisinde sunduğu; *Zaman* gazetesinin de darbeciler ve halk karşıtlığına vurgu yaptığı; *Yeniçağ* gazetesinin ise hükümetin referandum yaparak toplumu ‘evet’çi, ‘hayır’cı ve ‘boykot’çu şekilde üçe böldüğü yönündeki vurgusu dikkat çekmektedir.

Buna göre, CHP sahildekilerin partisi, AKP, Anadolu’nun partisi, BDP, Kürtlerin Partisi şeklinde siyasal bir kamplaşma doğmuştur. Başbakan’ın, “Bitaraf olan bertaraf olur”, “Hayır diyenler darbecidir”; “Hayır diyenin ya aklından bir zoru vardır ya da vatan sevgisiyle ilgili bir sıkıntısı”. “Yargıda dedelerden [Burada adalet eski bakanlarından Seyfi Oktay’ı kastetmiştir] talimat alma devri bitti” sözleri de bunda etkili olmuştur (Batum, 2010:9) Kamplaştırıcı bir yaklaşımla “biz ve onlar” ayrılığı yaratılarak seçmenlerin kendilerini ideolojik olarak konumlandırılmaları sağlanmaktadır. Zaman, Bugün, Sabah ve Hürriyet gazeteleri başbakanın bu ayrıştırıcı üslubunu destekler tarzda (ya da en azından eleştirmeden) yayın yapmaktadırlar. Özellikle Cumhuriyet ve

Yeniçağ, ayırıştırıcı ve bölücü olarak değerlendirdikleri bu yaklaşıma eleştirel şekilde yaklaşmışlardır. Evrensel gazetesi de ideolojik yönelimi gereği emekçiler ve emekçi karşıtlığı şeklinde sınıfsal ayrıma ve karşıtlığa vurgu yapmaktadır.

Medya söyleminin oluşturulmasının bir unsuru da bireylerin, toplumsal grupların, sınıfların ve azınlıkların temsil edilme biçimidir (Van Dijk, 1993). Buna göre, egemen ideoloji ve söylem genellikle biz ve onlar karşıtlığına dayalı olarak kurulur. İktidarlar ya da egemenler, kendi egemenliklerine karşı muhalefet eden ve direnen kişi, grup ve örgütleri sapkın ve güvenilmez olarak sunarak onları gözden düşürürler. Böylece egemenler, kendilerini meşru hale getirirler. Referandum sürecine ilişkin haberlerde de Hürriyet, Sabah, Bugün ve Zaman gazetelerinden oluşan ana akım medyanın AKP tarafından yaratılan [meşru ve doğru] “biz” (demokrat, baskıya ve vesayet rejimine direnen, toplumsal refahı artırmaya çalışan, Sünni, evet diyen, vatansever, akıllı vs) ve [sapkın ve yanlış] “onlar” (anti demokrat, baskıcı, vesayet rejiminden yana, toplumun gelişmesine ve zenginleşmesine karşı olan, Alevi, hayır diyen, vatanını sevmeyen, akılsız) şeklindeki anlayışı söylemsel olarak yeniden ürettikleri görülmektedir. Buna göre medya neyin normal neyin sapkın olduğunu tanımlamaktadır. Medya egemenleri ve ayrıcalıklı konumda olanları sıklıkla güçlü konumda gösterirken, muhalifleri marjinalize ederek önemsizleştirir. Marjinalize olanlar aynı zamanda toplumsal uzlaşının dışında konumlandırılarak değersizleştirilir (Shoemaker ve Reese, 1996:46-7).

Bu yaklaşım, aynı zamanda neyin/kimin ahlaki ya da gayri ahlaki olduğunun ipuçlarını da vermektedir. Böylece, iktidarın kendisine atfettiği olumlu değerler üzerinden bir toplumsal uzlaş sağlanmaktadır. Bu anlayışta egemenleri temsil eden “biz” kavramsallaştırması her türlü müspet çağrışımın taşıyıcısı olarak kurulurken, onlar olarak kurulan muhalif güçler her türlü menfi değerın taşıyıcısı haline gelir. Böylece güç ve iktidardan yoksun olan muhalifler, söylem mücadelesinde bir kez daha dezavantajlı hale gelir. Bu anlamda, dilin sadece fikirleri taşıyan yansız bir araç olmadığı, iktidar ilişkileri tarafından dilin egemen fikir, düşünce ve söylemleri taşıyacak şekilde biçimlendirildiği görülmektedir.

Haber yapımında kullanılan kelime, cümle, haber başlığı ve haber spotlarında verilmek istenen düşüncelere bütünsel olarak bakıldığında, incelenen gazetelerin her birinin genel söylemi ortaya çıkmaktadır. Söylem, temel argümanlardan ve bunları destekleyen görüş ve öneriler yardımıyla oluşturulur.

## 1.2. Metnin Bütünü (Genel Söylemsel Düzey):

GAZETELER	METNİN BÜTÜNÜ ( GENEL SÖYLEM)
Zaman Bugün Sabah Hürriyet	<p><b>Söylem-1-(Evetçi Kamp):</b> Bu kampta başta hükümeti oluşturan AKP olmak üzere, BBP, Saadet Partisi ve HAK-Par yer almaktadır. Bunların görüşüne göre, 1982 Anayasası bir darbe anayasasıdır. Demokrasinin ve Avrupa Birliğine girme yolunda demokratikleşme çabalarının önünde bir engeldir. Bu durum, küresel sermayenin Türkiye’ye gelmesini ve gelişmemizi olumsuz yönde etkilemektedir. Bu anayasayı savunanlar statükocu ve darbe anayasasının savunucuları, darbeci zihniyetin sahipleridir. Eğer halk referandumda “evet” derse darbe anayasası değişmiş olacak ve bunun sonucunda demokrasi gelişecek ve halk özgürleşip zenginleşecek. Dolayısıyla, bu anayasa değişiklik paketi ile [eğer evet çıkarsa] bütün sorunlar çözülecek. Hayır çıkarsa, darbeci zihniyet statükocu yapıyı sürdürecektir ve böylece demokrasi ve ekonomi geriye gidecek ve halk daha da yoksullaşacaktır.</p> <p><b>Söylem-1’in Özü:</b> Anayasa değişikliği demokrasiyi geliştirecek ve böylece toplumsal refahın artmasını sağlayacaktır.</p>
E v r e n s e l, Cumhuriyet Yeniçağ	<p><b>Söylem II- (Hayırcı Kamp):</b> Bu kampta yer alan CHP, MHP, DP, İP, TKP, gibi siyasi partilerin savunduğu “Hayır”cı cephenin gerekçesi, AKP’nin gizli bir siyasal gündemi olduğu ve yapacağı Anayasa değişikliği ile kendi denetiminde olmayan Yüksek yargıyı ele geçirerek özellikle Anayasa Mahkemesi ve HSYK’nın (Hakimler ve Savcılar Yüksek Kurulu) yapısını değiştirerek yargıyı da kendi denetimine alarak daha otokratik ve baskıcı bir rejim kuracağı savı oluşturmaktadır. Bu bağlamda, AKP’nin gerçekleştirmeyi düşündüğü çalışmaların Anayasa Mahkemesinden ve yüksek yargıdan dönmemesi için o kurumların yapısını değiştirmeye yönelik bir faaliyet olduğu ve böylece özü itibarıyla bir Amerikan projesi olan ılımlı İslam ve BOP’un (Büyük Ortadoğu Projesi) hayata geçirilmesinin önündeki engellerin ortadan kaldırılacağı (Zileli, 2010) yönündeki argümana vurgu yapılmaktadır.</p> <p><b>Söylem-II’nin Özü:</b> Yürütme yargıyı kendini bağlamak istiyor. Bu açıdan AKP sistemi değiştirecek, bunun için gizli bir gündemi var, kendi önünde engel olarak gördüğü “bağımsız” yargının yapısını değiştirmek istiyor.</p> <p>Bu kampta, Cumhuriyet ve Yeniçağ gazetesi ile kısmen Evrensel gazeteleri yer almaktadır. Ancak her üç gazetenin kendi ideolojik kodlarına göre farklı gerekçeleri vardır.</p>

(Kısmen) Evrensel	<p><b>Söylem III- (Boykotçu Kamp):</b> Siyasal yaşamda BDP tarafından temsil edilen ve daha çok Güneydoğu ve Doğu Anadolu Bölgesinin Kürt nüfusunun yoğunlukta olduğu yerleşim birimlerinde referandum seçmenlerce, BDP'nin çağrısı üzerine, boykot edilmiştir. “Boykot”çu cephe olarak kavramsallaştırılan bu grubun söylem düzeyindeki yaklaşımı şöyledir.</p> <p><b>Boykotçu Söylem-III:</b> “[BDP olarak] Bizim [ve temsil ettiğimiz kitlenin] demokratikleşme yönünde birtakım taleplerimiz ve beklentilerimiz vardır. Bu referandumla, seçim barajı % 10'dan aşağı çekilmemiştir ve “Kürt sorunu” konusunda bir reform yapılmamaktadır (Sönmez, 2010:13). Dolayısıyla, mevcut anayasa değişiklik paketinde bizim beklentilerimiz yönünde bir değişiklik olmadığı için referandumu boykot ediyoruz”.</p> <p><b>Söylem-III'ün Özü:</b> “Anayasa değişikliklerinde bizim taleplerimiz yer almıyor. Dolayısıyla Referandum bizi ilgilendirmez, onun için referandumu boykot ediyoruz”.</p>
----------------------	--

**Tablo-8:** 1-13 Eylül 2010 Tarihleri Arasında Gazetelerde Çıkan Haberlerin Söylemi

Referandum sonucunda, başta hükümet olan AKP, SP, BBP ve Hak-Par tarafından desteklenen evet oyları % 58, CHP, MHP, DP, DSP, BTP, İP, TKP, tarafından desteklenen hayır oyları % 42 oranında gerçekleşti. BDP ise kendi seçmenine referandumu boykot çağrısında bulundu ve büyük oranda Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinin belli bölgelerinde referanduma katılım oranı oldukça düşük düzeyde gerçekleşti. Türkiye genelinde ise referanduma katılım % 77 olarak gerçekleşti (Zaman, 13 Eylül 2010).

Buna göre, referandumda evetçi, hayırcı ve boykotçu olmak üzere üç cephenin olduğu görülmektedir. Daha ziyade “Kürt’lerin” partisi olduğu iddia edilen BDP referandumu boykot ederken, diğer siyasi görüşler “evet” ya da “hayır” şeklinde kutuplaşmışlardır. Referandum da daha çok serbest piyasacı ve İslamcı ya da Türk İslam sentezi olarak kavramsallaştırılabilecek neo-muhafazakar partiler ve gruplar evet derken, ulusalcı, milliyetçi ve solcu gruplar referandumda hayır cephesini oluşturmuşlardır. Evet cephesini ve hükümetin argümanlarını söylemsel olarak destekleyen gazetelere bakıldığında bu kampta başta *Zaman*, *Bugün*, *Sabah* ve kısmen de olsa *Hürriyet* gazeteleri yer almaktadır. Cumhuriyet, Yeniçağ ve Evrensel gazeteleri ideolojik ve söylemsel olarak “hayır”cı kampı desteklemişlerdir. Evrensel gazetesinde “hayır” oyu verilmesi yönünde bir anlayış egemen olmakla birlikte, Kürtlerin “boykot” söylemine de bu gazete duyarsız kalmamıştır.

Gazetelerin, 12 Eylül referandum sürecini haber yaparken benimsedikleri söylemsel düzeye bakıldığında, ana akım gazetelerin (*Hürriyet*, *Sabah*, *Bugün*, *Zaman*) hükümetin/iktidarın söylemini benimsediği ve haberlerini bu söylem doğrultusunda inşa ettiği görülmektedir. Gazetelerin söylemleriyle toplumsal güç ve bağlam ilişkilerine bakıldığında, iktidarın haber söylemlerini biçimlendirdiği görülmektedir. Bu biçimlendirmede ekonomik ve siyasal güç ilişkilerinin ve buna bağlı ideolojik



yönelimlerin belirleyici olduğu söylenebilir. Örneğin, hükümeti kuran siyasal parti olan AKP, Hürriyet, Sabah, Bugün ve Zaman gazetelerine siyasal propaganda süresince neredeyse her gün tam sayfa ‘evet’ çağrısı yapan ilanlar vermiştir. Ayrıca ana akım gazetelerin iç sayfalarında egemen ekonomik grupların reklam ve ilanlarının yoğun bir şekilde yer aldıkları ilk bakışta göze çarpmaktadır. Buna karşılık Cumhuriyet gazetesine ise CHP tarafından ‘hayır’ ilanları verilmiştir. Evrensel ve Yeniçağ gazetelerinde ise bu tip ilanlara rastlanmamıştır.

Gazete haberlerinin içeriğini oluşturan egemen ideoloji ya da söylem, toplumsal eşitsizlikleri (egemenlerin ya da iktidar sahiplerinin kendi konumlarını) sürdürmeye yarayan dünya görüşleri ve pratikleri harekete geçiren organize edilmiş inanç setleri (Wooffitt, 2006: 140), sosyal bir boşlukta gerçekleşmez. Mesajların o şekilde oluşmasını sağlayan iktidar ilişkileridir. Bu anlamda iktidar sahipleri ekonomik, siyasal, kültürel ve sembolik kaynaklar üzerindeki egemenlikleri sayesinde kendi ayrıcalıklı konumlarını sürdürecektir şekilde ideolojik yeniden üretimin koşullarını oluşturmaktadırlar. Buna göre AKP, sahip olduğu ekonomik ve siyasal koşullar sayesinde referandum sürecinde ana akım medyada kendi söyleminin haber formatında yeniden üretimini sağlamıştır. Yani haber yapımında kullanılan dil bile iktidar ve güç ilişkileri tarafından belirlenmektedir. Buna göre medya içerikleri bir güç ve iktidar mücadelesi alanıdır ve kaynakları kontrol edenlerin kendi egemenliklerini kurma ihtimalleri bu kaynaklardan dışlananlara (örneğin, muhalefete) göre daha fazladır. Egemenlik altında bulunanların söylemsel mücadeleye katılmaları sınırlandırılmaktadır.

Tuen A. Van Dijk’a göre (1993), [medya içeriklerinin söylemi], içeriğin üretildiği, toplumsal bağlamdaki güç ve iktidar ilişkilerini yansıtır. Sembolik bir söylemsel form olan medya ile iktidar arasında doğrudan bir ilişki vardır. Kaldı ki medya iktidar ilişkilerinin bir parçasıdır. Hükümetler ya da egemen siyasal aktörler medyayı etkin bir şekilde kullanarak kendi egemenliklerini kurarlar. Bu anlamda iletişimsel içerikler, egemen söylemin kurulmasını sağlarlar. Referandum sürecine ilişkin haberlerin bütünsel söylem yapılarına bakıldığında, referandum sürecinde hayır oyu kullanacak olanların darbeci, demokrasi ve refah karşıtı olarak kurulması, AKP’nin söylemine uygun bir toplumsal uzlaşımın yaratılmasını sağlamıştır. AKP, sadece bir parti değil, toplumdaki yeni egemen sınıf olan muhafazakar sermaye bloğunun yani egemen sınıfın bir temsilcisidir. Dolayısıyla referandumla aslında kendinden önceki iktidar yapısının yerleşik hukuk anlayışını değiştirerek kendisinin ve temsil ettiği bloğun gücünü pekiştirmeye çalışmaktadır. Eski güç sahiplerinin askeri vesayete dayanan, seçkin, anti demokratik ve baskıcı bir güç bloğu olarak tanımlanması, AKP’nin bu güçlere karşı mücadele eden vesayet karşıtı, demokratik, seçkin olmayan (yani halkın temsilcisi) ve demokratik bir hükümet olduğu söyleminin topluma yayılmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda Van Dijk’ın yukarıda anılan yaklaşımına dayalı olarak haberlerin makro yapıları, egemen söylemin kurulmasını sağlayan ve tartışmanın nasıl ortaya konulacağını belirleyen yapısal unsurlardır. Buna göre metin yapıları, egemen argümanlar ve onları destekleyecek iddiaların sistemli bir şekilde örülmesi ile gerçekleşir. Türkiye’deki ana akım medya incelendiğinde referandum sürecine ilişkin haberler bağlamında Van Dijk’ın bu iddiasının doğrulandığı görülmektedir.

## B.Haberlerin Mikro Yapısı

Van Dijk (1988)'a göre, haberlerin “mikro yapıları”na bakıldığında, bu yapıların hem metni oluşturan cümlelerin dilbilimi açısından (gramer) cümlelerin aktif/pasif ve basit/karmaşık olma durumlarına göre hem de anlamsal bakımdan incelenmesidir. Anlamın yaratılmasında cümle içinde ve birbirini takip eden cümleler arasında kurulan nedensellik, işlevsellik ilişkileri ve yapılan referanslar önemlidir. Bunun yanında kullanılan kelimeler, haberi desteklemek için kullanılan fotoğraflar gibi habere inandırıcılık kazandıran tanıklar ve somut bilgiler de, haberin mikro yapısının analizinde kullanılmaktadır.

### a. Gramer Yapılarının Çözümlemesi

Gramer yapılarının analizinde ilk unsur, kurulan cümlelerin aktif ya da pasif olmasının incelenmesidir. Çünkü cümlenin aktif olması, dilsel açıdan özneye güç atfedildiğini gösterir. Eğer özne gizlenmek ya da güçsüz düşürülmek isteniyorsa, özne gizlenir ve cümle pasif yapılı. İncelenen gazete haberlerinde gazetelerin genellikle kendi destekledikleri ideolojik görüşü aktif cümlelerle vurguladıkları görülmektedir.

Örneğin,

...emekten yana siyasi partiler, emek ve meslek örgütleri işçiler, memurlar, “Hayır Mitingi’nde” buluştular (Evensel, 6 Eylül 2010).

Hükümet kendine bağlı HSYK için şimdiden kolları sıvadı (Cumhuriyet, 11 Eylül 2011).

Dışişleri Bakanı Ahmet Davutoğlu: “Referandumdan evet çıkacağından eminim” (Hürriyet, 11 Eylül 2010).

Başbakan Erdoğan, “Biz ileri demokrasiye geçiyoruz” (Sabah, 10 Eylül 2010).

Cümle yapılarına bakıldığında zaman zaman karmaşık cümleler kurulsa da genellikle gazeteler tarafından anlaşılabilirlik düzeyi yüksek basit cümleler tercih edilmektedir. Evrensel ve Cumhuriyet gibi solda yer alan gazetelerde daha karmaşık cümleler yer almasına karşın Hürriyet, Sabah, Bugün, Zaman ve Yeniçağ gazetelerinde daha basit cümlelerin ağırlıkta olduğu görülmektedir.

Haber metinlerinin egemen söylemi oluşturmada başvurdukları önemli unsurlardan birisi de haberin içsel tutarlılığıdır. Bunu sağlamak için de metni oluşturan cümleler arasında ya nedensellik ilişkisi ya işlevsel ilişki kurulur ya da referanslara başvurulur. Bu bağlamda, incelenen bütün gazetelerin kendi içerisinde tutarlı olarak ileri sürdükleri argümanları destekleyecek şekilde haber metnini oluşturdukları görülür.

Başbakan Erdoğan, “[İleri demokrasiyle birlikte] ekonomi de ileri ekonomiye geçecek. ‘Hayır’” oyu küresel sermayenin girişini erteler” dedi (Sabah, 10 Eylül 2010).

Başbakan Erdoğan, “Evet çıkmazsa yarıdan ürken yabancı sermaye gelmez” (Bugün, 3 Eylül 2010).

Milliyetçi oylara göz diken Erdoğan’ın maskesini Diyarbakır mitinginde yapacağı

konuşma düşürecek (Yeniçağ, 3 Eylül 2010).

Örneklerde de görüldüğü üzere, haber cümleleri birbirini takip eden argümanlar arasında nedensellik ilişkisi kurmaktadır. Yeniçağ'daki haberde de görüleceği üzere, mantıksal çıkarım için Başbakan'ın Diyarbakır'da yapacağı konuşmaya referans yapılmaktadır.

Mikro yapının önemli unsurlarından birisi de gazetelerin haber yaparken kullandıkları kelimelerin seçimidir. Kelimeler de gazetelerin söylemlerinin anlaşılması için önemlidir.

### b. Seçilen Kelimeler

Kelimeler, içerik [ve] söylem analizinde kullanılan en küçük birimdir. Her kelime aynı zamanda bir ideolojik semboldür. Belli kelimelerin belli sıklıkta kullanılması, gazetelerin ideolojik yaklaşımlarının temel kodlarını oluşturmaktadır. Bir dizi temel sembollerin sıklığı, gazetelerin ideolojik konumlanışlarını açıkça ortaya koymaktadır (Berelson, 1984:136-37). Örneğin, *Evensel* gazetesinde “işçi, emekçi”, *Cumhuriyet* gazetesinde “baskı”, “şantaj”, “tehdit”, *Hürriyet* gazetesinde, “demokrasi/demokratikleşme”, *Sabah* gazetesinde “statüko ile hesaplaşma”, *Bugün Gazetesi* 'nde “darbe anayasası”, *Zaman* gazetesinde “vesayet”, *Yeniçağ* gazetesindeki “bölünme” gibi kavramlar doğrudan gazetelerin ideolojilerinin ipuçlarıdır. Bu kavramların her birisi ideolojik konumlanışı tanımlamak için ikili karşıtlıklar içerisinde işler. Yani gazeteler, kendi konumlarını, düşmanlarını ya da karşıtlarını tanımlayarak ortaya koyar ya da tam tersi önce karşıtlarını tanımlayarak kendi ideolojik konumunu belirtir (Krippendorf, 1980). Böylece gazetelerin siyasal söylemi ortaya çıkar. Örneğin, “emekçi/kapitalist” (*Evensel*); “Bölücü/vatansever” (*Yeniçağ*); “vesayetçi/özgürlükçü” (*Zaman*, *Sabah*, *Bugün*, *Hürriyet*) şeklinde. İncelenen gazetelerin yaklaşımı bu durumu doğrulamaktadır.

Seçilen kelimeler, doğrudan olayların tarafı olan kişi ve kurumların tanımlanmasını ve yaftalanmasını [da] içerir. *Evensel* gazetesi “aldatmaca” kelimesini kullanarak AKP'nin işçi sınıfını aldattığını ve hükümetin “aldatıcı” olduğunu; *Cumhuriyet* ve *Yeniçağ* gazeteleri “bölünme” kelimesini kullanarak hükümetin “bölücü” olduğunu; *Hürriyet*, *Sabah*, *Bugün* ve *Zaman* gazeteleri ise hayır diyenler için “statüko” ve “statükocu” kavramlarını kullanırken AKP için “demokratikleşme” ve “demokratikleştirici”, “vesayet rejimiyle mücadele” ve “mücadeleci” tanımlamalarını kullanarak kendi söylemlerinin ipuçlarını vermişlerdir.

**d. Haberin Retoriği :** Van Dijk (1988)'a göre, Retorik habere gerçeklik ve inandırıcılık katan unsurlardır. Olayın gerçek olduğunun kanıtı olan kişi, olay, yer, zaman ve tarihler ve kullanılan fotoğraflar haberde inandırıcılığı sağlayan unsurlardır. Bu açıdan haberlerde kullanılan fotoğraflar ve fotoğraf altı yazılar, haberin inandırıcılığında [retoriğinde] önemlidir. Yukarıda nicel bulgular kısmında gösterildiği üzere, incelenen gazetelerin hepsinin haberde inandırıcılığı sağlamak üzere, fotoğraf unsuruna yoğun bir şekilde başvurdukları görülmektedir. Bu anlamda, resim altı yazılar da fotoğrafla birlikte haberin inandırıcılığını artırmaya yönelik ve resimlere ilişkin açıklamaların yapıldığı yardımcı unsurlardandır.

## 1. Fotoğraf Kullanımı ve Resim Altı Yazılar

GAZETELER	RESİM ALTI YAZILARI
<b>Evrensel</b>	Timsah Gözyaşlarıymış: Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, 20 Temmuz tarihli grup toplantısında, 12 Eylül sonrasında idam edilenleri anlatırken göz yaşlarını tutamamıştı. Erdoğan, konuşmasında Necdet Adalı'dan bahsetmiş, Adalı için yazılmış olan ve Ahmet Kaya'nın seslendirdiği Şafak Türküsü'nü okumuştur. Erdoğan idam edilen Mustafa Pehlivanoglu'nun annesi ve babasına yazdığı mektubu okurken göz yaşlarını tutamamıştı (3 Eylül 2010).
<b>Cumhuriyet</b>	Baykal: "Evet ülkeyi karpuz gibi ikiye böler" (10 Eylül, 2010).
<b>Hürriyet</b>	Erdoğan, Ankara'da AK Parti'ye katılanların rozetlerini taktı (5 Eylül 2010).
<b>Sabah</b>	'Hayır Çıkarsa Travma Olur'. Başbakan Erdoğan, TV 8'de "Sandıktan hayır çıkarsa dünyanın sonu değil. Ancak demokrasi ciddi bir travma geçirir. Ekonomide de ciddi bir travma olur. Çünkü ekonomide prangalarla çalışıyoruz" (3 Eylül 2010).
<b>Bugün</b>	"Evet çıkarsa çeteler bitecek: Kanaltürk'e konuk olan Erdoğan, referandumdan 'evet' çıkmasının çetelerle mücadelede önemli kırılma noktası olacağını söyledi. YARSAV'ın çıkışları ve Yargıtay'daki ses kayıtlarını eleştiren Erdoğan, YARSAV'dan sonra bir de çeteler var. Müşterek çalışıyor. 'Evet' çıkarsa çetelerin biteceğini biliyorlar" dedi (3 Eylül 2010).
<b>Zaman</b>	"Kralların değil, kuralların hukuku için evet bekliyoruz. Başbakan halka şöyle seslendi: "Kralların değil, kuralların hukuku için 'evet' bekliyoruz. 12 Eylül'de çocuklarınızın geleceğini oylayacaksınız. Statükoyla geleceğiniz arasında tercih yapacaksınız. Sizden Türkiye için evet demenizi bekliyorum" (1 Eylül 2010).
<b>Yeniçağ</b>	'Gerekirse papaz elbisesi dahi giyerim' diyen başbakan Erdoğan, Papa heykeli önünde AB'ye teslimiyet zaptını imzalamış, Yahudilerin madalya verdiği ilk Müslüman lider olmuştu (1 Eylül 2010).

Tablo-9: 1-13 Eylül 2010 Tarihleri Arasında Gazetelerde Çıkan Resim Altı Yazılardan Örnekler

Metinler sadece yazılı materyallerden oluşmaz, habercilikte kullanılan görsel işitsel materyaller de birer metindir. Çünkü görüntüsel göstergeler de anlam yaratma sürecinin bir parçasıdır. Bu bağlamda resimler, haberleri destekleyen en önemli araçlardır. Resimler ve resim altı yazılar egemen söylemin oluşmasına hizmet ederler (Barker, 2008:11). Resim altı yazılarına bakıldığında, *Evensel* gazetesinin, Başbakan'ın 12 Eylül'de idam edilenleri anarken döktüğü gözyaşlarının timsah gözyaşları olduğu ve referandumda oy kullanacak 12 Eylül mağdurlarından herkesi etkilemeye yönelik bir davranış olduğuna dikkat çektiği; *Cumhuriyet* gazetesinin referandumun ülkeyi böleceği yönündeki CHP eski Genel Başkanı Deniz Baykal'ın demecine yer verdiği; *Hürriyet* gazetesinin, Başbakan'ın kendi partisine katılanlara rozet taktığı yönündeki bilgiye yer vererek AKP'nin yoğun ilgi gördüğü düşüncesini yarattığı; *Sabah* gazetesinin, 'Hayır' çıkması halinde demokrasinin ve ekonominin travma yaşayacağı şeklindeki Başbakan'ın açıklamalarına vurgu yaptığı; *Bugün Gazetesi*'nin, ülkede çeteler olduğunu hatta bunların [yüksek] yargıyı bile kontrol ettikleri, evet çıkması halinde ülkedeki çetelerin biteceği yönündeki Başbakan'ın demecine yer verdiği; *Zaman* gazetesinin ise referandumla statükonun değişeceği, halkın kendi hukuk kurallarını kendi yapacağı ve böylece gelecek nesillerin önünün açılacağı şeklindeki Başbakan'ın açıklamalarını verdiği; *Yeniçağ* gazetesinin ise, Başbakan'ın gerekirse 'papaz elbisesi giyeceği' yönündeki açıklamasına dayanarak Başbakan'ın AB ve Yahudiler tarafından desteklendiğine vurgu yaparak referandumda hayır denilmesi için bunları gerekçe göstermekte ve AB ve Yahudi karşıtlığına vurgu yapan milliyetçi bir ideolojiyi ön plana çıkardığı görülmektedir.

"Haber" olgusunun kendisi politik bir faaliyettir. Çünkü olayları ve olguları politik olarak tanımlar, ancak medya hükümet ve diğer toplumsal kurumlara göre ikincil tanımlayıcı konumundadır. Çünkü olaylara ilişkin tanımlamayı önce diğer kuruluşlar ve politik kişiler yapar. Medya onların tanım ve açıklamalarına dayanarak ideolojik bir inşa gerçekleştirir. Böylece medya, seçimle gelen ve halkın temsilcisi olan hükümetin açıklamalarını kullanarak kamuoyunun sesi olma ve kamuoyunun terim, kavram ve deyimlerini kullanarak uzlaşım bakış açısının güçlendirilmesini sağlayarak egemen ideolojiyi yeniden üretmektedir. (Woollacott, 1982:109). *Hürriyet*, *Sabah*, *Bugün* ve *Zaman* gazetelerinin resim altı yazılarında daha çok AKP'nin mitinglerinin resimlerine ve dolayısıyla da Başbakan'ın açıklamalarına dayandığı görülmektedir. Buna karşın *Evensel* ve *Yeniçağ* gazeteleri daha çok kendi yaklaşımlarını ön plana çıkarırken *Cumhuriyet* gazetesi, CHP eski lideri Deniz Baykal'ın açıklamalarına yer vermiştir. Bu durumda yapılan ideolojik mücadelede ana-akım medya olarak değerlendirilebilecek medyanın hükümetin [Başbakan'ın] açıklamalarını doğru ve meşru ilan ettiği görülmektedir. Bu durumda hükümete karşı eleştirel olan gazetelerin dezavantajlı bir konumda olduğu söylenebilir. Çünkü, Van Dijk (1999:345)'ın da belirttiği gibi, gazeteler iktidar seçkinlerinin çıkarına olan enformasyonu seçerek yayarken, onların aleyhine olan enformasyonu görmezden gelerek iletişimsel süreçlerin egemenlerin çıkarına tarafgir olmasını sağla[yabili]r.

## 2.İnandırıcı Bilgiler: Kanıtlar ve Tanıklar

Van Dijk (1988)'a göre, haber metinleri, belli bir muhabirin izlenimleri ve bu izlenimleri kanıtlamak için çektiği fotoğraflardan ve zaman zaman görüşlerine başvurduğu tanıklardan oluşur. İlk tanık muhabirin kendisidir. İkinci tanık kamera ve fotoğraflardır. İncelenen haber metinlerinin hepsinde de tanık olarak muhabirin yaptığı habere, olayın doğruluğunu göstermek için fotoğraflara ve zaman zaman da görüşlerini aldıkları tanıklara dayandıkları görülmektedir. Bu bağlamda her gazetenin kendi ideolojik duruşuna uygun açıklama yapan kişilerin [siyasetçi, sendikacı, hukukçu, akademisyen, meslek kuruluşları temsilcileri vb] görüşlerine başvurdukları görülmektedir. Örneğin, “Yargıçlar ve Savcılar Birliği Başkanı Emine Ülker Tarhan, anayasa değişikliği paketi oylanmadan Adalet Bakanlığı’nın HSYK’ye birinci sınıf hakim ve savcı kontenjanından seçilecek üyeler için çalışma başlattığını bildirdi” (Cumhuriyet 11 Eylül 2010). Ya da “Referandumda sayılı günler kala Başbakan Erdoğan’dan çok önemli uyarılar geldi” (Bugün, 3 Eylül 2010) gibi. Böylece gazeteler kendi ideolojik yönelimlerine göre farklı tanıkların/tafaların görüşlerine başvurmaktadırlar. Ayrıca referandum sürecinde miting yapılan yer isimleri (örn, Miting için Ağrı’ya giden Erdoğan uçakta ...)” (Bugün, 3 Eylül 2010) ya da Emekten yana siyasi partiler, Ankara’daki “hayır mitinginde buluştular” (Evrensel, 6 Eylül 2010) ya da miting düzenleyen parti (AKP, CHP, MHP, BDP gibi) ve lider (R. Tayyip Erdoğan, Kemal Kılıçdaroğlu, Devlet Bahçeli, Selahattin Demirtaş) isimlerine ya da miting tarihlerine ve günlerine (6 Eylül ya da geçtiğimiz cumartesi) yer vererek haberde gerçeklik duygusu yaratmaya çalıştıkları görülmüştür.

## Sonuç ve Değerlendirme

Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP), 2002 yılında iktidara geldikten sonra, Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne girmesi için demokratikleşme ve uyum çalışmaları başlığı altında yeni pek çok yasal ve anayasal değişiklik yapmıştır. Bu çalışmalardan en önemli boyutlarından birisi de 12 Eylül darbesinin 30. yıldönümünde yani 12 Eylül 2010 Pazar günü 1982 anayasasının 26 maddesinin halkoylaması sonucu değiştirilmesidir. Böyle bir olay, Türkiye’deki yazılı basın için önemli bir haber konusudur. Bu bağlamda Türkiye’de farklı mülkiyet ilişkileri ve ideolojik konumlarına göre gazeteler (Evrensel, Cumhuriyet, Hürriyet, Sabah, Bugün, Zaman ve Yeniçağ), bu olayı farklı ideolojik kodlarla okuyucularına duyurmuşlardır. Adı geçen gazetelerin 1-13 Eylül 2010 tarihleri arasında ilk sayfalarında yer alan haberlerin ideolojik içerik/söylem analizi tekniği ile incelenmesi sonucunda elde edilen bulgulara göre, haberler, haberlere konu olan siyasal duruşlara (Evet/Hayır/Boykot) göre ideolojik olarak biçimlenmiştir. Bu duruşlara göre haberleri sunan gazeteler, duruşlarını hayır veren, evet veren ya da boykot eden siyasal yaklaşımların argümanlarına göre meşrulaştırmışlardır. Bu konuda Türkiye’deki İslamcı sağcı basınla liberal gazetelerin (ki bu incelemede seçilen Zaman, Bugün, Sabah ve Hürriyet), ideolojik anlamda bir ittifak içinde hareket ettikleri ve anayasa değişikliği için yapılan referandumda evet oyu verilmesi yönünde bir ideolojik duruş sergiledikleri ve haberleri bu bağlamda yansıttıkları görülmektedir. Bu gazetelerin hepsi aynı sertlikte ve

kararlılıkta olmasa da ideolojik olarak hükümetin ve referandumda evet denilmesi için çalışan muhafazakar ve liberal kanadın argümanlarına dayanarak haberlerinin söylemini oluşturmaktadır. Bu yaklaşıma göre, Türkiye’de seçkinlerin (ordu, yargı, üniversiteler vb) vesayeti altında bir rejim var. Bu rejim statükocu ve değişime karşı dirençlidir. AKP, Avrupa Birliği’ne uyum süreci ile birlikte bu yapıyı değiştirmekte ve halkın talepleri doğrultusunda daha demokratik bir rejim kurmaktadır. Böylece Türkiye değişmekte ve Avrupa Birliği’nin hukuk normlarına uygun daha evrensel ve insancıl bir hukuk sistemine kavuşmaktadır. Bunun sonucunda Türkiye’ye, özelleştirmeler neticesinde, daha çok küresel sermaye akışı olacak, böylece ülke hem zenginleşecek hem de demokratikleşmiş olacağı için halk daha mutlu yaşayacaktır. Buna göre, AKP, zaten Ergenekon davası ile de ülkedeki derin devleti çözmekte ve tasfiye etmekte böylece daha şeffaf bir yönetim anlayışı getirmektedir. Çünkü Türkiye’deki baskıcı rejimin sebebi bu darbeci/diktacı zihniyettir. Hatta liberaller mevcut değişikliği bile yetersiz bularak, “Yetmez ama evet!” diyerek bu değişimi desteklemişlerdir.

Buna karşılık Evrensel, Cumhuriyet ve Yeniçağ gazeteleri de kendi ideolojik konumlanışlarına göre farklı gerekçelerle “hayır” argümanını destekleyecek tarzda haber yapmışlardır. Ancak referandum sonucunda evet oylarının daha fazla olması ve anayasanın bazı maddelerinin hükümetin istediği yönde değiştirilmesiyle, hükümetin söyleminin ve onu destekleyen gazetelerin söylemlerinin topluma egemen olduğu görülmektedir.

Gazetelerin, AKP tarafından yapılan yasal/anayasal düzenleme ve değişiklikleri yaygınlaştırmak için vatandaşın rızasını üretecek şekilde referandum sürecine ilişkin haber yaptığı görülmüştür. Böylece, medyanın siyasal ve kültürel pratiklerinin bir parçasını oluşturan haberler aracılığıyla egemen sınıfın çıkarları gerçekleştirilmiştir. Buna göre, medyanın ürettiği egemen söylem/ideoloji, toplumsal gerçekliklerin çıkarlara bağlı olarak yeniden inşa edilmesi sürecidir (Van Dijk, 1999:339-40).

Bu süreçteki söylemsel mücadele aslında söylemin kurallarını ve terimlerini denetlemek için verilen bir mücadeledir. Söylem mücadelesi, muhaliflerle özellikle açıktan ideolojik çatışmaya girmek yerine kendi alternatiflerini toplumsal olarak değersizleştirerek, /itibarsızlaştırarak (örneğin, darbeci, vesayet rejimi taraftarı, demokrasi ve refah düşmanı gibi) ve gözden düşürerek gerçekleştirilir (Jameson, 2001:167-68). Çünkü hükümet ve devlet yetkililerinin beyanat ve açıklamaları, konumları gereği, egemen medya tarafından doğru ve inandırıcı kabul edilir. Resmi açıklamalara dayanan haberlerin nesnel olduğu anlayışı egemendir. Buna göre egemen medya eleştirel açıklamalarda bulunan kaynaklara atıf yapmaz, onların ifadelerine itibar etmez. Böylece ana akım medyada daha çok resmi kaynakların [ki burada başbakandır] egemen olduğu, alternatif görüş ve düşüncelerin ya okuyucu/izleyiciye ulaşamadığı ya da eleştirel yayın organlarıyla sınırlı bir okuyucuya ulaştığı bir yapı ortaya çıkar (Herman ve Chomsky, 1988:5). Böylece egemen basın statükonun savunusunu yapar, muhafazakar görüşleri ve kendi çıkarına hizmet eden ideolojileri topluma yayar (Rosengren, 1983:185).

**Kaynakça**

- Adaklı, Gülseren (2006). *Türkiye’de Medya Endüstrisi*. Ankara: Ütopya.
- Althusser, Louis (2003). *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. Çeviren: Alp Tümertekin. İstanbul: İthaki.
- Avcı, Nabi (1990). *Enformatik Cehalet*. 2. Baskı. Ankara: Rehber.
- Barker, Chris (2008). *Cultural Studies: Theory & Practice*. 3rd Edition. London: Sage.
- Batum, Süheyl (2010). “Sözden Yazıya: Taraf ve Tarafsızlık”. *Cumhuriyet*. 6 Eylül.
- Berelson, Bernard (1984). *Content Analysis*. 2nd Edition. New York: Hafner Press.
- Berger, Arthur Asa (1998). *Media Research Techniques*. London: Sage.
- Blumler, Jay G. (1983). “Communication and Democracy: The Crisis Beyond and the Ferment Within. Ferment in the Field. *Journal of Communication*. (Summer). 166-173.
- Bulut, Selda ve Yaylagül, Levent (2004). “Türkiye’deki Yazılı Basında Yargıtay ve Mafya İlişisine Yönelik Haberler”. *İletişim*. Sayı:19. Bahar-Kış. 119-143.
- Curran, James (1999). “Kitle İletişim Araştırmasında Yeni Revizyonizm: Bir Yeniden Değerlendirme Çabası”. *Medya, İktidar, İdeoloji* (içerisinde). Der. ve Çev.: M. Küçük. Ankara: Ark. 397-435.
- Dennis, Everette E. and Merrill, John C. (2002). *Media Debates: Great Issues for the Digital Age*. 3rd Edition. Belmont-Wadsworth: Thomson Learning.
- Erdoğan, İrfan (1998). *SPSS Kullanım Örnekleriyle Araştırma Dizaynı ve İstatistik Yöntemi*. Ankara: Emel.
- Erdoğan, İrfan (1995). *Amerika: İkinci Vatanda Düşler ve Gerçekler*. Ankara: Ümit Yayıncılık.
- Fejes, Fred (1999). “Eleştirel Kitle İletişim Araştırması ve Medya Etkileri: Yok Olan İzleyici Sorunu”. *Medya, İktidar, İdeoloji* (içerisinde). Der. ve Çev.: M. Küçük. Ankara: Ark. 309-329.
- Garnham, Nicholas (2000). *Emancipation, the Media, and the Modernity: Arguments about the Media and Social Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Gans, Herbert J. (1983). “News Media, News Policy and Democracy: Research for the Future”. Ferment in the Field. *Journal of Communication*. (Summer). 174-184.
- Geray, Haluk (2004). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Gramsci, Antonio (1997). *Hapishane Defterleri*. Çeviren: Adnan Cemgil. 3. Baskı. İstanbul: Belge.
- Grandi, Roberto (1983). “The Limitations of the Sociological Approach: Alternatives from Italian Communications Research”. Ferment in the Field. *Journal of Communication*. Summer. 53-58.
- Hall, Stuart (1999). “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulmanın Geri Dönüşü”. *Medya, İktidar, İdeoloji* (içinde). Der. ve Çev.: M. Küçük. Ankara: Ark. 77-126.



- Hall, Stuart (1999a). “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”. *Medya, İktidar, İdeoloji* (içinde). Der. ve Çev.: M. Küçük. Ankara: Ark. 199-243.
- Hall, Stuart (1980). “Encoding and Decoding in the Television Discourse”. (in) *Culture, Media, Language*. Eds.: S. Hall at al. London: Hutchinson.
- Herman, Edward and Chomsky, Noam (1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.
- Jameson, Frederick (2001). “Fiilen Var olan Marksizm Üzerine Beş Tez”. *Marksizm ve Postmodern Gündem* (içinde). Der.: E. M. Wood ve J. B. Foster. Çev.: A. Fethi. Ankara: Ütopya. 164-176.
- Kaya, Raşit (2009). *İktidar Yumağı: Medya, Sermaye, Devlet*. Ankara: İmge.
- Kaya, Raşit (2001). “Televizyon: Medyanın Amiral Gemisi ya da Globalleşmenin Taşıyıcısı”. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1999: Mahmut Tali Öngören’e Armağan*. Ankara: A. Ü. Basımevi. 199-206.
- Krippendorf, Klaus (1980). *Content Analysis: An Introduction its Methodology*. London: Sage Publications.
- Mattelart, Armand (1983). “Technology, Culture, and Communication: Research and Policies in France”. *Ferment in the Field. Journal of Communication*. Summer. 59-73.
- McQuail, Dennis (1994). *Mass Communication Theory An Introduction*. London: Sage.
- Mcnally, David (2001). “Dil, Tarih ve Sınıf Mücadelesi”. *Marksizm ve Postmodern Gündem* (içinde). Der.: Ellen Meiksins Wood ve John Bellamy Foster. Çeviren: Ahmet Fethi. Ankara: Ütopya. 39-60.
- Mutlu, Erol (2001). “Televizyonu Düşünmek”. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yıllık 1999: Mahmut Tali Öngören’e Armağan*. Ankara: A. Ü. Basımevi. 219-226.
- O’Shaughnessy, Michael and Stadler, Jane (2008). *Media and Society*. 4th Edition. New York: Oxford University Press.
- Önkibar, Sabahattin (2011). “Medyasız Muhalefet”. <http://www.yg.yenicaggazetesi.com.tr/yazargoster.php?haber=17997> Erişim: 26 Nisan (2011)
- Özer, Ömer (2000). “Haberde Egemen Söylemin Yeniden Üretilmesi”. *Kİ (Kültür ve İletişim Dergisi)*. Yaz . 3 (2). 75-97.
- Pool, Ithiel de Sola (1955). *Trends in Content Analysis*. Urbana: University of Illinois Press.
- Rosengren, Karl Erik (1983). “Communication Research: One Paradigm or Four?”. *Ferment in the Field. Journal of Communication*. Summer. 185-207.
- Rosengren, K. E. (Ed.) (1981). *Advances in Content Analysis*. Beverly Hills: Sage.
- Schlesinger, Philip (1994). *Medya, Devlet ve Ulus: Siyasal Şiddet ve Kolektif Kimlik*. Çev.: M. Küçük. İstanbul: Ayrıntı.
- Shoemaker, Pamela J., and Reese, Stephen D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman Publishers.
- Sholle, David J. (1999). “İdeoloji Teorisinden İktidar/Bilgiye”. *Medya, İktidar, İdeoloji*. Der. ve Çev.: M. Küçük. Ankara: Ark. 267-307.

- Slack, Jennifer Darly and Allor, Martin (1983). "The Political and Epistemological Constituent of Critical Communication Research". (in) *Journal of Communication: Ferment in the Field*. Summer. 208-218.
- Sönmez, Mustafa (2010). "Para-Meta-Para: 'Yetmez Ama Evet'çiler Kimlerdir? ' ' ". *Cumhuriyet*. 10 Eylül.
- Sönmez, Mustafa (2010a). *Medya, Kültür, Para ve İstanbul İktidarı*. İstanbul: Yordam.
- Sönmez, Mustafa (2004). *Filler ve Çimen: Medya ve Finans Sektöründe Doğan/Anti Doğan Savaşı*. III. Baskı. İstanbul: İletişim.
- Turan, Ömer (2009). "22 Temmuz 2007 Genel Seçimlerinin Gazetelere Yansıması". *Yayınlanmamış Y. Lisans Tezi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Van Dijk, Tuen A. (1999). "Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları". *Medya, İktidar, İdeoloji* (içinde). Der. ve Çev.: Mehmet Küçük. Ankara: Ark. 331-395.
- Van Dijk, Tuen A. (1993). "Principles of Critical Discourse Analysis". *Discourse and Society*. Issue: 4. 249-283.
- Van Dijk, Tuen A. (1988). *News as Discourse*. London: Lawrance Erlbaum.
- Van Dijk, Tuen A. (1988a). *News Analysis*. London: Lawrance Erlbaum.
- Wooffitt, Robin (2006). *Conversation Analysis and Discourse Analysis: A Comperative and Critical Introduction*. London: Sage.
- Woollacott, Janet (1982). "Messages and Meanings". *Culture, Society and the Media*. Eds.: Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curran, Janet Woollacott. London and New York: Methuen.
- Yanardağ, Merdan (2011). "Palavrayı Bitiren Belge ve Savcı Öz Olayı". [http://: haber.sol.org.tr/yazarlar/merdan-yanardag/palavrayi-bitiren-belge-ve-savci-oz-olayi-40945](http://haber.sol.org.tr/yazarlar/merdan-yanardag/palavrayi-bitiren-belge-ve-savci-oz-olayi-40945)  
Erişim: 25 Mart (2011)
- Zileli, Ümit (2010). "Düz Çizgi: Bin Kere Hayır!..". *Cumhuriyet*. 9 Eylül.

## Özet

### 12 EYLÜL 2010 REFERANDUM SÜRECİNİN TÜRKİYE'DEKİ YAZILI BASINDA SUNUMU

Bu incelemede, 12 Eylül 2010 tarihinde yapılan referandumun siyasal kampanya sürecinin Türkiye'deki yazılı basında nasıl sunulduğu araştırılmıştır. 1-13 Eylül tarihleri arasında, gazetelerin ilk sayfalarında, referanduma ilişkin yer verdikleri haberler içerik ve söylem analizi tekniği ile incelenmiştir. Türkiye'deki gazeteleri temsilen Evrensel (radikal/sosyalist sol), Cumhuriyet (sosyal demokrat/Kemalist sol), Hürriyet (ana-akım), Sabah (ana-akım), Bugün (ana-akım), Zaman (İslamcı) ve Yeniçağ (aşırı-sağ milliyetçi) gazeteleri seçilmiştir. Gazetelerin içeriğini belirleyen ekonomi politik yapı ve bunun belirlediği ideolojik yönelim olduğu varsayımından hareketle yapılan incelemede Evrensel, Cumhuriyet ve Yeniçağ gazetelerinin referandum sürecinde hükümete karşı eleştirel bir tutum takındıkları ve referandumda hayır oyu verilmesi yönünde haber yaptıkları, ancak her bir gazetenin kendi ideolojik yönelimine göre farklı gerekçelerle ve ideolojik kodlarla haber yaptıkları görülmüştür. Buna göre, Evrensel gazetesinin, işçi sınıfının çıkarları doğrultusunda yeni anayasanın işçi sınıfına ne getirdiğine/getirmediğine baktığı, Cumhuriyet gazetesinin referandumla Yüksek yargının ve dolayısıyla Cumhuriyetin yapısının değiştirileceği gerekçesiyle Kemalist bir bakış açısıyla konuya yaklaştığı ve Yeniçağ gazetesinin referandum sonucunda ülkenin bölüneceği ve "Kürdistan"ın kurulma yolunun açılacağı gibi milliyetçi bir gerekçeyle hayır kampında yer aldığı; buna karşılık, Hürriyet, Sabah, Bugün ve Zaman gazetelerinin hükümetin argümanları çerçevesinde ülkede vesayet rejimi olduğu, anayasal değişikliklerle ülkenin daha da demokratikleşeceği ve böylece ülkeye daha çok sermaye girerek ülkenin kalkınacağı ve refahın artacağı yönündeki egemen ideolojiyi destekleyici tarzda haber yaptıkları görülmüştür. Böylece haber üretiminde belirleyici olanın ekonomi-politik bağlam ve buna bağlı ideolojik yönelim olduğu yönündeki temel varsayım da doğrulanmıştır.

**Anahtar Kavramlar:** Türk Basını, 12 Eylül Referandumu, İçerik ve Söylem Analizi.

## Abstract

### THE PRESENTATION OF SEPTEMBER 12 (2010) REFERENDUM PROCESS IN THE TURKISH PRESS

In this study, the way the political campaign process of referendum, held on September 12 (2010), was represented in the Turkish press is analyzed. From 1 to 13 September, the news about the referendum in the newspapers is analyzed through the technique of content and discourse analysis. Evrensel (a sample of radical left), Cumhuriyet (a sample of central

left), *Hürriyet/ Sabah/ Bugün* (three samples of the mainstream newspapers), *Zaman* (a sample of pro-Islamist press) and *Yeniçağ* (a sample of ultra-right nationalist movement) were chosen as a sample of Turkish press. This study is based on the assumption that the content of newspapers are determined by the context of political economy of the conditions in which they operate, and their ideological orientations. Accordingly *Evrensel*, *Cumhuriyet*, and *Yeniçağ* have a critical standpoint towards the government's approach and in their news texts they advice to their reader to vote for "No" in the referendum poll. But three newspapers, mentioned above, have different ideological rationale in their news texts in accordance with their ideological orientations. Accordingly, daily *Evrensel*, the sample of radical left, took the position in the news texts about the referendum process in accordance with the interest of labour class. Daily *Cumhuriyet*, the sample of left of the center or Kemalist left, focused on the changes in the structure of supreme court and the ideological changes in the structure of Turkish Republic, which constitutional amendment will bring. Daily *Yeniçağ* with an ultra-nationalist reflex, claims in the news texts that as a result of referendum poll the country would be divided and free Kurdistan would be announced in the South-east part of Turkey. In contrary to these critical standpoint, daily *Hürriyet*, daily *Sabah*, daily *Bugün* (three samples of mainsream newspapers in Turkey) and (pro-Islamist) daily *Zaman* supported the arguments of government that in the country there was a military guardianship and with the referendum, the country would be more democratic and as a result of democratization, the amount of foreign capital in the country would increase which would result in a rise in prosperity. Accordingly, the last four newspapers mentioned above, supported and reproduced the dominant discourse of the government. To sum up, the assumption that the context of political economy of press, which directs the ideological orientation of the newspaper, determine the content and discourse of newspapers, was confirmed.

**Key Words:** The Turkish Press, the Referendum of September 12 (2010), content and discourse analysis