

TÜRKİYE’DEKİ HABER AJANSLARININ ÇERÇEVELEME PRATİKLERİ ÜZERİNE BİR VAK’A ANALİZİ: İMAMOĞLU ÖRNEĞİ

Selahattin BÖLÜKBAŞI
Üsküdar Üniversitesi, Türkiye
selahattinbolukbasi@st.uskudar.edu.tr
<https://orcid.org/0009-0008-1030-7985>

ÖZ

Dijital dönüşüm, medya sistemlerinde içerik üretiminden bilgi dolaşımına kadar tüm süreçleri yeniden yapılandıran, görünürlük politikalarını ve habercilik normlarını kökten değiştiren bir paradigmadır. Haberin seçimi ve sunumu, olayların nesnel gerçekliğinden çok; medya aktörlerinin, kurumsal dinamiklerin ve toplumsal bağlamın belirlediği söylemsel pratiklerle şekillenmektedir. Bilginin toplumsal gerçekliği; onu üreten kurumların, taşıyan teknolojilerin ve dolaşıma sokan aktörlerin kesişiminde sürekli olarak yeniden tanımlanmaktadır. Haberin üretimi, seçimi ve dolaşıma sokulması süreçlerini anlamlandırmada eşik bekçiliği kuramı, bu süreci kavramsallaştırmada işlevsel bir kuramsal çerçeve sunmaktadır. Geleneksel haber yapım modelleri, filtreleme mekanizmalarıyla açıklanırken, dijitalleşmeyle birlikte bu yapıların çok katmanlı bir biçimde dönüşüme uğradığı gözlemlenmektedir. Özellikle ajans haberciliği; içerik üretimi ve haberin dolaşımı üzerindeki belirleyici rolünü sürdürmektedir. Ancak bu işlev, dijital çağın dinamikleri doğrultusunda biçimsel ve işlevsel olarak sürekli bir dönüşüm göstermektedir. Bu bağlamda, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu hakkında verilen tutuklanma kararına ilişkin haberlerin; Anadolu Ajansı (AA), Demirören Haber Ajansı (DHA), İhlas Haber Ajansı (İHA) ve Anka Haber Ajansı (ANKA) tarafından nasıl çerçevelendiği analiz edilmiştir. Araştırmada Robert Entman’ın çerçeveleme kuramı temel alınmış; haber metinleri dört temel işlev doğrultusunda çözümlenmiştir. Buna ek olarak, John B. Thompson’un temsil kuramı esas alınarak haber görselleri analiz edilmiş; metinsel ve görsel öğelerin birlikte kurduğu söylemsel yapı ortaya konmuştur. Böylece ajansların olaylara ilişkin inşa ettikleri anlam çerçeveleri karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Analiz sonuçlarına göre AA, tutuklama kararını teknik bir dille sunarak olayın siyasi yönünü arka plana atmıştır. DHA, resmi sürece odaklansa da temsil düzeyinde siyasal bir ton ima etmiştir. İHA, sert ve suçlayıcı bir çerçeve kurarken ANKA ise eleştirel bir yaklaşım benimseyerek haberi muhalif bir söylemle yapılandırmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Dijitalleşme, Eşik Bekçiliği, Ajans Haberciliği, Çerçeveleme Analizi, AA, DHA, İHA, ANKA.*

A CASE ANALYSIS ON THE FRAMING PRACTICES OF NEWS AGENCIES IN TURKIYE: THE EXAMPLE OF İMAMOĞLU

ABSTRACT

Digital transformation is a paradigm that restructures all processes in media systems “from content production to the circulation of information” while radically altering visibility politics and journalism norms. The selection and presentation of news are shaped not by the objective reality of events but by discursive practices determined by media actors, institutional dynamics and the broader social context. The social reality of information is continuously redefined at the intersection of producing institutions, transmission technologies and distributing agents. Gatekeeping theory provides a functional conceptual framework for understanding how news is produced, selected and circulated. While traditional news production models are explained through filtering mechanisms, these structures have undergone a multilayered transformation in the digital era. News agencies, in particular, continue to play a central role in content production and news dissemination; however, this role has undergone a continuous transformation both formally and functionally, shaped by the dynamics of the digital age. Within this framework, the study analyzes how the news regarding the arrest warrant issued for İstanbul Metropolitan Mayor Ekrem İmamoğlu was framed by Anadolu Agency (AA), Demirören News Agency (DHA), İhlas News Agency (İHA) and Anka News Agency (ANKA). Drawing on Robert Entman’s framing theory, the study examines news texts through four analytical functions. In addition, based on John B. Thompson’s theory of representation, the visual elements accompanying the news were analyzed, revealing the discursive structure constructed through both textual and visual components. As a result, the meaning frames constructed by each agency were comparatively evaluated. The analysis shows that AA reported the arrest with a technical tone, minimizing the political dimension of the case. DHA focused on the official legal process while implicitly suggesting a political undertone through visual representation. İHA adopted a harsh and accusatory framing, whereas ANKA employed a critical approach and constructed the narrative with an oppositional discourse.

Keywords: *Digitalization, Gatekeeping, News Agency Journalism, Framing Analysis, AA, DHA, İHA, ANKA.*

GİRİŞ

Toplumsal yaşamda olayların kamuoyuna aktarılmasını sağlayan en temel araç, haberdur. Bir olayın hangi yönleriyle aktarıldığı, hangi kavramlarla tanımlandığı ve hangi bağlamda sunulduğu, toplumsal gerçekliğin nasıl algılanacağını doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle haber, bilgi aktarımının ötesinde anlamın üretildiği ve yeniden kurgulandığı bir süreçtir. Haberde yapılan her seçim, toplumsal gerçekliğe dair yeni bir anlam katmanı inşa etmektedir. Haberin hangi bakış açısıyla sunulduğu ve hangi anlam kalıplarıyla şekillendiği, çerçeveleme süreciyle ortaya çıkmaktadır. Bu süreçte kullanılan çerçeveler, okuyucuya olayları yorumlama biçimleri hakkında yön verirken belirli ideolojik ya da kurumsal tercihleri de görünür hale getirmektedir.

Çerçeveleme sürecinin en kritik aktörleri arasında haber ajansları yer almaktadır. Tarihsel olarak haber akışının merkezinde işlev gören bu ajanslar, gündemin belirlenmesinde ve haberin ilk dolaşıma girdiği noktada yönlendirici bir rol üstlenmektedir. Hangi haberlerin seçileceği, nasıl sunulacağı ve hangi bağlamda dolaşıma gireceği çoğu zaman ajansların editöryal kararlarıyla şekillenmektedir. Bu kararlar, yalnızca tekil haberlerin içeriğini değil, aynı zamanda kamuoyunun gündeme bakış biçimini ve olaylara dair kolektif algısını da etkilemektedir. Dijitalleşmeyle birlikte ajansların işlevi daha da belirgin hale gelmiştir. Haberlerin farklı platformlarda hızla yayılması, ajansların hem içerik üretiminde hem de bu içeriklerin çerçevelemesinde merkezi bir güç olarak konumlarını pekiştirmiştir. Bu nedenle ajanslar, haber akışını sağlayan kurumlar olmanın ötesinde toplumsal algının yönlendirilmesinde güçlü birer eşik bekçisi ve çerçeve kurucu aktörler haline gelmiştir.

Üsküdar Üniversitesi'nde yürütülen doktora tezi kapsamında hazırlanan bu çalışma, dijital medya ortamlarında haber ajanslarının haber üretim pratiklerini, çerçeveleme stratejilerini ve temsil biçimlerini incelemeyi amaçlamaktadır. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu hakkında verilen tutuklama kararına ilişkin dört büyük haber ajansının (AA, DHA, İHA ve ANKA) dijital mecralarda yayımladığı haberler, nitel bir analiz yöntemiyle değerlendirilecektir. Araştırmada Robert Entman'ın çerçeveleme kuramı temel alınarak her ajansın haber metinleri, dört işlev çerçevesinde çözümlenecektir. Buna ek olarak, Thompson'un temsil kuramı doğrultusunda haber görselleri de analiz edilecektir. Böylece metinsel ve görsel unsurların birlikte inşa edeceği bir söylemsel yapı ortaya konulacak ve ajansların olayları nasıl çerçevelediği karşılaştırmalı olarak değerlendirilecektir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

Haberin üretim ve sunum süreçlerini kavramsal düzeyde ele almak, bu süreçleri yönlendiren yapısal dinamikleri ve söylemsel tercihleri anlamak açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda yapılan çalışmada içeriklerin hangi süzgeçlerden geçerek seçildiğini açıklayan eşik bekçiliği kuramı ile haberin nasıl yapılandırıldığını ortaya koyan çerçeveleme kuramı temel alınmaktadır.

Haberin Üretiminde Eşik Bekçiliği Kuramı

Gazeteciliğin temel işlevi toplumu doğru ve tarafsız bilgilendirmek olsa da bilgi kaynaklarına ulaşmak ve doğruluk kontrolü, mesleğin en zorlu yönlerini oluşturmaktadır. Geleneksel habercilikte gazeteciler olay yerinden topladıkları verileri “doğruluk, tamlık ve zamanlılık” kriterlerine göre işleyerek kamuoyuna iletmektedir. Dijitalleşmeyle birlikte veri akışı hızlanmıştır. Bu durum doğrulama sorumluluğunu daha kritik hale getirmiştir. Günümüzde çift yönlü iletişim yapısı hem geleneksel eşik bekçilerinin hem de yeni medya aktörlerinin sürece dahil olmasına yol açmıştır. Gazeteciler bilgiyi filtreleme ve anlaşılır kılma işlevlerini sürdürürken yazarlar ve editörler haberleri bağlamsallaştırarak kamuoyunun anlamlandırma sürecine katkı sağlamaktadır (Sütçü, 2014). Medya kuruluşları, bilgi seçiminde çok katmanlı bir filtreleme mekanizması işletmektedir. Kurumsal çıkarlar, güç dinamikleri ve stratejik hedefler gibi faktörler, haber içeriklerinin seçimi ile sunumunu doğrudan etkilemektedir (Güngör, 2020, s. 380). Bu seçici süreç, medyanın bilgi aktarımında nesnellik iddiasını sorgulanır hale getirmektedir (Güngör, 2021, s. 229). Medyanın eşik bekçileri, haberin seçim ve yayım süreçlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Haberler, geleneksel haber değerlerinin yanı sıra medya kuruluşlarının ekonomi-politik çıkarları doğrultusunda da biçimlenmektedir (Giddens, 2012 s. 661). Bu durum medyayı tarafsız bir bilgi kaynağı olmaktan çıkararak güç ilişkilerinin bir yansıması haline getirmektedir. Medyanın enformasyon seçimi ve filtreleme süreçleri, iletişim çalışmalarının temel araştırma alanlarından birini oluşturmaktadır. Kitle iletişimlerinin erken dönemlerinden itibaren akademik ilgi gören bu süzgeç mekanizmaları, hangi bilgilerin yayılacağına dair kritik kararları belirlemektedir.

Ajanslarda Eşik Bekçiliği

Eşik bekçiliği kuramı, haber ajanslarının işleyişini anlamak açısından özel bir önem taşımaktadır. Haber ajansları, haberin seçilip elenmesinin yanı sıra diğer medya kuruluşlarına iletilmesinde de filtre görevi yapmaktadır. Hangi olayların haber niteliği taşıdığına, hangi kaynakların güvenilir olarak kabul edileceğine ve hangi dilin tercih edileceğine dair kararlar, çoğu zaman ajans düzeyinde verilmektedir (Boyd-Barrett, 2008). Bu nedenle ajanslar hem ulusal hem de uluslararası haber dolaşımında ilk eşik bekçileri olarak konumlanmaktadır. Ajansların ürettikleri içerikler, diğer medya kurumları için temel referans noktası olarak kabul edilmektedir. Ajans merkezli bu eşik bekçiliği, özellikle kriz anlarında ya da siyasal önemi

yüksek gelişmelerde, kamuoyunun olaylara nasıl bakacağını belirleyen kritik bir görev üstlenmektedir (Mattelart, 2000). Ajansların editöryal tercihleri, haberin iletim sürecinin ötesine geçerek kamuoyunun olaylara yönelik algısını doğrudan şekillendirmektedir.

Ajansların üstlendiği bu işlev, dijital çağın getirdiği teknolojik dönüşümle birlikte yeni aktör ve mekanizmalarla paylaşılmaya başlanmıştır. Sosyal medya platformlarının yükselişiyle algoritmalar, haber akışını düzenleyen yeni eşik bekçileri haline gelmiştir (Fuchs, 2014, s. 3-27). Kullanıcı verilerine dayalı içerik filtreleme, haberin görünürlüğünü belirlemektedir. Böylece ajansların klasik işlevi farklı biçimlerde yeniden üretilmektedir (Bruns, 2018, s. 1-10). Algoritmik süreçler, içerik sıralamasını belirlemenin ötesinde kamusal alanın sınırlarını da yeniden çizmektedir. Bu durum, platformların editöryal bir güç haline gelmesine ve haber görünürlüğünün piyasa mantığıyla şekillenmesine yol açmaktadır (Napoli, 2022). Bu gelişme, eşik bekçiliği kavramının artık tek bir kurum ya da aktörle sınırlı olmadığını göstermektedir. Ajansların tarihsel işlevi dijital platformlarla iç içe geçerken kamuoyunun hangi bilgilere ulaşacağına editöryal tercihler ve algoritmik düzenekler birlikte yön vermektedir.

Haber Değeri Ölçütleri

Haber olgusuna yönelik ilk akademik yaklaşımlar, gazetecilerin hangi olayları haberleştireceklerine karar verme sürecini açıklamak üzere “eşik bekçiliği” kavramını gündeme getirmiştir. Bu bağlamda, haber değeri/faktörleri kuramı da olayların seçilmesinde belirleyici unsurlar arasında değerlendirilmiştir. Zamanla gazeteciliğin bireysel tercihlerle birlikte kurumsal yapı, medya rutinleri ve toplumsal koşullarla şekillenen çok katmanlı bir süreç olduğuna dair farkındalık artmıştır (Doğan, 2022). Bu noktada, bir olayın haberleştirilip haberleştirilmeyeceğini belirleyen faktörler de önem kazanmaktadır. Gazetecilerin seçimlerini yönlendiren bu kriterler literatürde “haber değeri ölçütleri” olarak ele alınmıştır.

Johan Galtung ve Mari Holmboe Ruge'nin 1965'te ortaya koyduğu haber değeri ölçütleri, bir olayın haberleşme sürecine dahil edilip edilmeyeceğini belirlemede temel kriterleri sunmaktadır. Araştırmacılara göre her olay kendi başına haber niteliği taşımamaktadır. Bu yüzden gazeteciler bazı süzgeçlerden yararlanarak seçim yapmaktadır. Süre uygunluğu, etki büyüklüğü ve açıklık gibi ölçütler; bir olayın kamuoyunda nasıl yankı bulacağını belirleyen temel faktörlerdir. Beklenmediklik, kişiselleştirme ve negatiflik gibi unsurlar ise izleyici ilgisini maksimize etmeyi hedeflemektedir. Ayrıca elit kişi ve uluslara atıf, gündemle süreklilik ve kompozisyon gibi ilkeler de haberin hangi yönleriyle çerçeveleneceğini etkileyen önemli etmenlerdir (Galtung & Ruge, 1965). Bu yaklaşım, dönemin medya yapısını açıklamada işlevsel olsa da dijital çağın değişen dinamikleri doğrultusunda yeniden değerlendirilmesi gereken kavramsal bir yapı haline gelmiştir.

Tony Harcup ve Deirdre O'Neill, Galtung ve Ruge'nin haber değeri ölçütlerini güncelleyerek, bu kriterlerin mutlak kurallar olmadığını; eğilimlere dayalı yapılar olduğunu vurgulamaktadır. Onlara göre, güçlü aktörlerle ilişkili olma, ünlülerle bağlantı, eğlence unsurları, sürpriz ya da zıtlık barındırma, olumlu veya olumsuz duygusal içerik taşıma gibi faktörler haber değerini arttırmaktadır. Ayrıca olayın büyüklüğü, hedef kitleye ilgisi, güncel konularla bağlantısı ve medyanın kendi gündemini yansıtması da belirleyici unsurlar arasındadır (Harcup & O'Neill, 2001). Dijitalleşmenin etkisiyle haber değeri ölçütleri, geleneksel gazetecilik normlarından dijital etkileşim kriterlerine doğru evrilmiştir. Gündemle uyum, güçlü aktörler ve ünlü kişilerle bağlantı, paylaşılabirlik, duygusal anlatılar ve sürpriz insanlar; dijital medya ortamında öne çıkan başlıca haber değerleri arasında yer almaktadır. Ayrıca, toplumsal fayda sağlayan içerikler de haber seçim sürecinde belirleyici olmaktadır (Harcup & O'Neill, 2017). Dijital platformların etkisiyle haber üretimi, yalnızca içerik seçimiyle sınırlı kalmayıp; sunum biçimi ve anlam kurgusu açısından da dönüşmektedir. Bu bağlamda haberin nasıl yapılandırıldığını inceleyen çerçeveleme kuramı, dijital medya çağında temel bir analiz aracı olarak önem kazanmaktadır.

Haberin İnşasında Çerçeveleme Kuramı

Bireyler, çevrelerinde gerçekleşen olayları anlamlandırmak için belirli zihinsel kalıplara başvurmaktadır. Bu kalıplar, hangi unsurların öne çıkarılacağını, ne tür anlamlar yükleneceğini ve hangi yönlerin göz ardı edileceğini belirleyerek algıyı şekillendirmektedir. Günlük yaşamdan toplumsal olaylara kadar birçok bağlamda etkili olan bu yapılar hem bireysel hem de toplumsal olarak inşa edilmektedir. Olayların nasıl sunulduğu ve tanımlandığı, bireylerin tutumlarını doğrudan etkileyerek toplumsal etkileşimi yönlendiren bir işlev görmektedir (Goffman, 1974, s. 21-39). Bu kuramsal yaklaşım, medyanın gerçekliği olduğu gibi aktarmaktan ziyade onu, belirli yapılar içinde kurguladığını ve bu yolla anlam ürettiğini göstermektedir.

Medyanın İdeolojik Çerçevesi

Todd Gitlin'e göre medya çerçeveleri, olayları belirli anlatı kalıpları içerisinde sunarken, aynı zamanda egemen ideolojilerin yeniden üretilmesine aracılık eden yapılar olarak görmektedir. Gitlin, 1960'larda ABD'deki Yeni Sol Hareket üzerine yaptığı analizde; medyanın bu hareketi iç çatışmalar, radikal ögeler ve liderlik sorunları üzerinden temsil ettiğini göstermiştir. Bu yaklaşım, haberlerin kamuoyundaki etkisinin içeriğinden çok; nasıl çerçevelendiğiyle bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır (Gitlin, 1982, s. 420-422). Gitlin, medyanın haber aktarmanın ötesinde; toplumsal güç ilişkilerini yeniden üreten ideolojik bir alan işlevi gördüğünü savunmaktadır. Haber dili, görseller ve öne çıkarılan unsurlar; egemen yapılar doğrultusunda biçimlenmektedir. Bazı gruplar meşrulaştırılırken bazıları tehdit olarak çerçevelenmektedir. Bu durum, çerçeveleme kuramının teknik bir analiz düzeyinden çıkarak ideolojik çözümlere zemin hazırlamaktadır (Gitlin, 1982, s. 579-585). Gitlin'in yaklaşımı, medyayı ideolojik anlamların inşa edildiği bir alan olarak görmektedir. Bu bakış, çerçeveleme kuramının sunum tekniklerinin yanı sıra güç ilişkilerini de açıklayabilecek kuramsal bir derinliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Çerçeveleme Kuramına Robert Entman'ın Yaklaşımı: “Gücün Yansımaları”

Çerçeveleme kuramına yönelik 1990'larda yapılan kuramsal katkılar, özellikle gazetecilik ve siyasal iletişim alanlarında kuramın daha sistematik bir şekilde ele alınmasını sağlamıştır. Bu yaklaşım, “medya içeriklerinde sorunların tanımlanması, nedenlerin gösterilmesi, ahlaki değerlendirmelerin yapılması ve çözüm önerilerinin sunulması” gibi dört temel işleve dayalı olarak çerçevelerin kurulduğunu öne sürmektedir. Ayrıca çerçevelemenin içerikle birlikte sunum biçim ve anlatı dilinde de izlenebileceği belirtilmektedir (Entman, 1993). Bu kuramsal çerçeve, medyadaki anlatıların tesadüfi veya yüzeysel düzeyde olmadığını, bilinçli tercihlerle biçimlendirildiğini ortaya koymaktadır.

Robert M. Entman, *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy (Güç Yansımaları: Haberlerin Çerçevesi, Kamuoyu ve ABD Dış Politikası)* adlı eserinde çerçeve çalışmasını daha kapsamlı bir hale getirmiştir. Entman'a göre çerçeveleme, haberlerin belirli yönlerini öne çıkararak kamuoyunda hangi çerçevenin baskın hale geleceğini belirleyen çok katmanlı bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Çerçeveler, siyasal aktörlerden başlayarak medya profesyonellerine, uzmanlara, kamuoyuna ve en nihayetinde bireylere doğru yayılan “basamaklı bir süreç” içerisinde dolaşıma girmektedir. Bu süreçte hangi çerçevenin öne çıkacağı; siyasal iktidarın söylemleri, medya kurumlarının editöryal tercihleri ve toplumsal değerlerle olan uyum gibi faktörlere bağlı olmaktadır. Çerçeveleme sürecinin işleyişini daha somut bir biçimde açıklayabilmek için Entman dört temel işlev tanımlamaktadır: Problemin tanımı; bir olayın hangi açıdan önemli olduğunun belirlenmesini sağlamaktadır. Nedensel yorum; gelişmelerin hangi aktörler veya koşullar üzerinden açıklandığını göstermektedir. Ahlaki değerlendirme; olayların etik açıdan nasıl yorumlanması gerektiğine dair bir perspektif sunmaktadır. Çözüm önerisi ise sorunun nasıl giderileceğine ya da hangi politikaların uygulanması gerektiğine dair bir yönlendirme işlevi üstlenmektedir. Bu dört işlev,

çerçevelemenin haber üretimindeki pratik yansımalarını görünür hale getirerek medyanın toplumsal algıyı biçimlendirme gücünü ortaya koymaktadır. Entman ayrıca çerçevelerin etkili olma koşullarına dikkat çekmektedir. Bir çerçevenin güçlü olabilmesi için siyasal aktörlerin stratejik amaçlarıyla uyuşması örtüşmesi, toplumdaki kültürel değerlerle uyum sağlaması ve medya tarafından görünür olması gerekmektedir. Böylece çerçeveleme, bireylerin gündelik olayları nasıl algılayacağını belirleyen güçlü bir mekanizmaya dönüşmektedir. Bu yaklaşım, çerçevelemenin yalnızca teknik bir sunum biçimi olmadığını; siyasal iletişim, kamuoyu oluşumu ve güç dengelerinin üretimi açısından merkezi bir kuramsal araç olduğunu göstermektedir (Entman, 2004, s. 5-29). Entman'ın yaklaşımı, haberleri içerik düzeyinin ötesinde siyasal ve toplumsal bağlamlarıyla birlikte değerlendirmeye imkân tanımaktadır. Çerçevelemenin dört işlevi ajans haberciliğinde özellikle kriz anlarında ve politik önem taşıyan gelişmelerde belirginleşmektedir. Bu tür durumlarda ajansların tercihleri, olayların aktarımını aşarak kamuoyunun olaylara yüklediği anlamı doğrudan biçimlendirmektedir.

Siyasal İletişim ve Çerçeveleme Kuramı

İnsanların dünyayı nötr biçimde algılamadığını savunan George Lakoff, anlam üretiminin önceden yerleşmiş zihinsel çerçeveler aracılığıyla gerçekleştiğini belirtmektedir. Bu çerçeveler bireyin değerlerini, inançlarını ve olaylara yaklaşım biçimini belirlemektedir. Lakoff, siyasette kullanılan dilin tanımlayıcı olmasının yanı sıra belirli bir değer sistemini taşıdığını da vurgulamaktadır. Ona göre muhafazakârlar, kendi ideolojik yönelimlerini pekiştiren güçlü çerçeveler oluşturmaktadır. İlerici siyasal aktörler bu çerçeveler karşısında çoğu zaman tepkisel konumda kalmaktadır. “Vergi indirim” söylemi, devletin bireyin malvarlığına müdahalesini haksız bir eylem gibi gösteren bir anlam yapısı sunmaktadır. “Özgürlük” ise farklı siyasal pozisyonlarda farklı içeriklerle tanımlanmaktadır: Biri için devletin geri çekilmesini, diğeri için eşit yurttaşlık koşullarının sağlanmasını ifade etmektedir. Toplumsal düzeyde hangi çerçevenin benimseneceği, siyasal söylemlerin etkisiyle doğrudan şekillenmektedir. Bu nedenle siyasal iletişimde dilin stratejik kullanımı, politika kadar belirleyici hale gelmektedir (Lakoff, 2004, s. 1-35). Lakoff'un yaklaşımı, siyasal söylemin etkisini içeriğinden ziyade çerçevesinin belirlediğini göstermektedir. Sözcüklerin seçimi, toplumsal algının yönünü doğrudan etkilemektedir.

Shanto Iyengar, televizyon haberlerinde siyasal olayların çerçeveleşme biçimini “episodik ve tematik” olmak üzere iki kategoride değerlendirmektedir. Episodik çerçeveleme, bireysel olaylara odaklanarak izleyicinin sorumluluğu kişilerde aramasına yol açmaktadır. Tematik çerçeveleme ise olayları yapısal nedenlerle ilişkilendirerek daha bütünlüklü bir yorum alanı sunmaktadır. Iyengar'ın bulgularına göre Amerikan haber medyasında episodik çerçeveleme baskındır. Bu eğilim, toplumsal sorunların bireysel yetersizliklerle açıklanmasına neden olmaktadır. Haberde kullanılan çerçevenin türü, izleyicinin siyasal olgulara yönelik algı ve değerlendirmelerini önemli ölçüde şekillendirmektedir (Iyengar, 1996). Iyengar'ın çerçeveleme ayrımı, haber sunumunun bilgi aktarımının ötesinde toplumsal sorumluluk algısını da şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Medyanın benimsediği anlatı biçimi, izleyici tutumları ve siyasal değerlendirmeler üzerinde doğrudan etkili olmaktadır.

Dijital Çağda Çerçeveleme Kuramı

Dijitalleşmeyle birlikte haberin çerçeveleme biçimi daha katılımcı ve duygusal bir yapıya dönüşmüştür. Çevrimiçi iletişim, bilginin yanı sıra duygu aktarımı da sağlamaktadır. Bu bağlamda bireyin çevrimiçi ortamdaki tepkileri, haberin hangi yönlerinin öne çıkacağını belirlemektedir. “Duygusal kamular” üzerinden şekillenen bu yapı, kolektif duyguların haber anlamını nasıl etkilediğini göstermektedir. İçeriklerin hangi çerçeveye dolaşıma gireceği ise kullanıcı etkileşimleri ve algoritmalar yoluyla belirlenmektedir. Çerçeveleme süreci dijital yapılarla sürekli olarak yeniden biçimlenmektedir (Papacharissi, 2015, s. 18-34). Bu yaklaşım,

dijital çağda duyguların haber çerçevesini belirlemede etkili hale geldiğini ve çerçeveleme kuramının duygusal boyutla yeniden şekillendiğini göstermektedir. Axel Bruns'ın "produsage" kavramı; dijital çağda içerik üretim ve tüketim süreçlerinin iç içe nasıl geçtiğini özetlemektedir. Geleneksel medyanın katı üretici-tüketici ayrımı çökmüş durumdadır. Dijital çağda sosyal medya kullanıcıları içerik paylaşmanın ötesine geçmekte; paylaştıkları içerikleri kendileri düzenleyerek, yorum ekleyerek ya da viral hale getirerek aktif birer "üret-tüketici" (prosumer) haline gelmektedir (Bruns, 2007). Bruns'ın yaklaşımı, çerçeveleme kuramını dijital çağın çoğulcu dinamikleriyle yeniden tanımlamaktadır. Geleneksel medya otoritesi dağılırken, kullanıcıların aktif katılımı, anlatıları çok merkezli bir yapıya dönüştürmektedir.

Dijital çağda yalan haberler, çerçeveleme süreçlerini doğrudan dönüştürmektedir. Dezenformasyon, gerçek olayları çarpıtarak yeni ve etkili çerçeveler üretmektedir. Bu çerçeveler, toplumsal algıyı biçimlendirmektedir. Duygusal tepkilerle hızla yayılan haberler, sansasyonel anlatılarla çerçeveleme gücünü arttırmaktadır. Kullanıcılar bu çerçeveleri, doğruluğunu sorgulamadan yeniden üretmekte ve böylece yanlış bilgiler toplumsal hafızaya yerleşmektedir (Allcott & Gentzkow, 2017). Claire Wardle dezenformasyonun çerçeveleme süreçlerindeki rolünü sistematik biçimde ele alan önemli araştırmacılardandır. Avrupa Konseyi için hazırladığı raporda, dezenformasyonu kasıtlı olarak yanlış çerçeveler aracılığıyla toplumsal algıyı yönlendirme çabası olarak tanımlamaktadır. Bu süreçte duygusal dil, manipülatif görseller ve algoritmalar önemli bir rol oynamaktadır (Wardle & Derakshan, 2017, s. 8-12). Bu iki yaklaşım, dijital çağda çerçeveleme süreçlerinin, haberin sunumunu aşan çok katmanlı anlam üretim biçimleriyle ilişkili olduğunu göstermektedir.

Görsel Çerçeveleme

Robert Hariman ve John Lucaites birlikte yürüttükleri bir çalışmada, ikonik haber fotoğraflarının kamusal kültür üzerindeki etkisini araştırmıştır. Onlara göre bu tür görseller, olayları belgelemekle birlikte kolektif hafızayı ve toplumsal kimliği de şekillendirmektedir. İzleyicinin duygusal ve siyasal tepkilerini yönlendiren bu imgeler, belirli anlatıları güçlendirerek kamusal tartışmalara yön vermektedir (Hariman & Lucaites, 2007, s. 208-224). Bu bağlamda görsel çerçeveleme, haber estetiğinin ötesine geçerek anlam inşasında ve kamu algısını biçimlendirmede etkili bir rol üstlenmektedir. İzleyici algısı, görsel unsurlar üzerinden şekillenmekte ve bu durum haberin etkisini doğrudan arttırmaktadır.

Haber fotoğrafları, olayları kaydetmenin yanı sıra fotoğrafçının sahneye kurduğu ilişkiyi ve medya ortamının dinamiklerini yansıtmaktadır. Görüntünün nasıl çekildiği, hangi açıyla sunulduğu ve hangi bağlamda yayımlandığı, izleyicide oluşacak algıyı doğrudan etkilemektedir. Dijital çağda bu unsurlar, haberin taşıdığı duygusal ve ideolojik tonu belirlemektedir. Görsel çerçeveleme süreci yalnızca sahneyi değil, sahnedeki ilişkileri ve bağlamı da kapsamaktadır. Bu süreçte medya kurumları, editöryal tercihler ve teknolojik altyapı, çerçevenin oluşumunda belirleyici bir rol üstlenmektedir (Thomson, 2019, s. 1-16). Bu yaklaşım, haber fotoğraflarını tek yönlü bilgi aktarımları yerine, anlamın üretildiği ve yönlendirildiği etkileşimli yapılar olarak ele almayı gerektirmektedir. Görselin üretim ve sunum süreçleri, izleyici algısının şekillenmesinde belirleyici bir işlev üstlenmektedir.

AJANS HABERCİLİĞİ VE TÜRKİYE'DEKİ HABER AJANSLARI

Haber ajanslarının ortaya çıkışı, modern, kapitalist iletişim sistemlerinin gelişiminde kritik bir aşama olmuştur. 19. yüzyılda telgraf teknolojisinin yaygınlaşması, haberin küresel dolaşımını hızlandırmıştır. Armand Mattelart'a göre bu süreç, haberin teknik bir mesele olmaktan çıkıp siyasi ve ekonomik bir olgu haline geldiği dönemi temsil etmektedir. Havas, Reuters ve Associated Press gibi ajanslar, haberin üretiminde ve dağıtımında belirleyici bir rol oynayarak

küresel haber akışında hegemonik bir konum elde etmiştir. Mattelart, bu kurumların ulus devletlerin enformasyon politikalarına hizmet ederken aynı zamanda Batı merkezli bir haber düzenine hizmet ettiğini vurgulamaktadır. Sömürge sonrası dönemde bu yapı, bilgi akışını tek yönlü ve ideolojik temelli bir hale getirmiştir. Ajansların seçtiği haber içerikleri, küresel medyaya dağıtılarak güç merkezlerinin önceliklerine göre şekillenmiştir (Mattelart, 2000, s. 56-65). Mattelart'ın bu analizi, haber ajanslarının tarafsız bilgi aktarıcıları olmadıklarını, küresel iktidar ilişkilerini yeniden üreten yapılar olduklarını ortaya koymaktadır. Sosyal medyanın yükselişi, haber ajanslarını hem içerik hem de dağıtım stratejilerini yeniden düşünmeye zorlamaktadır. Christoph Griessner'e göre bu platformların hızlı gündem oluşturma kapasitesi, ajansları geleneksel yapılarını gözden geçirmeye itmektedir. Ajanslar, artık profesyonel habercilik standartlarını korurken, sosyal medyada görünür olmanın yollarını aramaktadır. Bu durum, güvenilirlik ile hız talepleri arasında karmaşık bir denge kurma zorunluluğunu beraberinde getirmektedir (Griessner, 2013, s. 5-14). Dijitalleşme, habercilik pratiklerini dönüştürürken kalite kontrol ve hız ikilemini de beraberinde getirmiştir. Bu süreç, geleneksel gazetecilik değerleri ile yeni medya dinamikleri arasında süregelen bir gerilimi yansıtmaktadır.

Haber Ajanslarının Yapısı ve Dinamikleri

Ajans haberciliği; kapsam alanı ve içerik üretimindeki uzmanlaşmaya göre üç başlıkta sınıflandırılmaktadır. Küresel haber ajansları, çok sayıda ülkede haber üretme ve dağıtma kapasitesine sahip yapılar olarak tanımlanmaktadır. Ulusal ya da bölgesel ajanslar, belirli bir ülkeye veya coğrafi bölgeye odaklanan kuruluşlardır. Tematik ve özel konulu ajanslar ise ekonomi ya da finans gibi belirli temalara yoğunlaşmaktadır. Bu sınıflandırma ajansların yalnızca coğrafi değil, işlevsel ve sektörel konumlarını da dikkate alan bütüncül bir yaklaşım sunmaktadır (Boyd-Barrett, 2008). Haber ajanslarındaki bu sınıflandırma, ajansların haber üretimindeki rolünü daha sistematik bir biçimde kavramayı mümkün kılmaktadır. Özellikle dijitalleşme süreciyle birlikte kategoriler arasında zaman zaman örtüşmelerin yaşanmakta olduğu, sınırların belirsizleştiği, bazı ajansların birden fazla işlev üstlendiği görülmektedir.

Küresel Haber Ajansları (AP, Reuters, AFP)

Agence France-Presse (AFP), 1835'te Charles-Louis Havas tarafından Paris'te kurulan Havas Ajansı'nın mirasını devralarak 1944'te bugünkü adıyla yeniden yapılandırılmıştır. Bağımsız bir kamu kuruluşu statüsündeki ajansın merkezi Paris'tedir. Yaklaşık olarak 150 ülkede faaliyet göstermekte olan ajansın 200'e yakın bürosu bulunmaktadır. Fransızca, İngilizce, İspanyolca, Arapça ve Almanca gibi çeşitli dillerde yayın yapmakta olan AFP, küresel haber akışında etkin bir rol oynamaktadır. Fransız devleti tarafından kısmen finanse edilmesine karşın, yasal statüsü editöryal bağımsızlığı güvence altına alacak bir biçimde düzenlenmiştir. Dijital dönüşüm sürecinde ajans, mültimedya içerik üretimine ağırlık vermiş; grafik, video, veri temelli anlatı biçimlerini öne çıkaran içerikler ile sosyal medya platformlarına uygun haber formatları geliştirmiştir. Bu yönüyle AFP, geleneksel kamu hizmeti anlayışı ile dijital medya dinamiklerini birleştiren bir ajans profili çizmektedir (AFP, 2025). AFP'nin kurumsal yapısı ve dijitalleşme hamleleri, kamu hizmeti anlayışı ile küresel rekabet koşullarını dengelemeye çalışan hibrit bir modelin örneği olmuştur.

Associated Press (AP), 1846'da New York'ta beş medya kuruluşunun bir araya gelmesiyle kurulmuştur. Telgrafla haber iletimini daha ekonomik ve hızlı hale getirmek amacıyla oluşturulan ajans, günümüzde merkezi ABD'de bulunan kâr amacı gütmeyen bir kooperatif olarak faaliyet göstermektedir. 100'den fazla ülkedeki bürolarıyla çok dilli içerik sunan AP, dijitalleşme sürecinde kısa haber formatları, otomatik veri içerikleri ve görsel materyallerle çoklu platforma uyum sağlamıştır. Tarafsızlık ilkesini benimsemesine rağmen, özellikle dış politika haberlerinde seçici çerçevelenmeleri nedeniyle eleştirilere de maruz kalmaktadır (AP, 2025). AP'nin tarihsel kökeniyle kurumsal yapısı, küresel haber üretiminde hem teknik uyum

kapasitesini hem de söylemsel etkisini sürdürülebilir kılmaktadır. Ancak tarafsızlık iddiasına karşın, özellikle uluslararası konularda belirli söylemsel tercihlere yönelmesinden dolayı eleştirilmektedir.

Reuters, 1851’de Londra’da kurulmuştur. Başlangıçta telgraf teknolojisiyle finansal bilgi akışını hızlandırmayı hedeflemiştir. Zamanla siyaset ve savaş gibi alanlara da yönelerek uluslararası ölçekte etkili bir haber ajansına evrilmiştir. 2008’de Kanada merkezli bir şirketin bünyesine katılmış olan Reuters’in merkezi Toronto’ya taşınmıştır (Encyclopaedia Britannica, 2024). Reuters, 1941’de benimsenen “Trust Principles” kapsamında tarafsızlık, bağımsızlık ve doğruluk ilkelerine bağlı kalacağını beyan etmiştir. Bu ilkeler ajansın editöryal özerkliğini sürdürmesini ve çeşitli çıkar evrelerinden etkilenmemesini amaçlayan normatif bir çerçeve sunmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte Reuters yapay zekâ destekli içerik üretimi, çok dilli haber servisleri ve yeni nesil dağıtım teknolojilerine uyum sağlayarak küresel etkisini daha da genişletmiştir (Thomson Reuters, 2024). Reuters’in tarihsel gelişimi ile kurumsal ilkeleri, ajansın küresel haber dolaşımındaki etkisini pekiştirmiştir. Aynı zamanda dijitalleşme sürecine uyum konusundaki stratejik hamleleri, Reuters’i günümüz medya ekosisteminde dinamik ve belirleyici bir aktör haline getirmiştir.

Bölgesel ve Ulusal Haber Ajansları (TASS, DPA)

Telegrafnoe Agentstvo Sovetskogo Soyuza (TASS), 1904’te St. Petersburg Telgraf Ajansı olarak kurulmuş, 1925’te ise Sovyetler Birliği’nin resmi haber ajansı kimliğini kazanmıştır. 1991 sonrası yeniden yapılandırılarak Rusya’nın resmi haber ajansı olarak faaliyetini sürdürmektedir. Merkezi Moskova’da bulunan ajans özellikle Doğu Avrupa, Orta Asya ve Orta Doğu’da etkilidir. Devletle yakın ilişkisi nedeniyle eleştirilse de dijitalleşme sürecinde veri gazeteciliği, çoklu dil desteği ve yapay zekâ tabanlı sistemlerle küresel erişimini geliştirmeye odaklanmaktadır (TASS, 2024). TASS, dijital teknolojileri kullanarak küresel ölçekte etkili olma hedefini sürdürmektedir. Ancak dijitalleşme sürecine uyum sağlarken devlet politikalarıyla kurduğu yakın ilişki nedeniyle haber üretiminde nesnellik tartışmalarını da beraberinde getirmektedir.

Deutsche Presse-Agentur (DPA), 1949’da Hamburg’da bağımsız habercilik amacıyla kurulmuş, Almanya’daki büyük medya kuruluşlarının ortak olduğu kâr amacı gütmeyen bir ajanstır. Almanca’nın yanı sıra İngilizce, İspanyolca ve Arapça içerik hazırlayıp sunmakta olan DPA, özellikle Avrupa merkezli haber ağıyla öne çıkmaktadır. Dijitalleşme sürecinde metin, görsel ve veri tabanlı içerik çeşitliliğini artırarak çoklu platformlara uyum sağlamıştır (DPA, 2025). DPA’nın kamu yararını önceleyen yapısı, dijitalleşmeyle birlikte çok formatlı içerik üretimini benimsemesi sayesinde, Avrupa medya sisteminde istikrarlı ve güvenilir bir aktör olarak konumunu korumaktadır.

Tematik ve Özel Konulu Ajanslar (Bloomberg)

Bloomberg News, 1990’da Michael Bloomberg tarafından kurulmuştur. Finans, ekonomi, enerji ve teknoloji alanlarında uzmanlaşmış bir ajans olarak öne çıkmaktadır. New York merkezli Bloomberg L.P. çatısı altında faaliyet göstermekte olan kurum, veri temelli habercilik anlayışıyla küresel medyada da kendine özgü bir yer edinmiştir. Özellikle piyasa analizleri ve yatırımcı odaklı içerikleriyle tanınan ajansın, sermaye piyasalarıyla doğrudan ilişkisinden ötürü bağımsızlığı zaman zaman akademik tartışmalara konu olmaktadır. Bloomberg, dijital teknolojileri kullanarak hem kurumsal abonelik sistemine (Terminal) hem de genel dijital mecralara içerik sunmaktadır. Bu çok katmanlı stratejiyle farklı kullanıcı gruplarına ulaşmayı hedeflemektedir (Bloomberg, 2025). Bloomberg News, veri odaklı haberciliği ekonomiyle entegre eden yapısıyla geleneksel ajans modelinden ayrılmaktadır. Ancak finansal sistemle kurduğu yapısal bağ, haber üretimindeki yönelimlerin ekonomi-politik boyutunu görünür kılmaktadır.

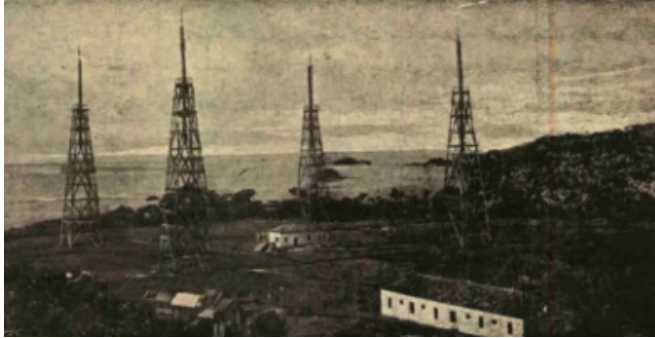
Türkiye’deki Ajans Haberciliğinin Tarihçesi

Türkiye’deki ajans haberciliğinin tarihçesi, Osmanlı Dönemi ve Cumhuriyet Dönemi olmak üzere iki ana başlık altında incelenmiştir.

Osmanlı Dönemi

Şekil 1.

Patara Telsiz Telgraf İstasyonu



(Kaynak: DHA, 2022).

Osmanlı Devleti, Antalya’nın Kaş ilçesindeki Patara Antik Kenti’nde 1906’da bir telsiz telgraf istasyonu kurarak haberleşme teknolojilerinde ulaştığı düzeyi ortaya koymuştur. Bu istasyon, imparatorluğun denizaşırı bölgelerle hızlı iletişim kurma çabasının somut örneklerinden biridir. Hicaz Demiryolu hattıyla bağlantılı olarak Basra ve Hicaz gibi merkezlerle temas sağlanmıştır. Uzun süre unutulmuş istasyon, 116 yıllık arşiv görsellerinin gün yüzüne çıkmasıyla tekrar gündeme gelmiştir. Fotoğraflar, istasyonun mimari yapısını, teknik donanımını ve görevlilerini belgeleyerek Osmanlı’nın erken dönem telsiz stratejilerine ışık tutmaktadır (DHA, 2022). Bu örnek, Osmanlı’nın teknolojik modernleşme arayışının yalnızca askeri ya da bürokratik alanlarla sınırlı kalmadığını, iletişim altyapısında da uluslararası standartlara ulaşma hedefi güttüğünü göstermektedir.

Osmanlı İmparatorluğu’nda telgraf teknolojisinin benimsenmesi, teknik bir yeniliğin ötesinde merkezleşme politikaları ve modernleşme arayışlarıyla doğrudan ilişkili bir gelişmedir. 19. yüzyılın ortalarından itibaren haberleşme sistemleri, devletin işleyişinde stratejik bir araç haline gelmiştir. Bu süreçte bilgi akışının hızlandırılması, taşra üzerindeki denetimin artırılması ve idari yapıların etkinleştirilmesi hedeflenmiştir. Paulina Lucy Lewis’in doktora çalışmasına göre telgraf, iletişimi hızlandırmanın yanı sıra karar alma süreçlerini merkezden koordine etmek, devlet otoritesini pekiştirmek ve kriz yönetimini organize etmek açısından da işlevsel bir araç olarak değerlendirilmiştir. Özellikle Kırım Savaşı sırasında kurulan ilk hatlar; telgrafın dış ilişkiler ve askeri stratejilerde belirleyici bir rol üstlenmeye başladığını ortaya koymaktadır (Lewis, 2018). Osmanlı yönetimi, telgraf teknolojisini hem haberleşmeyi hızlandırmak hem de merkezi otoriteyi güçlendirmek için stratejik bir araç olarak benimsemiştir.

Osmanlı’da haber ajanslarının ortaya çıkışı; modernleşme süreci ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemelerle ilişkilidir. 19. yüzyılda telgrafın bürokrasiye dahil edilmesi, merkezi yönetimin taşradaki denetimini arttırmıştır. Başlangıçta askeri ve diplomatik amaçlarla kullanılan bu teknoloji zamanla haber dolaşımının altyapısını oluşturmuştur. Havas, Reuter ve Wolff gibi Avrupa ajansları aracılığıyla dış haberler Osmanlıya ulaştırılmıştır. Ancak içerik üretiminde, büyük ölçüde dışa bağımlı kalınmıştır. Yerli ajans girişimi 20. yüzyıl başında Osmanlı Telgraf Ajansı’nın kurulmasıyla gerçekleşmiştir. Bu teşebbüs, imparatorluğun dış imajını güçlendirmek ve iç kontrolü arttırmak amacıyla iletişim altyapısını merkezileştirmeyi hedeflemiştir (Çakır,

2023, s. 169-174). Osmanlı'nın yerli haber ajansı kurma çabası, iletişim teknolojileriyle birlikte devletin hem dış imajını hem de iç denetimini güçlendirmeyi hedeflemiştir.

Osmanlı'da modern haber ajansı oluşumu, 1911'de kurulan Osmanlı Telgraf Ajansı (OTA) ile başlamıştır. İttihat ve Terakki yönetiminin desteğiyle kurulmuş olan bu ajans, hükümet açıklamalarını dış kamuoyuna ulaştırmayı ve yabancı ajanslara içerik sağlamayı hedeflemiştir. Kurucu Salih Gürcü, Havas Ajansı ile temas kurarak haber dilini Fransızca olarak belirlemiş, OTA'yı diplomatik propaganda aracı olarak konumlandırmıştır. Devlet söylemini aktarmakla sınırlı kalan ajans, 1914'te faaliyetlerini sonlandırmak zorunda kalmıştır (Bengi, 2019). Osmanlı Telgraf Ajansı, kamuoyunu bilgilendirmekten çok; devletin söylemini dışarıya taşımaya odaklandığı için etkisi sınırlı kalmış ve kurulduktan kısa bir süre sonra işlevini yitirmiştir.

Cumhuriyet Dönemi

Şekil 2.

Atatürk ve 1922'deki İstanbullu Gazeteciler



(Kaynak: AA, 2017).

Anadolu Ajansı kurulmadan önce Osmanlı'nın son dönemlerinde faaliyet gösteren Türkiye-Havas Reuter Ajansı, Damat Ferit Paşa hükümetiyle yapılmış olan anlaşmayla çalışmalarını sürdürmüştür. Millî Mücadele karşıtı haberler yayımladıklarından dolayı Mustafa Kemal Atatürk, bu ajansa karşı güven duymamış ve alternatif bir ajans kurma ihtiyacı hissetmiştir (Tekeli, 2005, s. 17-18). Cumhuriyet'in kuruluş döneminde iletişim alanında kurumsallaşmaya yönelik adımlar atılmıştır. Atatürk, halkı bilgilendirmeye önem vererek basını yeni devletin inşasında stratejik bir araç olarak kullanmıştır. Sivas Kongresi'ni duyuran İrade-i Milliye ve ardından yayımlanan Hakimiyet-i Milliye gazeteleri bu sürecin birer parçası olmuşlardır. 1920'de kurulmuş olan Anadolu Ajansı ise Millî Mücadele'nin sesi olmayı hedeflemiştir. Ajans, Ankara merkezli haber akışıyla hem yurtiçinde hem de uluslararası alanda kamuoyunu bilgilendirmeye odaklanmıştır (Güngör, 2010, s. 7). Anadolu Ajansı'nın kuruluş süreci, iletişimin sadece haber üretmekle sınırlı olmadığını; siyasal meşruiyet, kamuoyu yönetimi ve uluslararası tanınırlık gibi işlevlerle iç içe geçtiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, ajans haberciliğinin erken dönemden itibaren stratejik bir araç olarak konumlandığını göstermektedir.

Anadolu Ajansı

Anadolu Ajansı'nın (AA) kuruluşu, Türk basın tarihinde önemli bir eşik olarak değerlendirilmiştir. Halide Edip Adıvar ve Yunus Nadi Abaloğlu, İstanbul'un işgali sonrası Anadolu'ya geçerek bağımsız bir haber ajansı kurma fikrinde uzlaşmışlardır. "Anadolu Ajansı" ismiyle 6 Nisan 1920'de kurulan ajans, Mustafa Kemal Paşa'nın desteğiyle çalışmalarına başlamıştır. İlk faaliyetler arasında yabancı haberlerin çevrilmesi, Mustafa Kemal'in telgraflarının halka ulaştırılması ve doğru bilgilendirme yer almıştır. Bu girişim, Millî Mücadele'nin kamuoyunda karşılık bulmasına katkı sunmuştur (AA, 2021). Ancak ajansın faaliyetleri doğrudan devlet denetiminde yürütüldüğü için gazeteler, çoğunlukla iktidarın olumlu icraatlarını aktarmakla sınırlı kalmıştır. Farklı bir haber ajansının bulunmadığı o dönemde kamuoyunu bilgilendirme sorumluluğunu büyük ölçüde köşe yazarları üstlenmiştir (Güngör, 2010, s. 17). Bu bağlamda Anadolu Ajansı, haber hazırlamanın ötesinde devletin söylemini kamuoyuna aktarma işlevi gören merkezi bir yapı olarak önem kazanmıştır.

Atatürk'ün iletişim anlayışı, halkla doğrudan ilişki kurmak üzerine olmuştur. Basını, haber vermenin yanı sıra halkı eğiten ve yönlendiren bir mecra olarak görmüştür. Cumhuriyetin ilk yıllarında basın, kamu hizmeti anlayışıyla denetim altına alınmış ve ideolojik bir misyon üstlenmiştir. Harf devrimi, halk evleri ve nutuklar bu yaklaşımın uygulamadaki somut örneklerindedir. Basın, Atatürk döneminde ortak bir bilinç inşası için siyasal otoriteyle uyumlu bir biçimde yapılandırılmıştır (Çokluk, 2021, s. 73-76). Bu durum, basının kamusal bir alan olmaktan çok, ulus inşa sürecinin ideolojik bir aracı olarak tasarlandığını göstermektedir.

Anka Haber Ajansı

Anka Haber Ajansı'nın kökeni, 1950'de kurulan ancak 1953'te dönemin iktidarı tarafından kapatılan Ankara Ajansı'na dayanmaktadır. ANKA, 1972'de Altan Öymen, Gül Önet, Sevgi Soysal ve Ali Polat'ın yer aldığı kurucu kadrosuyla yeniden yayın hayatına başlamıştır. Sahadan topladığı verileri medya kuruluşlarına ileten ajans özellikle siyasi ve toplumsal gelişmeleri aktarırken benimsediği tarafsızlık ilkesiyle geniş bir güven inşa etmiştir. Araştırmacı gazetecilik yaklaşımıyla öne çıkan ANKA hem nitelikli içerik üretmekte hem de çok sayıda gazetecinin mesleki yapılanmasında etkili olmaktadır (ANKA, 2025). Bu yönüyle ANKA, Türkiye'de bağımsız haberciliğin kurumsallaşmasında özgün bir örnek teşkil etmektedir.

Demirören Haber Ajansı

Türkiye'nin ilk özel ulusal haber ajansı olan Hürriyet Haber Ajansı, 1963'te kurulmuş ve daha sonra Demirören Haber Ajansı adını almıştır. Türk basın tarihinin en köklü ve güçlü markalarını bünyesinde barındıran Demirören Medya, bugün 3500 kişilik kadrosuyla Türkiye'nin önde gelen medya gruplarından biri olmasının yanı sıra Avrupa çapında da etkili bir medya yapılanmasına sahiptir (DHA, 2022). Demirören Medya'nın mevcut yapısı, ajans haberciliğinde sermaye merkezli bir modelin güç kazandığını göstermektedir.

İhlas Haber Ajansı

Türkiye'nin özel sektör şirketleri arasında ilk olarak görüntülü haber servisi hazırlayan kuruluşu olan İhlas Haber Ajansı (İHA), 1994'te yayın hayatına başlamıştır. Özel televizyonların faaliyete başlamasıyla birlikte doğru, hızlı ve objektif haberciliği kendine şiar edinen İHA, Türkiye'nin 81 ilinde 26 bölge müdürlüğü ile hizmet vermektedir. Türkiye'de yayıncılık ilkeleri farklı olan 2 binden fazla kurum, internet sitesi, televizyon ve gazete yayınlarını İHA haberleriyle şekillendirmektedir (İHA, 2025). İHA, çok merkezli dağıtım ağı ve hızlı içerik üretimiyle ajans haberciliğinde etkili bir rol üstlenmiştir.

ARAŞTIRMA

Bu bölümde öncelikle, öncelikle araştırmanın yöntemi, veri toplama süreci ve örnek olayın belirlenmesine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Devamında, analiz kapsamında yer alan İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun siyasal profiline yer verilmektedir. Son olarak İmamoğlu'nun tutuklanma sürecine dair haberlerin çerçeveleme analizi, kuramsal temellere dayalı olarak ele alınmaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, Türkiye'de faaliyet göstermekte olan dört büyük haber ajansının (AA, İHA, DHA ve ANKA) dijital mecralardaki haber üretim ve çerçeveleme biçimlerini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma, temelde nitel yöntemlere dayanmaktadır. Nitel araştırmalar, toplumsal olguları kendi bağlamı içinde derinlemesine kavramayı hedeflerken bireylerin deneyimlerine yükledikleri anlamları ortaya koymayı esas almaktadır (Karasar, 2020, s. 44-45). Nitel yöntemeye dayalı olan bu araştırmada haber metinlerinin yapı ve anlam dünyasını çözümleyebilmek adına çerçeveleme analizinden yararlanılmaktadır. Bu bağlamda, öncelikle belirli bir zaman aralığında gerçekleşen toplumsal ya da siyasal içerikli örnek bir olay seçilmiştir. Söz konusu olayın dört büyük haber ajansı tarafından nasıl yapılandırıldığı ve sunulduğu analiz edilecektir. Çerçeveleme analizinin temel amacı, medyada yer bulan haber içeriklerinin hangi yönleri öne çıkararak aktarıldığını ve bu içeriklerin hangi anlam çerçeveleri içinde inşa edildiğini ortaya koymaktır (Entman, 1993). Bu doğrultuda yapılacak çalışma, haber metinlerinde anlamın nasıl inşa edildiğini çözümleyerek ajansların söylemsel tercihlerine ışık tutmayı hedeflemektedir.

Entman çerçeveleme analizini, haber metinlerinin belirli unsurları nasıl seçip vurguladığını inceleyen bir yöntem olarak tanımlamaktadır. Ona göre çerçeveleme, bir olay ya da meseleye dair gerçekliğin belirli yönlerinin öne çıkarılması, diğerlerinin ise arka plana itilmesiyle işlemektedir. Entman, bir haberin çerçeveselmesini dört temel işlev üzerinden analiz etmektedir: Sorunun tanımlanması (problem definition), nedensel yorum (causal interpretation), ahlaki değerlendirme (moral evaluation) ve çözüm önerisi (treatment recommendation). Örneğin, bir protesto haberi ele alındığında bu eylemin “kamu düzenini tehdit eden bir hareket” olarak sunulması problem tanımını belirlerken eylemcilerin “marjinal gruplar” olarak kodlanması nedensel yorumu yansıtmaktadır. Haberde “yasaların çiğnendiği” vurgusu ahlaki değerlendirme işlevini yerine getirirken; “güvenlik önlemlerinin artırılması” yönündeki çağrılar çözüm önerisini oluşturmaktadır (Entman, 1993). Entman'ın bu yaklaşımı, medya içeriklerinin ideolojik ve söylemsel yönlerini çözümlemede işlevsel bir analitik çerçeve sunmaktadır.

Robert Entman, *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy* (*Güç Yansımaları: Haberlerin Çerçeveselmesi, Kamuoyu ve ABD Dış Politikası*) adlı çalışmasında ABD dış politikasının medya aracılığıyla nasıl meşrulaştırıldığını analiz ederken, Kosova ve Somali müdahalelerine dair çerçeveleme farklılıklarına özel bir yer ayırmaktadır. Entman'a göre medya söylemi yalnızca kamuoyunu bilgilendirmekle kalmaz aynı zamanda hangi dış müdahalenin meşru, hangisinin ise sorunlu görüleceğine dair çerçeveler üretmektedir. Bu bağlamda, 1990'ların sonunda gerçekleşen Kosova müdahalesi ile 1993'teki Somali müdahalesi karşılaştırmalı olarak ele alınmaktadır. Somali müdahalesi, insani yardım amacıyla başlatılmış olmasına rağmen 1993'te Mogadişu'da 18 Amerikan askerinin ölümüyle sonuçlanan Black Hawk Down olayı sonrasında kamuoyunda büyük tepki yaratmış ve medyada “başarısızlık” çerçevesi öne çıkmıştır. Entman'a göre haber metinleri bu olayı şu şekilde çerçevelemiştir: Sorun, ABD'nin net bir strateji olmaksızın müdahil olması” şeklinde tanımlanmıştır. Nedensel yorum olarak ise Clinton yönetiminin zayıf liderliği ve belirsiz dış politika yönelimi gösterilmiştir. Ahlaki değerlendirme kısmında ise ABD'nin dünya meselelerine müdahil olmasının “tehlikeli” ve “sorumsuz” bir girişim olduğu ima edilmiştir. Önerilen çözüm, Amerikan askerleri varlığının hızla çekilmesi ve benzer müdahalelerden

kaçınılması yönünde olmuştur. Medya söylemi, bu olayın ardından dış müdahalelere yönelik kuşkucu bir çerçeve inşa etmiş ve kamuoyunda “bir daha asla” algısını pekiştirmiştir (Entman, 2004, s. 43- 50). Buna karşılık Kosova müdahalesi farklı bir söylemsel yapı içinde kurulmuştur. NATO öncülüğünde gerçekleştirilen bu müdahale, etnik temizlik ve insan hakları ihlallerine karşı bir ahlaki zorunluluk olarak çerçevelenmiştir. Medyada yer alan haberlerde sorun, “Sırların Kosovalı Arnavutlara uyguladığı şiddet” olarak tanımlanmıştır. Neden olarak Slobodan Milošević’in diktatöryal yönetimi ve etnik nefreti gösterilmiştir. Ahlaki değerlendirme kısmında, müdahale “insanlığın evrensel değerlerini savunma” olarak meşrulaştırılmıştır. Bu söylemde, ABD’nin liderliği bir zorunluluk ve etik görev olarak kodlanmış, çözüm ise askeri müdahaleyle bölgedeki istikrarsızlığın sona erdirilmesi olarak sunulmuştur (Entman, 2004, s. 127-137). Entman’a göre medya bu çerçeveyi bilinçli olarak benimseyerek kamuoyunun müdahaleyi desteklemesini sağlamış, dolayısıyla dış politikanın meşruiyet üretiminde işlevsel bir rol oynamıştır. Bu iki örnek olay, çerçevelemenin haberi şekillendiren bir teknik olmasının yanı sıra uluslararası ilişkilerde de ideolojik ve stratejik bir araç olduğunu göstermektedir.

Hariman ve Lucaites’in kamusal imgelerin siyasal söylemdeki işlevlerine odaklanan çözümlemeleri, haber görsellerinin ideolojik yönünü ortaya koymakta önemli kuramsal katkılar sunmuştur. Bu çalışmada ise görsellerin haber metinleriyle kurduğu anlam ilişkisini çözümleyebilmek için John B. Thomson’un bağlamsal çözümleme yaklaşımı temel alınmaktadır. Görseller, haberin aktarım biçimini yönlendiren ve temsil gücü taşıyan iletiler olarak değerlendirilmektedir. Thomson’un yöntemi, haber fotoğraflarını öznelerin temsili, sunumun biçimsel yapısı ve iletinin ideolojik çerçevesi bakımından incelemeye olanak sağlamaktadır (Thompson, 2005, s. 336). Thomson’un çerçevesi, haber görsellerini söylemsel iktidarın kurucu ögesi olarak ele alma imkânı sunmaktadır.

Verilerin Toplanması ve Örnek Olay Seçimi

Dört büyük haber ajansının (Anadolu Ajansı, Demirören Haber Ajansı, İhlas Haber Ajansı ve Anka Haber Ajansı) dijital platformlarında yayınladıkları haber içerikleri, nitel bir analiz yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada veri toplama süreci, amaçlı örnekleme tekniğine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Amaçlı örnekleme, belirli özelliklere sahip bir durumu derinlemesine incelemek amacıyla örneklerin bilinçli bir biçimde seçilmesini temel alan bir yöntemdir (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 108). Bu doğrultuda, kamuoyunda geniş bir yankı uyandıran ve siyasal açıdan yoğun tartışmalara neden olan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu hakkında verilen tutuklu yargılama kararı, örnek olay olarak belirlenmiştir. Bu kararın kamuoyuna yansımaları ve yargı sürecine dair gelişmelerin haber ajansları tarafından nasıl haberleştirildiği Entman’ın çerçeveleme analizi modeliyle incelenmiştir. Analize konu olan haberler; Anadolu Ajansı tarafından 24 Mart 2025’te, Demirören Haber Ajansı, İhlas Haber Ajansı ve Anka Haber Ajansı tarafından ise 23 Mart 2025’te yayımlanmıştır.

Ekrem İmamoğlu’nun Siyasal Profili

Ekrem İmamoğlu, 1970’te Trabzon’un Akçaabat ilçesinde doğmuştur. Trabzon Lisesi’nden mezun olduktan sonra Girne Amerikan Üniversitesi’nde iki yıl süren eğitiminin ardından İstanbul Üniversitesi’ne geçiş yapmıştır. Aynı üniversitenin “İnsan Kaynakları ve Yönetimi” bilim dalında yüksek lisansını tamamlamıştır. 1992’de, inşaat alanında faaliyet gösteren aile şirketine yönetim kurulu başkanlığı görevini üstlenmiştir. Ayrıca Trabzonspor ve Beylikdüzüspor kulüplerinde yöneticilik yapmıştır. Siyaset kariyerine 2009 yerel seçimlerinde Beylikdüzü belediye başkanlığına aday olarak başlamış; aynı yıl CHP Beylikdüzü İlçe Başkanlığı görevini üstlenmiştir. 30 Mart 2014 yerel seçimlerinde CHP’nin Beylikdüzü Belediye Başkan Adayı olmuş ve seçimi yüzde 50,83 oy oranıyla kazanmıştır. 2019 ve 2024

yerel seçimlerinde CHP adayı olarak İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı görevine seçilmiştir (CHP, 2025). Cumhuriyet Halk Partisi'nin resmi internet sitesinden alınan bu bilgiler, İmamoğlu'nun siyasi yükselişinin yerel yöneticilik deneyimiyle şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Ajans Haberciliğinde Çerçeveleme Stratejileri

Bu bölümde, İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkanı Ekrem İmamoğlu hakkında verilen tutuklu yargılama kararına ilişkin haberlerin Türkiye'deki 4 büyük haber ajansı (AA, DHA, İHA ve ANKA) tarafından nasıl çerçvelendiği analiz edilmektedir. Çalışmada Robert Entman'ın çerçeveleme analizine dayalı olarak her ajansın haberinde yer alan 4 temel işlev (sorunun tanımlanması, nedensel yorum, ahlaki değerlendirme ve çözüm önerisi) doğrultusunda söylemsel yapı çözümlenmiştir. Analiz, olayın medya görünürlüğü açısından "tutuklama kararının duyurulması" aşamasına odaklanmaktadır. Bu kapsamda, 4 ajansın aynı olaya ilişkin ürettiği haber metinleri ve varsa görsel içerikleri incelenerek olayın hangi yönlerinin öne çıkarıldığı, hangi kavram ve söylemlerle yapılandırıldığı belirlenmiştir. Böylece haber ajanslarının söylemsel tercihleri ile çerçeveleme stratejileri karşılaştırılmalı olarak analiz edilmiş; habercilik pratiklerinin ideolojik ve kurumsal dinamikler doğrultusunda nasıl biçimlendiği ortaya konmuştur.

Ajansların İmamoğlu Haberini Çerçeveleme Biçimleri

Bu kısımda, İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu hakkında verilen tutuklama kararına ilişkin haberlerin dört büyük ajans tarafından nasıl aktarıldığı incelenmektedir. Her ajansın olaya yaklaşımı, haber dili ve görsel tercihleri doğrultusunda ayrı başlıklar altında analiz edilmektedir.

Anadolu Ajansı (AA)

Şekil 3.

İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu, Yolsuzluk Soruşturması Kapsamında Tutuklandı



(Kaynak: AA, 2025).

Şekil 3'ün Görsel Analizi: AA'nın 24 Mart 2025 tarihli bu haberinde kullanılmış olan görsel, İstanbul Adalet Sarayı'nın dış cephesini yansıtan nötr bir kareden oluşmaktadır. John B. Thomson'un temsil kuramı çerçevesinde bu tür kurumsal mimari temsiller, olayın kurumsal bir düzlemde sunulduğunu ortaya koymaktadır. Görsel, yargı sürecine dair ciddiyet ve resmiyet vurgusunu pekiştirerek izleyicinin duygusal ya da empatik bir bağ kurmasını engellemektedir. Bunun yerine haberin teknik ve nesnel bir bağlamda algılanmasını sağlamaktadır.

Haber Özeti: Haberde İmamoğlu'nun, İBB'ye yönelik yürütülen bir yolsuzluk kapsamında tutuklandığı bilgisi verilmektedir. AA haberinde, olayın adli yönlerini öne çıkararak suçlamaların içeriği, savcılık kararı ve görevden geçici uzaklaştırma sürecine odaklanmaktadır. Haberin dili teknik ve resmi olup, siyasi değerlendirmelerden kaçınılmıştır (AA, 2025).

Tablo 1.

AA'da Yayımlanan İmamoğlu'nun Tutuklanma Haberine Uygulanan Çerçeveleme Analizi

İŞLEV:	AA HABERİNDEKİ YANSIMALARI
Problem Tanımı:	İBB Başkanı hakkında yürütülen yolsuzluk soruşturması ve bu kapsamda verilen tutuklama kararı.
Nedensel Yorum:	Soruşturma sürecinde toplanan deliller ve savcılık iddiaları.
Ahlaki Değerlendirme:	Yorum yapılmamıştır. Haber teknik bir dil ve tarafsızlık iddiası taşıyan bir çerçevede sunulmuştur.
Çözüm Önerisi:	Geçici görevden uzaklaştırma kararı ve yargı sürecinin takip edileceği bilgisi verilmiştir.

Tablo 1, AA'nın haberi resmi kurum söylemi doğrultusunda çerçevelediğini ortaya koymaktadır. Metinde yorumdan kaçınılmıştır. Haber, teknik bir dille ve tarafsızlık vurgusuyla sunulmuştur.

Demirören Haber Ajansı (DHA)

Şekil 4.

İmamoğlu'na "Terör ve Yolsuzluk" Soruşturmasında Tutuklama Talebi; Mahkemeye Sevk Yazıları Ortaya Çıktı



(Kaynak: DHA, 2025).

Şekil 4'ün Görsel Analizi: DHA'nın 23 Mart 2025 tarihli bu haberinde kullanılmış olan görselde Ekrem İmamoğlu, sahil fonunda mikrofonların önünde konuşurken yer almaktadır. Bu sunum, haberin adli içeriğine karşın onu siyasi bir figür olarak konumlandırmaktadır. John B. Thompson'un temsil kuramına göre, bu tür görseller yalnızca bilgi değil aynı zamanda güç ve meşruiyet aktarmaktadır. İmamoğlu'nun kadrajda kendinden emin bir duruşla yer alması; haberin suçlayıcı içeriğini dengeleyen bir izlenim oluşturmakta, dramatik öğelerden uzak, olağan bir siyasal görünüm sunmaktadır.

Haber Özeti: DHA'nın haberinde, Ekrem İmamoğlu hakkında yürütülen terör ve yolsuzluk soruşturması kapsamında tutuklama talebinde bulunduğu aktarılmaktadır. Haberde, savcılık tarafından hazırlanan sevk yazılarına dayanılarak suçlamaların içeriği, delil unsurları ve adli süreç ön planda tutulmuştur. Haber metninde teknik bir dil kullanılmakta; siyasi aktörlerin yorumlarına yer verilmeden resmi kaynaklara dayalı bir aktarım sunulmaktadır (DHA 2025).

Tablo 2.

DHA'da Yayımlanan İmamoğlu'nun Tutuklanma Haberine Uygulanan Çerçeveleme Analizi

İŞLEV:

DHA HABERİNDEKİ YANSIMALARI

Problem Tanımı: Ekrem İmamoğlu'na yöneltilen terör ve yolsuzluk suçlamaları kapsamında tutuklama talebinin gündeme gelmesi.

Nedensel Yorum: Mahkemeye sevk yazılarında yer alan iddialar, soruşturma sürecinde toplanan bilgiler ve belediye'deki uygulamalar.

Ahlaki Değerlendirme: Dolaylı ifadelerle suçlamaların ciddiyeti vurgulanmaktadır. Haber dili suçlayıcı bir çerçeveye işaret etmektedir.

Çözüm Önerisi: Hukuki sürecin devam edeceği, mahkeme kararlarının beklendiği ifade edilmiştir.

Tablo 2, DHA'nın haberi dolaylı suçlamalar ve adli sürece odaklı bir yapı içinde çerçevelediğini göstermektedir. Haber dili doğrudan olmasa da suçlamaların ciddiyetine dikkat çeken bir kurgu ile sunulmuştur.

İhlas Haber Ajansı (İHA)

Şekil 5.

İBB'deki Yolsuzluk ve Terör Soruşturması: Ekrem İmamoğlu Tutuklandı



(Kaynak: İHA, 2025).

Şekil 5'in Görsel Analizi: İHA'nın 23 Mart 2025 tarihli bu haberinde sabit bir fotoğraf yerine video paylaşılmıştır. Videonun açılış bölümünde İBB binası geniş açıyla kadrage alınmıştır. John B. Thompson'un temsil kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde; bu tür mekânsal temsiller, olayın yalnızca yargısal değil, aynı zamanda siyasal bir boyuta sahip olduğunu ima etmektedir. Belediye binasının kurumsal görünümü ve çevresindeki kalabalık, kamuoyunun dikkatinin olay üzerinde yoğunlaştığını yansıtmaktadır. Bu görsel tercih ile haberin adli olmasının yanı sıra siyasal ve toplumsal bir zeminde algılanması desteklenmektedir.

Haberin Özeti: İHA'nın haberinde; Ekrem İmamoğlu'nun İstanbul Cumhuriyet Başsavcılığı tarafından yürütülen "yolsuzluk ve terör" soruşturmaları kapsamında nöbetçi hakimlikçe tutuklandığı aktarılmaktadır. Haberde, tutuklama kararı verilirken terör suçlamasının reddine rağmen yolsuzluk suçları (rüşvet, ihale fesadı, kişisel verileri hukuka aykırı işleme ve örgüt kurma gibi) temel alındığı belirtilmiştir. Metin, adli süreci detaylı bir şekilde aktarırken emniyete sevk, ifadeler ve hakimlik kararlarına odaklanmıştır. Siyasal kurumlar ya da aktörlerin tepkilerine yer verilmez (İHA, 2025).

Tablo 3.

İHA'da Yayımlanan İmamoğlu'nun Tutuklanma Haberine Uygulanan Çerçeveleme Analizi

İŞLEV:	İHA HABERİNDEKİ YANSIMALARI
Problem Tanımı:	Yolsuzluk ve teröre dair şüphelerle yürütülen soruşturmada, yolsuzluk suçlamalarıyla tutuklama gerçekleşmiştir.
Nedensel Yorum:	Savcılık iddiaları, soruşturmanın iki kategoride ilerlemesi (terör ve yolsuzluk) ve hakimlik kararı belirtilmiştir.
Ahlaki Değerlendirme:	Suçlamalar aktarılırken ciddi bir soruşturma atmosferi çizilmiştir. Tarafsız ama suçlu imajı ima edilmiştir.
Çözüm Önerisi:	"Tutuklandı" ibaresiyle adli sürecin işletildiği, mahkeme sürecinin devam edeceği vurgulanmıştır.

Tablo 3, İHA'nın haberi suçlamaları ön plana çıkaran ve adli süreci ağır bir dille yansıtan bir çerçeveye sunduğunu göstermektedir. Haber dili tarafsızlık ima etse de haber söylemi yoğun bir biçimde suçlamaya odaklanmıştır.

Anka Haber Ajansı

Şekil 6.

Ekrem İmamoğlu Medya A.Ş. Soruşturması Kapsamında Tutuklandı



(Kaynak: ANKA, 2025).

Şekil 6'nın Görsel Analizi: ANKA'nın 23 Mart 2025 tarihli bu haberinde kullanılmış olan görselde Ekrem İmamoğlu, parmağını ileri doğru uzatırken görüntülenmiştir. Bu kadraj, onu sadece bir belediye başkanı olarak değil, aynı zamanda meydan okuyan bir siyasi figür olarak konumlandırmaktadır. John B. Thompson'un temsil kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde; bu tarz beden dili ifadeleri izleyiciye güç, irade ve karşı duruş temalarını iletme potansiyeli taşımaktadır. İmamoğlu'nun bu şekilde sunulması, yargı sürecine karşı güçlü bir siyasi duruş sergilediği mesajını pekiştirmektedir. Görsel, haberin söylemsel tonunu belirleyen başlıca unsur haline gelmektedir. Bu temsil, haberin siyasal çerçevede okunmasını teşvik etmektedir.

Haber Özeti: Anka Haber Ajansı'nın haberinde, Ekrem İmamoğlu'nun, İstanbul Büyükşehir Belediyesi İştiraki Medya A.Ş.'ye yönelik yürütülen bir soruşturma kapsamında tutuklandığı belirtilmektedir. Haberde, sürece dair adli bilgiler verilmiştir. İmamoğlu'nun savunmasına, CHP'nin açıklamalarına ve kamuoyundaki yankılara da değinilmiştir. Haber dili eleştirel bir tona sahip olup, tutuklama kararının siyasi gerekçelerle alınmış olabileceğine dair dolaylı imalar içermektedir (ANKA, 2025).

Tablo 4.

ANKA’da Yayınlanan İmamoğlu’nun Tutuklanma Haberine Uygulanan Çerçeveleme Analizi

İŞLEV:	ANKA HABERİNDEKİ YANSIMALARI
Problem Tanımı:	Tutuklama, Medya A.Ş. ’ye yönelik yürütülen bir soruşturmanın parçası olarak sunulmuştur.
Nedensel Yorum:	İmamoğlu’nun görevden alınmasına yol açan sürecin arkasında siyasi nedenlerin bulunduğu ima edilmektedir.
Ahlaki Değerlendirme:	Karar, demokratik normlar ve seçilmiş iradenin işleyişi bağlamında sorgulanmaktadır. Adaletin siyasi araç haline getirildiği yönünde eleştirel bir vurgu yapılmaktadır.
Çözüm Önerisi:	Açık olarak bir çözüm önerisi sunulmasa da demokratik ilkeler ve yargı bağımsızlığının korunması gerektiği mesajı ima edilmektedir.

Tablo 4, ANKA’nın haberi eleştirel ve muhalif bir çerçevede yapılandırıldığını göstermektedir. Demokratik değerlere ve siyasi müdahale olasılığına yapılan vurgu, haberi açık bir biçimde muhalif bir söylemle konumlandırmaktadır.

BULGULAR

Bu araştırmada yapılan çerçeveleme analizleri sonucunda, Türkiye’de faaliyet göstermekte olan dört büyük haber ajansının (AA, DHA, İHA ve ANKA) Ekrem İmamoğlu’nun tutuklanmasına ilişkin haber sunumlarında dikkat çekici söylemsel farklılıklar tespit edilmiştir. Anadolu Ajansı, haber metnini teknik bir dille kurgulamış; yargı sürecine odaklanarak savcılık kararı, suçlamaların içeriği ve geçici görevden uzaklaştırma gibi unsurları öne çıkarmıştır. Bu yaklaşım haberin siyasi boyutunu geri planda bırakarak kurumsal bir çerçeve oluşturmuştur. Haberle birlikte kullanılan İstanbul Adalet Sarayı görseli de bu yaklaşımı desteklemiş; resmi ve nötr mimari bir kareyle olayın yargı süreci bağlamında ele alındığını pekiştirmiştir.

DHA’nın haberinde ise adli sürece dair detaylı bilgiler sunulmuş; tutuklama talebinin gerekçeleri ve sevk yazılarındaki ifadeler haber metninde yer bulmuştur. Ancak haber dili AA’nın resmi tonuna kıyasla daha anlatıma dayalı bir kurguyla şekillenmiştir. Bu dilsel tercihler, okuyucunun kendi yorumunu katabileceği daha geniş bir bağlam sunmaktadır. Haberde kullanılan görselde ise İmamoğlu, mikrofonlar önünde kamusal bir etkinlikte konuşurken yer almaktadır. Bu tercih, haberin siyasal boyutunun da göz ardı edilmediğini göstermektedir. Görsel, haberin adli çerçevesine doğrudan müdahale etmese de İmamoğlu’nun güçlü ve temsil gücü yüksek bir siyasal aktör olarak sunulmasına katkı sağlamaktadır.

İHA, haberin çerçevesini başlıktan itibaren sert ve kararlı bir üslupla kurmuştur. “Terör ve yolsuzluk” ifadeleri, hukuki ve suç temelli bir söylemin yansımasıdır. Metinde yargı süreci meşru ve ciddi bir içerikle aktarılırken görsel olarak sabit fotoğraf yerine video kullanılmıştır. İlk sahnede İBB binası geniş açıdan gösterilmekte; ardından yolsuzlukla ilişkilendirilen görüntüler yer almaktadır. Bu tercih, haberin suçlayıcı tonunu pekiştirirken Thompson’un temsil kuramı çerçevesinde görselin yönlendirici işlevi açığa çıkmaktadır. Böylece İHA hem metin hem de video görüntüleri aracılığıyla İmamoğlu’na yöneltilen suçlamaları olgusal bir gerçeklik olarak sunmaktadır. Okuyucunun zihninde, yargı sürecine yönelik herhangi bir sorgulama alanı bırakmaksızın suçun kesinliğine dair bir kanaat inşa etmektedir.

ANKA ise haberi açıkça eleştirel bir tonla sunmuş hem haber dili hem de görsel tercihi ile tutuklama kararına muhalif bir pozisyon almıştır. Haberde hukuki sürece dair teknik detaylara

yer verilse de siyasal bağlam öne çıkarılmaktadır. Tutuklama kararı, muhalif belediye yönetimine yönelik sistematik bir müdahale olarak sunulmaktadır. Başlıkta kullanılan dil ve haberin kurulma biçimi, olayın tek başına adli bir süreç olarak sunulmadığını ortaya koymaktadır. Gelişmeler, mevcut iktidar ile yerel muhalefet arasındaki siyasi mücadele bağlamında değerlendirilmektedir. Görsel olarak tercih edilen fotoğrafta İmamoğlu, aktif ve meydan okuyan bir siyasal figür olarak kodlanmaktadır. Görselin mesajı, eleştirinin yanı sıra politik bir direniş ve kararlılık çağrısı olarak da okunabilmektedir. Bu çerçevede ANKA'nın haberi, siyasal bağlamı görünür kılan ve muhalefet lehine bir meşruiyet zemini oluşturan eleştirel bir habercilik pratiğini yansıtmaktadır.

SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren dört büyük haber ajansının (AA, DHA, İHA ve ANKA) İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun tutuklanma sürecine ilişkin haber sunumlarını nasıl çerçeveledikleri analiz edilmiştir. Eşik bekçiliği kuramı doğrultusunda, ajansların yalnızca haberleri seçmekle kalmayıp, hangi içeriklerin nasıl sunulacağına karar veren söylemsel aktörler olarak işlev gördüğü yaklaşımı temel alınmıştır. Bu bağlamda, çalışmada ajansların benimsedikleri çerçeveleme pratiklerinin söylem düzeyindeki karşılıkları incelenmiştir. Araştırma, Robert Entman'ın çerçeveleme kuramı temelinde yürütülmüş; haberlerin “sorunun tanımlanması”, “nedensel yorum”, “ahlaki değerlendirme” ve “çözüm önerisi” gibi dört temel işlev üzerinden nasıl yapılandırıldığı analiz edilmiştir. Bunun yanı sıra haber metinleriyle birlikte sunulan görsellerin söylemsel işlevi de göz önünde bulundurulmuştur. John B. Thompson'un temsil kuramı çerçevesinde yapılmış olan görsel analizler; ajansların metinlerin yanı sıra fotoğraf ve video gibi görsel araçlar üzerinden de olaylara dair ideolojik, kurumsal ve siyasi temsiller ürettiklerini ortaya koymuştur. Görsel tercihler, haberin duygusal tonunu, otorite ilişkisini ve çerçevelenen kişiye atfedilen konumu doğrudan etkileyen söylemsel kodlar oluşturmuştur.

Çerçeveleme analizinin bulguları, ajansların sahiplik yapısı, ideolojik yönelimi ve editöryal çizgileri doğrultusunda benimsedikleri haber sunumlarında belirgin farklılıklar olduğunu göstermiştir. AA olayın hukuki yönlerini teknik bir dille aktarırken, DHA daha esnek bir kurgu sunmuş ve görsel tercihiyle siyasal bağlamı ima etmiştir. İHA, haber dilinde sert ve suçlayıcı bir ton benimsemiştir. Görsel anlatımında doğrudan yolsuzlukla ilişkilendirilebilecek sahneleri öne çıkarıp güvenlik odaklı bir çerçeve kurmuştur. ANKA ise haberi açıkça eleştirel bir açıdan sunmuştur. İmamoğlu'nu aktif, meydan okuyan bir siyasi figür olarak temsil eden bir görsel eşliğinde, siyasal müdahale söylemini pekiştirmiştir.

Sonuç olarak, haber ajanslarının içerik üretiminde üstlendiği eşik bekçiliği işlevi hem içerik seçimi hem de çerçeveleme stratejileri açısından belirleyici editöryal tercihler doğrultusunda biçimlenmektedir. Dijitalleşen medya ortamında bu tercihler; haber metninin yanı sıra başlık, görsel ve platform kullanımına da yansımaktadır. Çalışma, çerçeveleme analizinin ajans haberciliğinde söylem çözümlemesi açısından işlevsel bir yöntem sunduğunu; temsil kuramıyla birlikte değerlendirildiğinde ise medya metninin çok katmanlı anlam yapılarını daha derinlikli bir biçimde çözümlenebileceğini göstermiştir. Bu çalışmanın ajans haberciliğine yönelik çerçeveleme ve temsil temelli çözümlemelere katkı sunması; iletişim alanındaki araştırmacı ve öğrenciler için yol gösterici bir kaynak işlevi görmesi beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Anadolu Ajansı (AA). (2017, Kasım 10). *Büyük Önder Atatürk'ü Anıyoruz*. https://www.aa.com.tr/tr/pg/foto-galeri/anadolu-ajansi-arsivinden-ataturk/0?utm_source=chatgpt.com
- Anadolu Ajansı (AA). (2021, Nisan 5). *AA'nın Temelini Atan İki İsim: Halide Edip Adivar ve Yunus Nadi Abalıoğlu*. <https://www.aa.com.tr/tr/kurumsal-haberler/aanin-temelini-atan-iki-isim-halide-edip-adivar-ve-yunus-nadi-abalioglu/2198353>
- Anadolu Ajansı (AA). (2025, Mart 24). *İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu, Yolsuzluk Soruşturması Kapsamında Tutuklandı*. https://www.aa.com.tr/tr/gundem/ibb-baskani-ekrem-imamoglu-yolsuzluk-sorusturmasi-kapsaminda-tutuklandi/3517679?utm_source=chatgpt.com
- Anka Haber Ajansı (ANKA). (2025, Mart 23). *Ekrem İmamoğlu Medya A.Ş. Soruşturması Kapsamında Tutuklandı*. https://ankahaber.net/haber/detay/ekrem_imamoglu_medya_as_sorusturmasi_kapsaminda_tutuklandi_228632
- Anka Haber Ajansı (ANKA). (2025, Mayıs 24). *Tarihçe*. <https://ankahaber.net/Tarihce>
- Agence France-Press (AFP). (2025, Mayıs 6). *About AFP*. <https://www.afp.com/en/agency/about/about-us>
- Associated Press (AP). (2025, Mayıs 6). *About Us*. <https://www.ap.org/about/>
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Bengi, S. H. (2019). Anadolu Ajansı Örneği. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 6(3), 789-814.
- Boyd-Barrett, O. (2008). News Agencies in the Era of the Internet. *Media Asia*, 35(3), 163-169. <https://doi.org/10.1080/01296612.2008.11726880>
- Bloomberg. (2025, Mayıs, 06). *About Bloomberg*. <https://www.bloomberg.com/company/>
- Bruns, A. (2007). Prodisage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation. *Creativity & Cognition* 6, Washington DC.
- Bruns, A. (2018). *Gatewatching and News Curation: Journalism, Social Media and the Public Sphere*. Peter Long.
- Cumhuriyet Halk Partisi (CHP). (2025, Haziran 28). *İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu: Özgeçmişi*. <https://chp.org.tr/ozgecmis/ekrem-imamoglu>
- Çakır, A. (2023). *Haber Ajanslarının Oluşumu ve Osmanlı Devleti'ne Girişine Dair Tarihsel Bir Okuma*. E. Güven & İ. Kılınç (Ed.), *Yeni Çağda Dönüşen Gazetecilik: Gazetecilikte Yeni Yaklaşımlar*, İçinde. Eğitim Yayınevi.
- Çokluk, N. (Ed.). (2021). *Atatürk ve Kitle İletişimi*. Der yayınları.
- Doğan, C. S. (2022). *Enformasyonel Kapitalizm, Veri ve Gazetecilik: Türkiye'de Dijital Kullanıcı Verilerinin Haber Sitelerinde Kullanımı*. Yayınlanmış Doktora Tezi. Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı.
- Demirören Haber Ajansı (DHA). (2022, Haziran 21). *Türkiye'nin Lider, Avrupa'nın 4. Büyük Medya Organizasyonu*. <https://www.demiroren.com.tr/faaliyet-alanlari/medya/haber-ajansi/>
- Demirören Haber Ajansı (DHA). (2022, Mayıs 6). *Osmanlı'nın İlk Telsiz-Telgraf İstasyonununun 116 Yıllık Fotoğrafları Ortaya Çıktı*. <https://www.dha.com.tr/gundem/osmanlinin-ilk-telsiz-telgraf-istasyonununun-116-yillik-fotograflari-ortaya-cikti-2092550>

- Demirören Haber Ajansı (DHA). (2025, Mart 23). *İmamoğlu'na "Terör ve Yolsuzluk" Soruşturmasında Tutuklama Talebi; Mahkemeye Sevk Yazıları Ortaya Çıktı*. <https://www.dha.com.tr/gundem/imamogluna-teror-ve-yolsuzluk-sorusturmasinda-tutuklama-talebi-mahkemeye-sevk-yazilari-ortaya-cikti-2606015>
- Deutsche Presse-Agentur (DPA). (2025, Mayıs 6). *About Us*. <https://www.dpa.com/en/about-dpa>
- Encyclopaedia Britannica. (2024, Mayıs 5). *Thomson Reuters Corporation*. <https://www.britannica.com/topic/Thomson-Reuters>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58. Doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x>
- Entman, R. M. (2004). *Projections of Power: Framing News, Public Opinion and U.S. Foreign Policy*. University of Chicago Press.
- Fuchs, C. (2014). *Social Media: A Critical Introduction*. Sage Publications.
- Galtung, J., & Ruge, M. H. (1965). The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64–91.
- Giddens, A. (2012). *Sosyoloji*. (Ed. Güzel, C.). Kırmızı Yayınları.
- Gitlin, T. (1982). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame Analysis: An Assay on the Organization of Experience*. Northeastern University Press.
- Güngör, N. (2010). *Cumhuriyet Döneminde İletişim Kurumlar, Politikalar*. Siyasal Kitabevi.
- Güngör, N. (2020). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Siyasal Kitabevi.
- Güngör, N. (2021). *İletişime Giriş*. Siyasal Kitabevi
- Griessner, C. (2013). *News Agencies and Social Media: A Relationship with a Future?* Austria Press Agency.
- Hariman, R., & Lucaites, J. L. (2007). *No Caption Needed: Iconic Photographs, Public Culture and Liberal Democracy*. The University of Chicago Press.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What's news? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, 2(2), 261-280. Doi: [10.1080/14616700118449](https://doi.org/10.1080/14616700118449)
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017) What is News? News Values Revisited (again). *Journalism Studies*, 18:12, 1470-1488, Doi: [10.1080/1461670X.2016.1150193](https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193)
- İhlas Haber Ajansı (İHA). (2025 Haziran 22). *Hakkımızda*. [https://www.ihlashaberajansi.com.tr/kurumsal/hakkimizda/#:~:text=T%C3%BCrkiye'nin%20g%C3%B6r%C3%BCnt%C3%BCs%C3%BCn%C3%BCn%20haber%20servisi,ile%2081%20ilde%20hizmet%20vermektedir.](https://www.ihlashaberajansi.com.tr/kurumsal/hakkimizda/#:~:text=T%C3%BCrkiye'nin%20g%C3%B6r%C3%BCnt%C3%BCs%C3%BCn%C3%BCn%C3%BCn%20haber%20servisi,ile%2081%20ilde%20hizmet%20vermektedir.)
- İhlas Haber Ajansı (İHA). (2025, Mart 23). *İBB'deki Yolsuzluk ve Terör Soruşturması: Ekrem İmamoğlu Tutuklandı*. <https://www.iha.com.tr/haber-ibbdeki-yolsuzluk-ve-teror-sorusturmasi-ekrem-imamoglu-tutuklandi-1190973>
- Iyengar, S. (1996). Framing Responsibility for Political Issues. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546(1), 59-70. <https://doi.org/10.1177/0002716296546001006>

- Karasar, N. (2020). *Bilimsel Araştırma Yöntemi Kavramlar İlkeler Teknikler*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Lakoff, G. (2004). *Don't Think of Elephant! Know Your Values and Frame the Debate*. Chelsea Green Publishing.
- Lewis, P. L. (2018). *Wired Ottomans: A Sociotechnical History of Telegraph and the Modern Ottoman Empire 1855-1911*. Yayımlanmış Doktora Tezi. University of California.
- Mattelart, A. (2000). *Networking the World 1794-2000* (Çeviri: L. Carey-Libbrecht & J. A. Cohen,). University of Minnesota Press.
- Napoli, P. M. (2022). Social Media and the Public Interest: Governance of News Platforms in the Realm of Individual and Algorithmic Gatekeepers. *Media and Communication*, 10(1), 216-226.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology and Politics*. Oxford University Press.
- Sütçü, S. S. (2014). Yeni Medya ve Enformasyona Özgürce Ulaşma Bağlamında Gazetecinin Bilişimciye Dönüşümü. *Yeni Türkiye Yayıncılık*. 924-928.
- Telegrafnoe Agentstvo Sovetskogo Soyuza (TASS). (2024, Mayıs 5). *About TASS*. <https://tass.com/today>
- Tekeli, S. (2005). *Atatürk ve Anadolu Ajansı*. Anadolu Ajansı Yayınları.
- Thompson, J.B. (2005). *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Polity Press.
- Thomson, T. J. (2019). *To See and Be Seen: The environments, Interactions and Identities Behind News Images*. Rowman & Littlefield.
- Thomson Reuters. (2024, Mayıs 4). *Trust Principles*. <https://www.thomsonreuters.com/en/about-us/trust-principles>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.
- Wardle, C., & Derakshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward on Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*. Council of Europe.