



**31 MART 2024 YEREL SEÇİMLERİNDEKİ ADAYLARIN
TEMSİLİ: SABAH VE CUMHURİYET GAZETESİ ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Emrah KIZILÇAY

Anadolu Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Eskişehir 2025

**31 MART 2024 YEREL SEÇİMLERİNDEKİ ADAYLARIN
TEMSİLİ: SABAH VE CUMHURİYET GAZETESİ ÖRNEĞİ**

Emrah KIZILÇAY
YÜKSEK LİSANS TEZİ
Basın ve Yayın Anabilim Dalı
Danışman: Doç. Dr. Devrim Deniz EROL

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Ocak 2025

JÜRI VE ENSTİTÜ ONAYI



ÖZET

31 MART 2024 YEREL SEÇİMLERİNDEKİ ADAYLARIN TEMSİLİ: SABAH VE CUMHURİYET GAZETESİ ÖRNEĞİ **Emrah KIZILÇAY**

Basın ve Yayın Anabilim Dalı
Anadolu Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ocak 2025

Danışman: Doç. Dr. Devrim Deniz EROL

Çalışmada Cumhuriyet ve Sabah gazetelerinde 31 Mart 2024 İstanbul yerel seçimlerine yönelik Adalet ve Kalkınma Partisi adayı Murat Kurum ve Cumhuriyet Halk Partisi adayı Ekrem İmamoğlu'na ilişkin haber söylemlerinin ele alınış biçimi Teun Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi modeli kullanılarak çözümlenmiştir. Bu gazetelerin seçilme sebepleri; farklı ideolojik yaklaşımdaki gazetelerin adayları temsil biçiminin belirlenebilmesi ve konuya ilişkin ele alış biçimlerindeki farklılıkların tespit edilebilmesidir. Çalışmada, gazete haberlerindeki ideolojik unsurların belirlenmesi amacıyla gazete haberleri sistematik bir şekilde incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre Sabah gazetesinin haberlerinde, Murat Kurum'un seçim projeleri, rakipleriyle ilişkileri ve kamuya yönelik mesajları ön plana çıkmaktadır. Kurum'un olumlu imajını pekiştirmek için aktif cümle yapıları tercih edilirken, rakipleri aleyhine olumsuz bir temsil çabası gözlemlenmektedir. Cumhuriyet gazetesinde ise, Ekrem İmamoğlu'nun toplumsal duyarlılığı ve liderlik özellikleri olumlu bir dille vurgulanırken, Murat Kurum'a yönelik eleştiriler öne çıkmaktadır. İmamoğlu'nun projeleri ve halkla ilişkileri, onun imajını güçlendirirken, Kurum'a ilişkin pasif cümle yapılarının kullanılması, eleştirilerin dolaylı bir biçimde yer verilmesine neden olmaktadır. Sonuç olarak, her iki gazete, siyasi figürleri farklı ideolojik çerçevelerde sunarak, kamuoyunu şekillendirme çabasını sürdürmektedir. Bu analiz, medyanın siyasi iletişimdeki rolünü ve etkisini anlamaya yardımcı olmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Haber, İdeoloji, Söylem Analizi, İstanbul Seçimleri

ABSTRACT

REPRESENTATION OF CANDIDATES IN THE 31 MARCH 2024 LOCAL ELECTIONS: THE CASE OF SABAH AND CUMHURİYET NEWSPAPER

Emrah KIZILÇAY

**Department of Journalism
Anadolu University, Graduate Education Institute, January 2025**

Supervisor: Doç. Dr. Devrim Deniz EROL

In this study, Cumhuriyet and Sabah newspapers' coverage of the news discourses on Justice and Development Party candidate Murat Kurum and Republican People's Party candidate Ekrem İmamoğlu for the 31 March 2024 Istanbul local elections were analyzed using Teun Van Dijk's critical discourse analysis model. The reasons for choosing these newspapers are to determine the way newspapers with different ideological approaches represent the candidates and to identify the differences in the way they deal with the subject. In the study, newspaper articles were systematically analyzed in order to determine the ideological elements in newspaper articles. According to the findings, Murat Kurum's election projects, his relations with his rivals and his messages to the public are emphasized in the news articles of Sabah newspaper. While active sentence structures are preferred to reinforce Kurum's positive image, a negative representation effort is observed against his rivals. In Cumhuriyet newspaper, Ekrem İmamoğlu's social sensitivity and leadership qualities are emphasized positively, while criticisms against Murat Kurum come to the fore. While İmamoğlu's projects and public relations strengthen his image, the use of passive sentence structures regarding Kurum causes criticism to be indirectly included. As a result, both newspapers continue their efforts to shape public opinion by presenting political figures in different ideological frameworks. This analysis helps to understand the role and impact of the media in political communication.

Key Words: News, Ideology, Discourse Analysis, Istanbul Elections

TEŞEKKÜR

Çalışmamın başından sonuna kadar her aşamasında bilgi ve deneyimleriyle bana yol gösteren, yönlendirmeleri ve uyarıları ile desteğini hiçbir zaman esirgemeyen tez danışmanım sayın hocam Doç. Dr. Devrim Deniz EROL'a en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Ayrıca çalışmanın farklı aşamalarında bana destek olan, beni motive eden, bilgilerine başvurduğum, düşüncelerini aldığım tüm hocalarıma, iş arkadaşlarıma, meslektaşlarıma ve diğer arkadaşlarıma çok teşekkür ederim.

Son olarak, tüm eğitim hayatımda olduğu gibi yüksek lisans eğitimimde de bu yola girdiğim ilk günden bu yana desteğini esirgemeyen aileme sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

....../....../20....

ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ

Bu tezin bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumu olmak üzere tüm aşamalarında bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan “bilimsel intihal tespit programı”yla tarandığını ve hiçbir şekilde “intihal içermediğini” beyan ederim. Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçları kabul ettiğimi bildiririm.

.....

Emrah KIZILÇAY

İÇİNDEKİLER

Sayfa

31 MART 2024 YEREL SEÇİMLERİNDEKİ ADAYLARIN TEMSİLİ: SABAH VE CUMHURİYET GAZETESİ ÖRNEĞİ	i
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT	iv
TEŞEKKÜR	v
ETİK İLKE VE KURALLARA UYGUNLUK BEYANNAMESİ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar DİZİNİ	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	xi
1. GİRİŞ	1
1.1. Problem	2
1.2. Araştırmanın Amacı	3
1.3. Araştırmanın Önemi	4
1.4. Yöntem	4
2. HABERE İLİŞKİN KURAMSAL YAKLAŞIMLAR	6
2.1. Haber	6
2.2. Kuramsal Yaklaşımlarda Haber	10
2.2.1. Liberal Yaklaşım	11
2.2.2. Eleştirel Kültürel Çalışmalar	14
2.2.3. Ekonomi Politik Yaklaşım	18
3. HABER SÖYLEM İDEOLOJİ	21
3.1. Dil ve Söylem	21
3.2. İdeoloji ve Tarihsel Yönleri	23
3.3. Medya Söylem ve İdeoloji İlişkisi	24
3.4. Haber ve Söylem Analizi	26
3.5. Eleştirel Söylem Analizi	28
4. BULGULAR VE YORUMLAR	31

4.1. Sabah Gazetesi	31
4.1.1. Makro Yapı Çözümlemesi	31
4.1.2. Mikro Yapı Çözümlemesi	49
4.2. Cumhuriyet Gazetesi	54
4.2.1. Makro Yapı Çözümlemesi	54
4.2.2. Mikro Yapı Çözümlemesi	63
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	66
KAYNAKÇA.....	76
ÖZGEÇMİŞ	



TABLÖLAR DİZİNİ

Sayfa

Tablo 1: Araçsal ve Yapısal Yaklaşımın Karşılaştırılması	20
---	----



ŞEKİLLER DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Şekil 1: Haberde Bulunması Gereken Öğeler	7
Şekil 2: Murat Kurum ve Abdulkadir Uraloğlu	38
Şekil 3: Pankart Krizi	39
Şekil 4: Para Sayma Görüntüleri	40
Şekil 5: Ekrem İmamoğlu Kuran Okuyor	57
Şekil 6: Murat Kurum'a Protesto	58



SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AK Parti	: Adalet ve Kalkınma Partisi
Akt.	: Aktaran
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
Çev.	: Çeviren
DEM Parti	: Halkların Eşitlik ve Demokrasi Partisi
Edt.	: Editör
Vd.	: ve Diğerleri

1. GİRİŞ

Medya ve siyaset arasındaki ilişki, demokratik bir toplumun işleyişinde hayati bir rol oynar. Medya, siyasi aktörlerin mesajlarını ve politikalarını halka iletme, kamuoyunu bilgilendirmek ve demokratik tartışmalara zemin oluşturmak gibi önemli işlevlere sahiptir. Aynı zamanda medya, siyasi aktörlerin ve politik süreçlerin algılanmasını şekillendirme gücüne de sahiptir. Bu nedenle, medyanın siyaset üzerindeki etkisi, demokratik süreçlerin sağlıklı işleyişinde ve kamuoyu katılımında belirleyici bir faktördür. Özellikle seçim dönemlerinde, medyanın siyaset üzerindeki etkisi daha da belirgin hale gelir. Seçimler, siyasi aktörlerin ve partilerin halka vaatlerini, politikalarını ve hedeflerini ilettikleri bir platformdur. Medya ise bu süreçte adayları ve partileri temsil eder, seçim sürecini haberler, analizler ve yorumlarla şekillendirir. Medyanın bu süreçteki etkisi, adayların ve partilerin algılanma biçimini önemli ölçüde etkiler. Hangi aday veya parti ne kadar ve nasıl temsil edilirse, kamuoyunun o aday veya parti hakkındaki algısı da buna göre şekillenir.

31 Mart 2024 yerel seçimleri, Türkiye'nin demokratik sürecinde son derece kritik bir dönemeç olabilir. Bu seçimler, yerel yönetimlerin belirlenmesinde ve kentlerin yönetiminde önemli bir rol oynamaktadır. Medyanın bu süreçteki rolü, adayları ve partileri temsil etme biçimi, seçim sürecini şekillendirme tarzı ve kamuoyu algısını etkileme gücü açısından büyük önem taşır. Sabah ve Cumhuriyet gibi farklı ideolojileri temsil eden önde gelen gazetelerin, seçim sürecinde adayları ve partileri nasıl temsil ettiği önemlidir. Çünkü bu gazetelerin seçim sürecine ilişkin haber, analiz ve yorumları, kamuoyunun seçimlere bakışını büyük ölçüde etkileyebilir. Bu nedenle, medyanın siyaset üzerindeki etkisi, 31 Mart 2024 yerel seçimleri üzerinden ayrıntılı bir şekilde incelenmelidir. Bu bağlamda, bu çalışmada Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinin seçim sürecinde adayları nasıl temsil ettiği ve seçime yönelik hangi söylemlere yer verdiği incelenmektedir. Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın temel odak noktaları ve bölümleri incelenmektedir. Öncelikle, problem ve bu problemin önemi ele alınarak, araştırmanın amaçları açıklanmaktadır. Daha sonra, bölüm bölüm çalışmanın ilerleyişi özetlenerek, okuyucuya çalışmanın genel yapısı aktarılmaktadır.

1.1. Problem

Demokratik sistemlerin temel niteliklerinden biri, halkın bilgiye erişme hakkıdır. Halk, edindiği bilgilere dayanarak siyasal otoriteye karar verir ve gerektiğinde onu denetler. Halk bu bilgilere medya yoluyla erişmektedir (Karagöz, 2018, s. 678). Seçime dayalı demokratik siyasal sistemlerde, özgür seçimler siyasal karar alma ve katılımın esasını oluşturur. Serbest seçimler, halkın iradesini siyasal temsile dönüştürmek için hayati önem taşır. Seçim yoluyla, halk kendi kaderini tayin etme ve yönetim şeklini belirleme yetkisini kullanır. Demokratik yönetim sistemlerinde, yöneticilerin seçilebilmesi için halkın desteğini alması esastır. Bu durum, halk egemenliği ilkesinin temelini oluşturur ve siyasal meşruiyeti sağlar. Siyasal partiler, hedef kitlelerine ulaşmak, siyasal görüşlerini yaymak ve seçmenleri etkilemek için çeşitli iletişim araçlarını ve yöntemlerini kullanırlar. Bu bağlamda, siyasal iletişim ve kampanyalar, siyasal partilerin halkı etkileme, seçmeni ikna etme ve sonuçta iktidarı ele geçirme hedefleri açısından büyük önem taşır (Güven, 2017, s. 176). Bu süreçte siyasal partiler ve adaylar, hedeflerine ulaşmak için kitle iletişim araçlarını etkili ve yoğun bir şekilde kullanmaktadırlar (Bektaş, 2002, s. 234).

Siyaset ve medya arasındaki karşılıklı ilişkiler ağı 21. yüzyılda çokça tartışılan bir konu haline gelmiştir. Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, medyanın toplumsal yaşamı etkileme gücü artmış ve bu durum, siyaset ile medya arasındaki ilişkilerin daha karmaşık hale gelmesine yol açmıştır. Medyanın kitlelere yönelik doğası, siyaset kurumunun öncelik verdiği bir konu olmuştur ve bu durum, siyasal mekanizmaların medya ve siyaset ilişkisinde daha fazla rol almasına sebep olmuştur (Gölcü, 2009, s. 82). Özellikle toplumsal destek arayışı içinde olan siyasal örgütlenmeler ve gruplar, kendi değer yargılarını ve fikirlerini topluma iletmek için medyanın imkânlarını kullanmışlardır. Bu süreçte, medya içeriğinin siyasallaşmasıyla birlikte medya örgütlenmeleri de belirli siyasal kimliklere bürünerek siyasal pozisyonlar almıştır. Artık medya, kamuoyunu etkileyen bir araç olarak kabul edilirken, aynı zamanda medya tarafından kamu pasif tüketiciler haline getirilen bir araç olarak da görülmeye başlanmıştır (Tokgöz, 2008, s.206). Haber medyası, siyasal aktörlerin ve medyanın politikleştirilmesinin ardından yapısal değişimler geçirmiştir. Bu değişimler, medya ve siyaset ilişkisini yeni boyuta taşımış ve haber toplumsal gerçekliği siyaset mekanizması açısından inşa etme çabası olarak algılanmıştır (Gölcü, 2009, s. 82). Tuchman (1978), haber üretim sürecinde profesyonel örgütlenmelerin ve habercilerin etkin olduğunu ve bu durumun haberin

yapısal çerçevesini şekillendirdiğini belirtmiştir. Aynı şekilde, Tuchman, haber üretiminde genellikle profesyonellik ile ilişkilendirilen süreçlerin, toplumsal yapıdaki iktidar ilişkilerinin etkisiyle oluştuğunu ifade etmektedir. Bu durumda haber medyasını ve haber kavramını siyasal süreçlerden ayrı olarak düşünmek, medya ve siyaset kurumu arasındaki ilişkiyi tam olarak anlamada eksikliklere neden olabilir (Gölcü, 2009, s. 82). Çünkü haber medyası ile siyaset arasındaki karşılıklı ilişkide, haberin tanımı ve içeriği, siyaset kurumunun beklentileri doğrultusunda yeniden şekillenmektedir. Olaylar haberleştirilirken, bir muhabir veya gözlemcinin müdahalesiyle, gerçeklikten farklı bir yapıya dönüşmekte ve böylece gerçeklikten farklı bir şekil almaktadır (Güneş, 2019, s. 17). Bu doğrultuda eleştirel çalışmalar, haber metinlerinde vurgulanan nesnellik ve tarafsızlık kavramlarını sorgulayarak, ana akım iletişim çalışmalarının bu değerlerini sorunsallaştırmışlardır (Hackett, 1998, s. 32). Medya içeriğinin toplumsal bilinçteki ideolojik yeniden üretimde oynadığı önemli rol genel olarak medya içeriğinin, özelde ise haberin analiz edilmesi için çeşitli yöntemlerin kullanıldığı araştırmaların yapılmasına yol açmıştır. Hollandalı dilbilimci Teun Van Dijk, toplumsal ve siyasal yapıyı haber söylemi üzerinden ele alarak eleştirel söylem analizi yoluyla çözümlemeye giden en önemli yöntembilimcilerden birisidir (Güneş, 2019, s. 18). Van Dijk'a (2005, s. 319) göre, toplumsal denetim söylem yoluyla uygulanırken, söylemin denetimi ve üretimi önemli bir koşuldur. Bu nedenle, Van Dijk'in geliştirdiği söylem çözümleme yöntemi, söylemin üretim pratiklerine daha fazla odaklanmaktadır. Van Dijk, günümüz gazetelerinin neredeyse tamamının ilk sayfalarında görsel unsurların öne çıktığını ve yazılı dilin geri planda kaldığını belirtmektedir. Bu durum, mikro yapıda haberi destekleyen unsurların önemine işaret etmektedir (Van Dijk, 1997, s. 268). Bu sorunsaldan hareketle bu çalışmada 31 Mart 2024 yerel seçimleri ve özelde İstanbul seçimleri üzerinden adayların seçim kampanyalarındaki söylemleri Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi yöntemi ile incelenmektedir.

1.2. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, farklı ideolojilere sahip Cumhuriyet ve Sabah gazetelerinin 31 Mart 2024 yerel seçimlerinde İstanbul seçimleri özelinde ürettikleri haber ve yorumların eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmesi amaçlanmaktadır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Cumhuriyet ve Sabah gazetelerinin 31 Mart 2024 İstanbul seçimleri özelindeki haber ve yorumlarının eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmesi hem medya çalışmaları alanında hem de demokratik süreçlerin anlaşılmasında önemli bir katkı sağlayabilir. Bu çalışmanın bilimsel önemi, medya organlarının ideolojik eğilimlerinin ve bu eğilimlerin haber üretimine etkisinin anlaşılmasına yönelik bir çaba sunmaktadır. Cumhuriyet ve Sabah gibi farklı ideolojik yapıya sahip gazetelerin aynı olaya nasıl yaklaştığı incelenerek, ideolojik çerçevelerin haber üretimine nasıl yansıdığı anlaşılabilir. Bu analiz aynı zamanda bir seçim sürecinde medyanın rolünün anlaşılmasına yardımcı olur. Ayrıca, eleştirel söylem analizi gazetelerin siyasi görüşlerini ifade etme biçimlerini ve okuyucuları etkileme stratejilerini ortaya koyabilir. Bu çalışma aynı zamanda medyanın demokratik süreçlere katkılarını veya engellerini değerlendirerek, medyada çeşitliliğin ve farklı bakış açılarının önemini vurgulayabilir.

1.4. Yöntem

Araştırmada farklı ideolojilere sahip olan Cumhuriyet ve Sabah gazetelerinde 31 Mart 2024 İstanbul yerel seçimlerine yönelik Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) adayı Murat Kurum ve Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) adayı Ekrem İmamoğlu'nun söylemlerinin ele alınış biçimi Teun Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi modeli kullanılarak çözümlenmiştir. Bu gazetelerin seçilme sebepleri; farklı ideolojik yaklaşımdaki gazetelerin adayları temsil biçiminin belirlenebilmesi ve konuya ilişkin ele alış biçimlerindeki farklılıkların tespit edilebilmesidir.

Çalışmada, gazete haberlerindeki ideolojik unsurların belirlenmesi amacıyla gazete haberleri sistematik bir şekilde incelenmiştir. Bu inceleme, haberleri kamu söyleminin bir türü olarak ele alan ve Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi modelini kullanan bir yaklaşımı içermiştir (Van Dijk, 1988, s. 9). Bu modelin tercih edilmesinin nedeni, haberin yapısını ve ideolojik temsilini etkili bir şekilde ortaya koyma açısından öne çıkmasıdır.

Teun Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi hem makro düzeyde toplumsal yapılar hem de mikro düzeyde dilin kullanımı arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik kapsamlı bir çerçeve sunar. Makro yapı analizi, bir metnin genel temalarını, temsil tarzını ve içerdiği temel unsurları incelemeyi içerir. Bu analizde, tematik yapı ve şematik yapı olmak üzere iki ana

bölüm bulunur. Tematik yapı, başlık, haber metni ve fotoğraflar gibi unsurları içerir ve bu unsurların birlikte nasıl çalıştığını ve metnin temel mesajını nasıl ilettiğini inceler. Öte yandan, şematik yapı, ana olayın sunum tarzını, arka plan bilgisini, bağlamı ve kullanılan kaynakları içerir. Bu yapı, metnin nasıl organize edildiğini ve metnin sunumuyla ilgili hangi faktörlerin dikkate alındığını anlamak için önemlidir. Mikro yapı analizi ise sentaktik çözümleme, sözcük seçimi ve haberin retorik gibi unsurları kapsar. Bu analizde, dilin kullanımı ve yapısal özellikler incelenir, metnin nasıl inşa edildiği ve hangi sözcüklerin veya ifadelerin kullanıldığı üzerinde durulur (Van Dijk, 1988, s. 26-28). Dolayısıyla, makro yapı analizi, bir metnin genel yapısını ve temalarının anlaşılmasına yardımcı olurken, mikro yapı analizi ise dilin kullanımı ve söylemin detaylarını inceler, böylece metnin toplumsal etkilerini ve anlamını daha derinlemesine anlaşılmasına olanak tanır. Bu bağlamda araştırma kapsamında, resmi propaganda sürecinin başladığı 01 Ocak 2024 ile propaganda yasaklarının başladığı 30 Mart 2024 tarihleri arasında söz konusu gazetelerdeki haberler incelemeye tabi tutulmuştur. Bu haberlerde başlıklar, spotlar, haber girişleri ve fotoğraflar Van Dijk'ın haber söylemiyle ilgili temel kavramsallaştırmaları kullanılarak incelenmiştir. Öte yandan, haberlerde kullanılan dilbilimsel ifadeler, cümle yapıları ve sözcük seçimleri, eleştirel söylem analizi ilkeleri çerçevesinde ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

2. HABERE İLİŞKİN KURAMSAL YAKLAŞIMLAR

Bu bölümde, haber kavramı ve haberle ilgili kuramsal yaklaşımlar detaylı bir şekilde ele alınarak, haberin medya üzerindeki etkileri, toplumsal işlevleri ve iletişim süreçlerindeki rolü incelenecektir.

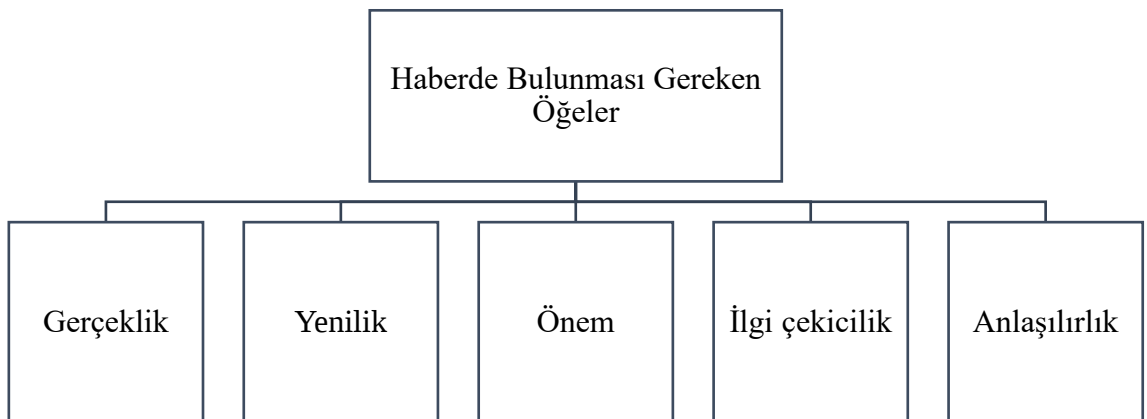
2.1. Haber

Haber kavramının net bir tanımı olmadığı vurgulanırken, birçok gazeteci, iletişim bilimci, sosyolog ve antropolog tarafından çeşitli haber tanımları yapılmıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) 19. yüzyılın sonlarında açılan ilk gazetecilik eğitim kurumlarında, günün koşullarına uygun haber tanımları geliştirilmiştir. Bu çerçevede, haber "zamana uyan her şey haberdur", "zamana uyan rapordur", " bir olayın rapor edilmesidir", "haber yarının tarihidir" şeklinde tanımlanmıştır. Ayrıca, iletişim veya yayın organları aracılığıyla sunulan, bir olay veya olgu hakkında edinilen bilgidir. Haber; insanları ilgilendiren, zamanında olan bir fikrin, olayın veya sorunun özetidir (Yüksel ve Gürçan, 2005, s. 55). Haber, güncel olaylar, kişiler veya konular hakkında en son, taze ve ilgi çekici bilgilerdir (Dursun, 2005, s. 69). Haber, dikkat çekici özellikleri olan yeni bir olayın doğru ve tarafsız şekilde aktarılmasıdır (Schlapp, 2000, s. 1).

Haber, bir olayla ilgili bilgilerin toplanıp aktarılması olarak tanımlanabilir. "Haber" adı verilen bilgilerin toplanması ve hedef kitleye iletilmesi, insanlığın başlangıcına kadar uzanan bir tarihi geçmişe sahiptir. İnsanoğlunun bilgiye, öğrenmeye ve haber almaya duyduğu ihtiyaç, gazete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasına sebep olmuştur. M.Ö. 1750'de Mısır'da yayınlanan bir resmi gazete, çeşitli olaylara dair bilgiler içermiştir (Girgin ve Özay, 2013, s. 1). Başlangıçta insanların bilme ve öğrenme ihtiyaçlarıyla ilişkilendirilen haber, zamanla gazetecilik mesleğinin gereksinimleri ve çağın koşulları doğrultusunda "zamana uygun olan her şey" şeklinde tanımlanmıştır (Devran, 2010, s. 79). Gazetecilerin pratiklerini ele alan bir tanıma göre haber, gazeteciliği meslek edinmiş kişilerin seçtikleri konular hakkında topladıkları ve belirli kurallara göre şekil verdikleri bilgilerdir. Bu bilgiler, gazeteciliği meslek edinmiş kitle iletişim araçlarının sorumluları tarafından seçilerek yazılı, görüntülü veya sesli iletiler halinde okuyucu, izleyici veya dinleyiciye ulaştırılır (Zeytinli, 1996, s. 1102). Buna tanımlama ile ilişkili olarak Cohen ve Young (1973, s. 158), haberin gazeteciler

tarafından oluşturulan bir metin olduğunu belirtirken; Geiber (1964, s. 85) haberin gazetecilerin faaliyeti olduğunu vurgulamaktadır. Fishman (1980, s. 96) ise haberin, çalışanların kullandıkları yöntemlerin sonucu olarak ortaya çıktığını işaret etmektedir.

Yaşanan her olay doğrudan haber olmayabilir. Haber, insanların ilgisini çekebilecek özelliklere sahip, belirli bir zamanda gerçekleşen olaylar olarak tanımlanabilir. Olaylar, gözlemlenebildikleri zaman ve kitlelere aktarıldıkları zaman haber haline gelirler (Girgin, 2003, s. 74). Bir olayın haber olarak yayınlanabilmesi için merak uyandırıcı olması, öğretici nitelik taşıması, zamanlama açısından uygun olması, tartışma yaratması ve okuyucuda duygusal tepki oluşturmaları gereklidir (Arsan, 2005, s. 138). Haber, uzmanlar tarafından hazırlanan ve çeşitli iletişim araçlarında sunulan formatlara göre yazılan metinlerdir. Haberler, olayların direkt olarak aktarıldığı metinler değildir. Örneğin, trafik polisinin olaya ilişkin raporu ile medyada yer alan haberin içeriği farklıdır. Haberlerde olayın bilgileri özetlenerek aktarılır (Güz, 2005, s. 61). Haber, insanların çevresinde olup bitenleri öğrenmek için kitle iletişim sistemleri aracılığıyla aldıkları bilgidir. Haber iki şekilde incelenebilir. İlk olarak, haber türüne göre sınıflandırılan konular vardır; örneğin politika, spor, sağlık, eğitim haberleri. İkinci tür ise coğrafi sınırlamaya göre yapılan ulusal, bölgesel ve yerel haberlerdir (Birsen, 2010, s.8). Haber kavramı için kesin, net ve genel olarak kabul görmüş tek bir tanım olmamasına rağmen, haberde bulunması gereken temel öğeler genellikle 5 ana kategori altında toplanmaktadır (Şekil 1).



Şekil 1: Haberde Bulunması Gereken Öğeler

Bu temel öğeler, gerçeklik (doğruluk), yenilik (güncellik), önem (önemli sayılma), ilgi çekicilik (ilgi uyandırma) ve anlaşılabilirlik (anlam taşıma) olarak sıralanmaktadır. İlk olarak,

gerçeklik (doğruluk) haberciliğin temel taşıdır. Haber, güvenilir kaynaklardan elde edilen gerçek bilgileri aktarmalı ve yanıltıcı olmamalıdır. Yenilik (güncellik) ise haberin taze ve güncel olmasını ifade eder. Haber, olayın hemen ardından ve en son bilgilerle okuyucuya sunulmalıdır. Yenilik, haberin ilgi çekmesini ve okuyucuların dikkatini çekmesini sağlar. Önem (önemli sayılma) faktörü, haberin toplumsal veya bireysel yaşamda önemli kabul edilen bir konuyu içermesiyle ilgilidir. Haber değeri taşıyan konular, genellikle toplumun geniş kesimlerini ilgilendiren veya etkileyen konulardır. İlgi çekicilik (ilgi uyandırma) haberin okuyucunun ilgisini çekme yeteneğini ifade eder. Haber, sıradışı veya duygusal unsurlar içerebilir ve okuyucunun merakını uyandıracak şekilde sunulmalıdır. Son olarak, anlaşılabilirlik (anlam taşıma) faktörü, haberin kolayca anlaşılabilir olması ve geniş kitlelere ulaşabilecek şekilde yazılmasıyla ilgilidir. Haberin karmaşık olmaması ve net bir dil kullanılması, haberin etkili iletişimini sağlar (Girgin ve Özay, 2013, s. 9; Tokgöz, 2020, s. 232). Bu faktörler bir araya geldiğinde, kaliteli bir haberin oluşturulması ve başarılı bir şekilde iletilmesi mümkün olur. Gerçeklik, yenilik, önem, ilgi çekicilik ve anlaşılabilirlik unsurları, haberin toplumsal iletişimdeki rolünü güçlendirir ve haberin etkisini artırır. Medya profesyonelleri bu faktörleri göz önünde bulundurarak haber üretirken, kamuoyuna doğru ve etkili bilgi sunmayı amaçlarlar.

Haber metni, genellikle "5N+1K" olarak formüle edilir. Bu formül, haberin kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl, neden sorularının yanıtlarını içermesini sağlar. Ancak Girgin ve Özay'a göre (2013, s. 64), zamanla bu formüle "6. N" (nereden) sorusu eklenmiştir. Bu sorunun cevabıyla haberin kaynağı hakkında bilgi verilerek haberin güvenilirliği pekiştirilmek istenmiştir. Ayrıca, olayların perde arkasına odaklanan haberlerde ise "7. N" (nedir) sorusunun da sorulduğu belirtilmektedir. Bu soruyla konunun daha iyi anlaşılması amaçlanmaktadır. "Ne" sorusu, haberin odak noktasını oluşturan durumu veya olayı tanımlayan temel bir sorudur. Eylem haberlerinde, bu soruyla olayın ne olduğunu öğreniriz. Örneğin, bir olayın doğası ve detayları hakkında bilgi verirken "ne" sorusu önemli bir rol oynar. Konuşma ağırlıklı haberlerde ise "ne" sorusu, karşıt görüşler veya tutumlar arasındaki söylemleri anlamak için kullanılır. Bu şekilde, haberdeki görüş ve ifadelerin anlamı ve önemi daha iyi kavranabilir (Aslan, 2009, s. 70). Haber metni, olayın ne olduğunu ve temel konuyu açıklamalıdır. Ne tür bir olayın meydana geldiği, ne tür bir gelişmenin yaşandığı veya ne tür bir durumun ortaya çıktığı gibi bilgiler bu kategori altında yer alır. Haberde öne çıkan başlıklar veya ana fikir bu kategoriyle

ilişkilendirilir. Bu temel soru, söylem haberlerinde "ne söyledi?" ve olay haberlerinde "ne oldu?" şeklinde ortaya çıkar. Haber ve olay arasındaki ilişkiyi temsil eden önemli bir sorudur. Günlük konuşma dilinde de insanların birbirlerine sıklıkla sorduğu ve haber almayı amaçlayan "ne oldu?", "ne yaptı?" ve "ne söyledi?" gibi sorular, insanların duygusal durumlarını etkileyen bir nitelik taşır. Bu sorulara verilen yanıtlar, bireylerin yaşam ve toplumdaki durumlarını yeniden değerlendirmelerini sağlar (Ay, 2024, s. 34).

Haber metni, olayın nerede gerçekleştiğini veya konunun hangi mekanda geçtiğini belirtmelidir. Gerçekleşen bir olayın coğrafi konumu veya bir konunun geçtiği yer bilgileri bu kategori altında verilir. "Nerede" sorusuyla, bir olayın meydana geldiği veya bir konuşmanın yapıldığı yer belirlenir (Aslan, 2009, s. 70). Haberin mekân bileşeniyle ilişkisini kuran "nerede oldu?" veya "nerede söyledi?" gibi sorular, gazetecilikte haberin temel yapı taşlarından birini oluşturur. Bu soruların cevapları, okuyucunun veya izleyicinin olayın veya konuşmanın gerçekleştiği yeri öğrenmesini sağlar. Gerçekliği daha iyi algılamak için haber metninde bu bilgilerin yer alması önemlidir. Bu sayede okuyucu veya izleyici, kendi toplumsal, coğrafi ve kültürel bağlamıyla haberde anlatılan olay veya konuşma arasında bağlantı kurabilir. Olay haberlerinde "nerede" sorusu, olayın nerede gerçekleştiğinin, söylem haberlerinde ise örneğin konferans, sempozyum, basın toplantısının nerede düzenlendiğinin yanıtını vermektedir (Ay, 2024, s. 35).

Haber metni, olayın ne zaman meydana geldiğini veya bir konunun hangi zaman diliminde yaşandığını ifade etmelidir. Bir olayın tarihi, saat dilimi veya belirli bir zaman aralığı bu kategoriyle ilişkilendirilir. "Ne zaman" sorusu, olayın meydana geldiği zamanı eylem haberlerinde belirtirken, söylem haberlerinde ise konferans veya basın toplantısının gerçekleştiği zamanı gösterir (Aslan, 2003, s. 129). Olay haberlerinde "neden oldu?" sorusu, olayın gerçekleşme sebebini veya olaya yol açan durumu, ihmal, dikkatsizlik, kasıt, planlı eylem, teşebbüs gibi faktörleri belirtmek için kullanılır. Söylem haberlerinde ise konferansın veya basın toplantısının amacını açıklamak için bu soru sorulur. Araştırmacı gazetecilikte ise bu soru, temel bir rol oynayarak olayın nedenlerini derinlemesine araştırmayı ve anlamayı sağlar (Ay, 2024, s. 35).

Haber metni, olayın nasıl gerçekleştiğini veya bir konunun nasıl ortaya çıktığını açıklamalıdır. Olayın nasıl geliştiği, hangi süreçler sonucunda ortaya çıktığı veya bir durumun nasıl yaşandığı gibi bilgiler bu kategori altında sunulur. "Nasıl" sorusu, bir

eylem veya olay haberinde olayın gerçekleşme şeklini detaylı bir şekilde açıklamak için kullanılan önemli bir yapısal unsurdur. Gazeteciler ve muhabirler, olayı veya eylemi betimlemek için "nasıl gerçekleşti?" sorusunu kullanarak ayrıntılı bir açıklama yaparlar. Bu sorunun yanıtı, okuyucuda veya izleyicide olaya şahitlik etme hissi uyandırır. Konuşmaya dayalı haberlerde, özellikle demeç ve toplantı haberlerinde, "nasıl" sorusunun yanıtı, haber kaynağının ses tonu, jestleri ve mimikleriyle birlikte aktarılır (Aslan, 2009, s. 70).

Haber metni, olayda veya konuda yer alan önemli kişileri tanıtmalıdır. Kimin olayın içinde yer aldığı, kimin etkilendiği veya kimin açıklama yaptığı gibi bilgiler bu kategori altında yer alır. Örneğin, bir olayda adı geçen kişilerin kimlikleri, görevleri veya rolü bu kategori altında belirtilir. "Kim" sorusu, haberin temel ve eksiksiz bir bileşenidir. Olayı etkileyen veya etkilenen kişileri tanımlayan bu soru, haberin vazgeçilmez unsurlarından biridir. Ayrıca, görgü tanıkları, isimleri açıklanan yetkililer ve olayı değerlendiren kişilerin kimliklerini ortaya çıkarmak için kullanılır. Bu soru, haberdeki aktörleri ve kaynakları belirlemeyi sağlar. Söylem haberlerinde ise "kim?" sorusu, mesajı veren veya sözü söyleyen kişiyi tanımlamak için kullanılır. "Kim?" sorusunun yanıtı, haber metninin odak noktasını oluşturur (Aslan, 2009, s. 69).

Sonuç olarak 5N+1K formülü, haber metninin bütünlüğünü sağlamak ve okuyuculara temel soruları yanıtlamak için kullanılmaktadır. Her bir kategori, haberin doğru ve eksiksiz bir şekilde iletilmesini sağlayarak haberin anlaşılabilirliğini ve etkileyciliğini artırmaktadır. Bu şekilde yapılandırılmış bir haber metni, okuyuculara olayları net ve kapsamlı bir şekilde aktarırken, gazeteciler için de haberin önemli bileşenlerini organize etmeyi kolaylaştırmaktadır.

2.2. Kuramsal Yaklaşımlarda Haber

Haber kavramıyla ilgili tanımlar ve kavramsal boyutlarıyla ilgili birçok araştırma ve tanımlama, çeşitli çalışmalarda incelenmiş ve literatürde zengin bir içerik oluşturmuştur. Ancak haber için kesin ve doyurucu bir tanımın olmaması, farklı yaklaşımların ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Haber konusundaki bu zengin literatür, farklı bakış açılarıyla ele alınmasını sağlamıştır. Kitle iletişimi ve haber konusundaki yaklaşımlar genellikle üç ana başlık altında toplanmıştır (Yurdakul, 2018, s. 74-75). Bu kuramsal

yaklaşımlar, haberin üretimi, dağıtımı, tüketimi ve etkileri üzerine derinlemesine anlayış sağlamayı amaçlar.

2.2.1. Liberal Yaklaşım

Haber kavramıyla ilgili kavramsal tartışmalarda, haberin anlamsal boyutu için farklı tanımlamalar bulunmaktadır. Bu kuramlarda, haber konusundaki temel tartışmaların merkezinde olayların seçilmesi ve seçilen olayların nasıl yapılandırıldığı yer almaktadır. Liberal yaklaşıma göre, haberin olayla tam olarak özdeş olmadığı, ancak olayın temel çerçevesi içinde yeniden yapılandırılabileceği kabul edilmektedir (Özer, 2006, s. 42). Liberal görüşe göre, haber gerçeği aktaran bir konumdur ve olayları temsil etmektedir. (Şeker, 2009, s. 89). Bu bakış açısına göre, bir olayın haber olarak yayınlanabilmesi için belirli haber değerlerinden en az birini taşıması gerekmektedir. Bu değerler zamanlılık, yakınlık, önemlilik, sonuç ve insanların ilgisini çekme gibi kriterleri içermektedir (Tokgöz, 2020: 199-212).

Habere verilen önem, medyanın üzerine yüklenen belirli bir işlevi de ortaya koymaktadır: Liberal yaklaşıma göre medya, Yasama, Yürütme ve Yargıdan sonra toplumda önemli bir "dördüncü güç" olarak değerlendirilmektedir (Özer, 2006, s. 42). Medya, "dördüncü güç" olarak kabul edilen işlevini kamuoyunun sesini yükseltme ve siyasal iktidarı denetleme göreviyle yerine getirmektedir. Liberal demokrasilerde medyanın, "gözetimci rolü" üstlendiği ve "düşünce pazarı" oluşturduğu kabul edilmektedir. Dolayısıyla medya, demokratik sistemin devamının ve vatandaşların sürece katılımının "garantörü" olarak görülmektedir (İrvan 1995, s. 76). Diğer bir ifade ile medyanın vatandaşları düşündürme, sorunları ortaya koyma ve çözüm önerileri sunma gibi bir işlevi olduğu ve bu nedenle çoğulcu demokrasilerin ayrılmaz bir parçası olduğu kabul edilmektedir (İnal 1997, s. 2).

Liberal yaklaşıma göre medyanın "dördüncü güç" işlevini yerine getirebilmesi için haberlerde bulunan bilgilerin nesnel olarak sunulması önemlidir (Dursun 2003, s. 63). Bu yaklaşıma göre medya profesyonelleri toplumsal gerçekliği anlama ve nesnel bir şekilde aktarma yeteneğine sahiptirler (İnal, 1992, s.16). Ayrıca medya, "gerçekliğin aynası" olarak görülen bir metafor olarak kabul edilir (Curan vd., 1991, s. 242) bu noktada medyanın toplumsal gerçekliği anlama ve nesnel bir şekilde aktarma yeteneği ortaya çıkarılmıştır (Özer, 2006, s. 42). Gözlemlenebileceği üzere, liberal-çoğulcu yaklaşımda

medyanın " dördüncü güç " olarak kabul edilmesi, haberlerin nesnel olarak ele alınmasına büyük önem verir. Bir haberin nesnel olarak sunulabilmesi için, öncelikle olayın taraflarına eşit mesafede durulması gerektiği vurgulanır. Eşit mesafe sağlanmalıdır, bu da haberlerin "dengeli" bir şekilde sunulmasıyla mümkündür. Dengeli sunumun iki şekilde gerçekleştirilmesi mümkündür: İlk olarak, haberlerde yoruma yer verilmemelidir. Haber ile yorum ve görüş ayrımı açık bir şekilde yapılmalı, okuyucunun ve izleyicinin neyin haber, neyin yorum olduğunu kolayca ayırt etmesi sağlanmalıdır (Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, 1998, s.22). Bu ifadeyi daha farklı bir şekilde dile getirirsek, yorum öznel bir durumdur ve liberal-çoğulcu yaklaşıma göre, haberci haberinde yoruma (öznelliğe) yer vermediği sürece haber nesnel olarak sunulmuş olur. Başka bir deyişle, objektifliğin sağlanabilmesi için habercinin kendi inançlarına, düşüncelerine veya duygularına haberinde yer vermemesi gerekmektedir (Özer, 2006, s. 43). Nesnellik sağlanırken, haberin dengeli bir şekilde yazılması ve her bir tarafa eşit yer verilmesi gerekmektedir. Fakat liberal yaklaşım altında yapılan araştırmaların gösterdiği gibi, gerçekten nesnel bir haber örneği bulmak zor olabilir. Bununla birlikte, bu yaklaşım haberin nesnel bir şekilde yazılması gerektiğini ve bu idealin gerçekleştirilebileceğini vurgular (Hackett 1985, s.251).

Baudrillard (2021, s. 54), demokrasiyi eleştirirken politikanın artık demokrasi simülakrı içinde bulunduğunu ve Tanrısal sürecin yerini halkın aldığını ifade etmektedir. Bu bağlamda iktidarın yeni bir süreçte yeniden canlandığını belirtir. Liberal bakış açısına göre, demokrasinin bu kopukluğu basın sorgulayıcı rolüyle ele alınmaya çalışılmaktadır. İnal (1996: 14-15), çoğulcu liberal düşünceye göre basının önemli rolüne dikkat çekmektedir. Burada öne çıkan kavram, "watch dog" (bekçi köpeği) kavramıdır. Halkın seçim dönemlerinde yöneticileri ve siyasileri gözlemlediği ancak aradaki süreçte oluşan kopuklukta basın sayesinde bilgi edinebildiği vurgulanmaktadır. Basın, hükümetin faaliyetlerini denetler ve bunları halka aktarır. Sorunları ve çözüm yollarını da halka iletecek olan yine basındır. Farklı çıkar grupları veya baskı gruplarına karşı basın, bu grupların sesi olarak pozisyon alır (Toraman, 2022, s.36). Gazetecilik mesleğine ilişkin kurallar, bu anlayışın belirlediği sınırlar içinde şekillenmiştir. Bu mesleki kurallar veya gazetecilik anlayışı, haberin yorumdan ayrılması, toplumsal sorumluluk, uzmanlık ve tarafsızlık ilkelerine dayandırılmıştır (Arslan, 2019, s. 51). Bu bağlamda, vurgulanan kavramlar arasında en kritik olanı "nesnellik"tir. Bir haberin okuyucu tarafından kabul

edilmesi, iletenin kaynaktan okuyucuya doğru nesnel bir yaklaşım sergilemesine ve haberi tarafsız bir şekilde sunmasına dayanır. Nesnellik kavramı, haberde yer aldığı anda demokratikleşme sürecinde önemli bir rol oynar. 1800'lerdeki Amerikan İç Savaşı döneminde başlayan gazetecilik uygulamalarıyla birlikte nesnellik kavramı daha da yerleşmiştir (Karabay, 2000, s. 59).

Pozitif bilimlerde gerçeğin anlaşılmasında araştırmacının tüm değer yargılarından arınması ve tarafsız gözlem yapması beklenir. Gazetecilikte de benzer bir yöntemin uygulanması ve siyasi önyargılardan bağımsız olarak gelişen olayları haber haline getirmesi beklenir. Bu beklenti, 1900'lerin başında gazetecilik açısından "nesnellik" olarak adlandırılan güvenilir haberciliğin temel prensibi olarak benimsenmiştir. Haberciliğin örgütlenmesi bu beklentiyle uyum içinde gerçekleşmiştir. Genel olarak tanımlara bakıldığında, "nesnellik" kavramı etrafında tarafsızlık ve dengelilik öne çıkmaktadır. Bu iki kavram birbirinden ayrılmaz bir bütünlük oluşturur ve dengeli habercilik adalet kavramını da beraberinde getirir (İnal, 1996, s. 16-17). Profesyonel gazetecilik ilkeleri arasında öne çıkan "nesnellik" ilkesine uyum sağlamak için Arslan (2019: 55) şu noktalara dikkat çekmiştir: Haberi oluşturan kişinin kendi değer yargılarından bağımsız olarak olayı iletmeye odaklanması gerekmektedir. Dengelilik için farklı görüşlere haber içinde yer verilmesi önemlidir. Haberin üretim sürecinde kesinlik ve doğruluktan ödün verilmemeli, gelişen olayın özünden uzaklaşılmalı ve gazetecinin kendi yorumunu habere katmamasına özen gösterilmelidir. Tarafsızlık ve nesnellik ilkesi gereği kaynaktan alınan bilgilerin doğruluğuna ve habere aktarımında tarafsızlığa dikkat edilmeli, olayın içeriğine yönelik herhangi bir duygu öne çıkarılmamalıdır, böylece haberin nesnelliği korunmuş olur (Toraman, 2022, s.37).

Özetle, liberal çoğulcu yaklaşıma göre medya, çoğulcu demokrasiler için son derece önemlidir ve demokratik süreçlerin vazgeçilmez bir unsuru olarak kabul edilir. Medyanın asıl işlevi haberleri sunmaktır; bu işleviyle toplumda gözetimci bir rol üstlenir ve düşünce pazarını oluşturur. Bu nedenle, çoğulcu demokrasilerde yasama, yürütme ve yargı organlarından sonra "dördüncü güç" olarak kabul edilir. Ancak medyanın bu rolü etkili bir şekilde yerine getirebilmesi için haberlerini nesnel bir şekilde sunması gerekmektedir (Özer, 2006, s. 43).

2.2.2. Eleştirel Kültürel Çalışmalar

Eleştirel kültürel çalışmalar, liberal yaklaşımlardan farklı olarak toplumsal bakış açısına daha fazla odaklanmaktadır. Bireysel ilişkilerin yanı sıra eleştirel çalışmalar, toplum ile iktidar arasındaki ilişkileri tanımlamak ve toplumun nasıl etkilendiği konularına da odaklanmaktadır. Amerika'daki liberal yaklaşımın aksine, İngiliz ve Kıta Avrupası'ndaki eleştirel bakış açısı ekonomi, sosyoloji, göstergebilim, söylem gibi farklı alanlardan beslenerek disiplinlerarası bir yaklaşım sergilemektedir. Bu çalışmalara bakıldığında, haberin sadece bilgi aktaran bir araç olmaktan öte, iktidar, sermaye, ideoloji gibi etkilerin sonucu olarak haberin "tarafsızlık" durumunun tartışmalı hale geldiği ortaya konmaktadır (Toraman, 2022, s.45). Eleştirel yaklaşım, farklı bakış açıları ve değerlendirmelere göre çeşitli alt alanlara ayrılmaktadır (Curran vd., 1991, s. 228-253; Sholle, 1999, s. 267-307). Bu yaklaşımlar arasında yer alan araçsalci yaklaşım (Murdock, 1980: 54), haberin egemen sınıfların çıkarları doğrultusunda yanlı olarak yapılandığını ve nesnel haber kavramının olamayacağını öne sürmektedir. Bu yaklaşıma göre, habercinin yaptığı iş, medya patronunun kişisel ve sermayedarların sınıfsal çıkarlarını koruyacak şekilde mevcut gerçeği çarpıtmaktır (Dursun, 2003, s. 64). Bu görüşün temelinde Marx ve Engels'in (1992, s. 70) Alman İdeolojisi'nde yaptıkları tanımlama yer almaktadır. Buna göre, egemen sınıfın düşünceleri, tarih boyunca hep egemen düşünceler olmuştur; yani toplumun maddi gücü olan sınıf, aynı zamanda zihinsel gücün de hakimidir. Maddi üretim araçlarını kontrol eden sınıf, aynı zamanda zihinsel üretim araçlarını da denetim altında tutar; bu alanlar o kadar iç içe geçmiştir ki, zihinsel üretim araçlarından mahrum kalanların düşünceleri de bu egemen sınıfa bağımlı hale gelmiştir. Noam Chomsky'nin (1990, s. 20) görüşleri, medya içindeki uygulamaların, Marx ve Engels'in düşüncelerinin bir tür yansıması olduğu şeklinde yorumlanabilir. Buna göre medya yöneticileri veya yorumcular, genellikle ayrıcalıklı bir elit sınıfa aittir ve bu sınıfın çıkarlarını yansıtarak aynı ayrıcalıklı kesimin algılarını, isteklerini ve tavırlarını paylaşabilirler. Medya içinde çalışan gazeteciler, genellikle bu ideolojik baskılara uyum sağlamadan başarılı olamazlar; bir inancı benimserken farklı bir şey söylemek kolay değildir ve uyum sağlamayanlar benzer mekanizmalarla dışlanabilirler (Özer, 2006, s. 44).

Haber ve habercilikle ilgili eleştirel çalışmaların vurguladığı önemli bir nokta, haberin toplumsal gerçekliği nasıl inşa ettiği veya kurduğudur (Dursun, 2004, s. 37). Eleştirel yaklaşım haberin gerçeği yansıtmadığını ve gerçekleri çarpıttığını savunur (Şeker, 2009, s. 89). Haber, yapılandırılmış bir sürecin ürünüdür ve haberin üretim süreci, haberin nesnel ve tarafsız olduğu yanılsaması üzerine kurulmuştur. Haber üretim sürecinde, haber değerlerine bağlı olarak üretilen haber, anlatılan olayın dışında ve ona karşı da şekillendirilebilir. Bu bağlamda, haber gerçeği temsil eden bir metin olarak oluşturulmaktadır. Bu nedenle, "habercilik aynı zamanda inşa edici bir pratiktir, bir eylemdir (Dursun 2003, s. 67). Objektif haberin olamayacağı şeklindeki vurgular, haberin aslında bir söylem olduğunu ve bu söylem içinde (egemen) ideolojinin üretildiğini ve yeniden üretildiğini belirtmektedir (Keskin, 1997). Bu perspektife göre, haberin toplumsal, ekonomik ve siyasal bağlamlarından bağımsız olarak oluşturulması mümkün değildir. Haberin oluşturulmasında belirleyici olan ideolojik tercihler, haberin anlamlandırma pratiğini belirlemektedir. Haber üretimi, olayların doğrudan ve tarafsız bir sunumu değil, bir söylem sürecidir (Van Dijk 1983, s. 28). Bu durumda, medya söylemi liberal-çoğulcu yaklaşımda vurgulanan haber değerleri temelinde denetlenmektedir (Van Dijk, 2005, s. 331). Bu durumda, haber değeri atfedilen kişi ve kurumların ideolojik söylemlerinin haber içeriğine doğrudan etki ettiği anlamına gelmektedir. Dolayısıyla nesnellik sağlanması amacıyla dengeli bir haber sunumu, medyanın "Dördüncü Güç" olduğunu değil; bu işlevin yerine getirilmesi için gereken nesnellik koşulunun temelinde, egemen ideolojiyi yeniden ürettiğini ifade etmektedir (Özer, 2006, s. 44). Nitekim, haberlerde alıntılar kullanmak, kaynağın yarattığı gerçekliği yansıtmak için yapılan bir çabadır. Bu alıntılar, haberin nesnel bir şekilde sunulmasını sağlamak ve yoruma kaçmamak için kullanılmaktadır (İnal 1997a, s. 6). Bu durumda, medya haberin ikincil tanımlayıcısı olarak işlev görürken, haberin güvenilir kaynakları da birincil tanımlayıcısı konumundadır (Hall vd., 2017, s. 347). Muhabirler, kaynaklardan aldıkları demeçlerle haberleri oluştururken belirli bir kurguyu takip etmekte ve diğer kurguları dışlamaktadır. Habercilerin tercih ettiği bu kurguları okuyucu tamamlamaktadır, bu da benzer veya aynı inanç ve düşüncelerin haberden çıkmasına neden olmaktadır. Bu süreçte haberde "anlatısal kapanma" meydana gelmektedir (Bennett ve Edelman 1985, s. 166-169).

Eleştirel kuramlar, medyayı iktidarın ve egemen sınıfların toplum üzerindeki hakimiyetini sağlamaya ve ideolojisini üreterek yaymaya yardımcı olan önemli bir yapı

olarak görür (Toraman, 2022, s.46). Bennet ve Lawrence'ın tanımlamalarına ek olarak eleştirel haber çalışmaları da çeşitli perspektifler içerir. Bu perspektifler arasında "eleştirel", "kuramsal", "değişimci" gibi adlandırmaları içeren yaklaşımlar bulunmaktadır. Frankfurt Okulu'nun görüşleri, Marksist ekonomi politik yaklaşımı ve kültürel çalışmalar da bu alandaki önemli çalışmalardır. Bu çalışmaların her biri radikal ve dönüşümcü bir etkiden ilham alarak hareket etmektedir. Bu yaklaşımların her biri, egemen sınıfın, üretim araçlarını kontrol ederek hegemonyasını sürdürmek amacıyla baskıcı veya rızaya dayalı ideolojiler ürettiği temel üzerine kuruludur. Özellikle medya ve ideoloji arasındaki bu ilişki, dikkat çekici bir noktadır (Dursun, 2014, s. 23). Özetlemek gerekirse eleştirel yaklaşım, medyaya liberal yaklaşımın yüklediği işlevi kabul etmez. Bu reddiye, haberin belirli kaynakların görüş ve düşüncelerinden oluşan, ideolojik pratiklerin içinde yer aldığı bir söylem olduğunu ve bu söylemin okuyucuya haber olarak sunulduğunu öne sürer.

Günümüzde, haberlerin aktarılması ve yorumlanması sürecinde çarpıtma veya yalan söyleme gibi olumsuz durumlar sıklıkla eleştirel çalışmaların odak noktalarından birini oluşturmaktadır. Ancak bu eleştirilerin yanı sıra, haberlerin herhangi bir temsil sistemi aracılığıyla iletilmesi durumunda gerçekliğin tam anlamıyla yansıtılamayabileceği gerçeği de göz ardı edilmemelidir. Yazılı dil, söylem, görsel dil gibi temsil araçları, haberin özünü tam olarak ifade edemeyebilir ve hatta zaman zaman yanıltıcı olabilir. İşte bu noktada kültürel çalışmalar devreye girmektedir. Haberlerin yansıttığı gerçekliği anlamak ve deşifre etmek için kültürel yaklaşımlar büyük önem taşımaktadır. Çünkü bu yaklaşımlar, haberlerin nasıl inşa edildiğini ve hangi sosyo-kültürel bağlamlarda şekillendiğinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Dilin sosyo-kültürel bir olgu olduğunu göz önünde bulundurarak, haberlerin temsiliyeti ve anlamı da kültürel ve toplumsal bir zeminde şekillenir. Hall'a (1997, s. 15) göre temsil, anlamların oluşturulduğu ve bir kültür içinde paylaşıldığı sürecin önemli bir unsuru olarak kabul edilir. Bir şeyin temsil edilmesi dilin, sembollerin ve görsellerin kullanımını içermektedir. Temsil, kavramların anlamlarının zihinsel olarak oluşturulmasını ifade eder. Nesnelerin, insanların veya olayların gerçek dünyasına veya hayalî nesnelerin, karakterlerin ve olayların kurgusal dünyasına işaret etmemizi sağlayan, kavramlar ile dil arasındaki ilişkiyi ifade eder. Anlam ise dünya üzerindeki varlıklar (insanlar, nesneler ve olaylar, gerçek veya hayalî) ile bu varlıkların zihinsel temsilleri arasındaki ilişkiye bağlıdır.

Dolayısıyla, kültürdeki anlam oluşumunun merkezinde ilgili "temsili sistemler" bulunur. Bu "temsili sistemler", şeyler arasında (insanlar, nesneler, olaylar, soyut kavramlar vb.) bir dizi karşılıklı ilişki veya eşdeğerlik zinciri oluşturarak dünyaya anlam kazandırmamıza yardımcı olur (Hall, 1997, s. 15). Bir kelimenin kendi dışındaki bir şeyi temsil etme işlevi tamamen toplumsal uzlaşma ve bununla ilgili kodlara bağlı olarak keyfi biçimde gerçekleşmektedir (Erol, 2023, s. 16). Dolayısıyla söz toplumsal olarak oluşturulan kodlar ve kurallar bütünü olarak dilin bireyler tarafından kullanılma biçimidir (Hall, 2017, s. 46).

Medya metnlerinin kodlanması, kültürel çalışmalarda önemli bir yer tutar. Hall'un kültürü bir çatışmalar uzamı olarak ele aldığı görülmektedir. Medya iletilerinin ele alınışındaki farklılığa dikkat çeken Hall, üretim anındaki ile alımlama anındaki iletilerin farklı olduğuna işaret eder. Bu bağlamda, Hall'un medya işlevini kavramsallaştırırken Althusser'in ideoloji ve Gramsci'nin hegemonya kavramlarından etkilendiği görülmektedir. Ona göre, toplumdaki gruplar, diğer gruplar hakkında fikir veya düşüncelere medya aracılığıyla ulaşırlar ve bu süreçte kanılar veya imgeler oluşur (Maignet, 2011, s. 190). Medya, toplumdaki çoğunluğun davranışlarını yansıtmanın yanı sıra farklı yaşam tarzlarına veya farklı düşüncelere sahip olan bireyleri tanıtmının bir aracıdır. Bu durumda, toplumun bilgi alışverişi farklı sınıflandırmalara tabi tutulur, isimlendirilir ve toplumun haritası çıkarılır. Ancak dikkat çeken bir nokta, medyanın bu anlamlandırma sürecinde bazı gerçeklik yansımalarını seçici bir şekilde ele alması ve kendi belirlediği öncelikteki anlamları dolaşıma sokmaktaki rolüdür. Bu seçme süreci tek bir ideoloji veya egemen sınıf tarafından belirlenmez. Bahsedilen durumda, toplumsal çıkarların ve ideolojik olarak bir arada olan grupların karmaşıklık içinde bulunduğu görülür (Hall, 1997, s. 15-20). Dolayısıyla, haberlerin anlamını çözümleme ve eleştirme sürecinde dilin bu sosyo-kültürel boyutunu dikkate almak önemlidir. Haberlerin sadece gerçekliği yansıtmadığını, aynı zamanda dilin ve kültürün etkisiyle şekillendiğini anlamak, daha derinlemesine bir anlayış sağlar ve toplumsal bilinçlenmeye katkıda bulunur.

2.2.3. Ekonomi Politik Yaklaşım

Eleştirel yaklaşımlar, iletişim alanındaki liberal yaklaşımın fikirlerine karşı çıkmaktadır (Yaylagül, 2006, s. 124-135). Medyanın eleştirel ekonomi politiği yaklaşımı ise medyanın ekonomik bir kuruluş olduğunu vurgular. Bu yaklaşım, medyanın ekonomideki konumunun kültürel ve ideolojik işlevini belirlediğini öne sürer (Sönmez, 2022, s. 49).

Ekonomi politik yaklaşım, diğer yapısalcı ve kültürel yaklaşımlara göre daha geleneksel bir nitelik taşımaktadır. Bununla birlikte, bu yaklaşım, araçsal yaklaşım ve propaganda modeli gibi farklı görüşleri bünyesinde barındırmaya meyilli olsa da bu yaklaşımlar arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Ekonomi politik yaklaşım, geçmişteki ekonomik yapı içindeki bağlantılarla birlikte toplumsal, siyasal ve kültürel etkileşimleri açıklamaya çalışmaktadır. Diğer yandan, yapısalcı yaklaşım, bu süreci dikkate almadığı ve yapıları katı ve statik olarak gördüğü için eleştirilmektedir. Ayrıca, kültürel çalışmaların medya üzerinde metinlere odaklanarak endüstriyel açıdan sorgulanmadığını ve medyanın ekonomik boyutunu göz ardı ettiğini ileri sürmektedir (Cangöz, 1999, s. 23-24). Ekonomi politik yaklaşım, altyapı ve üstyapı ikilemi üzerine kurulur. Bu yaklaşıma göre, üst sınıflar sahip oldukları güçle ideolojiyi belirlerler ve bu durum medyada da belirleyici bir etkiye sahiptir. İletişim ve ekonomi politiğin kesişmesi veya daha doğru bir ifadeyle iletişim alanındaki ekonomi politik çalışmalarının gelişimi 1960'lara kadar uzanmaktadır. Ekonomi politik yaklaşımın temel incelediği konulardan biri, ülkelerin gelişmişlik düzeyi arasındaki dengesiz bilgi ve kültürel etkileşimdir (Toraman, 2022, s.51). Kültür endüstrileri¹ yaklaşımına doğru bir kayış gözlemlenmekte ve bu değişimin 1975 yılında başladığı söylenebilir. Bu yaklaşımın benimsenmesi, iletişim alanında kabul gören görüşlerin değiştiğini işaret etmektedir. Kamu hizmetleri ve düşünceler ile iktidar veya hükümet politikalarının küresel ticari değerlerle karşı karşıya gelmesi, kültürel demokratikleşme adı altında tartışmalara yol açmaktadır. Bu durumda, farklı endüstriler kültürel olarak değer biçilen nesneleri gelir kaynağı olarak görmekte ve bu alanda

¹ Kültür endüstrisi terimi, Alman düşünür ve sosyolog Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer tarafından 1947 yılında kaleme alınan "Aydınlanmanın Diyalektiği" adlı eserde ortaya atılmıştır. Bu terim, kültür ürünlerinin (sanat eserleri, edebi eserler, müzik, sinema, televizyon programları vb.) endüstriyel üretim ve dağıtım süreçlerine tabi tutulması ve kültürel ürünlerin birer ticari meta olarak pazarlanması anlamına gelmektedir. Bkn: Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2007). *Kültür endüstrisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.

belirsizlikler ortaya çıkmaktadır (Mattelart ve Mattelart, 1998, s. 91). Bununla birlikte, medyanın ekonomik yapı içindeki konumu, kültürel ve ideolojik işlevi üzerinde belirleyici bir rol oynar. Dallas Smythe, medya ve sermayenin iç içe geçtiğini iddia ederek medyanın ekonomi politikası bağlamında ele alınması gerektiğini vurgulamıştır. Smythe, "izleyici emtiası" kuramını ortaya koymuş ve kitle iletişim araçlarının asıl ürününün izleyiciler olduğunu savunmuştur. Medya, tüketicileri üreterek ve onları reklamcılara satışa sunarak bu izleyicileri emtia haline getirir (Yaylagül, 2006, s. 64-68).

Ekonomi politik yaklaşım, medyanın ideolojik içerikleri nasıl ürettiğini ve yaydığını ve bunun toplum üzerinde nasıl bir etki yarattığını anlamak için önemli bir araçtır. Bu sayede, toplum bireyleri, medyanın sunduğu bilgileri daha bilinçli bir şekilde değerlendirebilir ve eleştirel düşünme yetilerini geliştirerek hâkim ideolojinin dayatmalarına karşı koyabilirler. Ekonomi politik yaklaşım, medya ve haber üretimini, iktidar ve sermayenin etkileşimi üzerinden inceleyen bir bakış açısidir. Bu yaklaşımın savunucuları, medya kuruluşlarının sahiplerinin maddi gücünü kullanarak haber içeriğini manipüle ettiklerini, kendi çıkarlarına uygun yayınlar yaptıklarını, farklı görüşlerin sesini bastırdıklarını ve toplum üzerinde ideolojik hegemonyalarını kurmaya çalıştıklarını iddia ederler. Bu durum, okuma yazma seviyesi düşük ve medya okuryazarlığı becerileri gelişmemiş toplum kesimleri için daha da endişe vericidir. Bu kesimler, medyanın sunduğu bilgileri eleştirel olarak değerlendirmekte zorlanmakta ve hâkim sınıfın görüşlerini kendi görüşleri olarak benimseme riski taşımaktadırlar (Sönmez, 2022, s. 52). Başka bir deyişle ekonomi politik yaklaşım, medyanın ideolojik içerikleri nasıl ürettiğini ve yaydığını ve bunun toplum üzerinde nasıl bir etki yarattığını inceleyen bir bakış açısidir. Bu yaklaşımın savunucuları, medyanın haberleri ve diğer içerikleri tarafsız bir şekilde sunmadığını, aksine belirli bir ideolojiyi ve çıkarları temsil ettiğini savunurlar. Başka bir ifadeyle, içerikler ideolojik olarak sunulurken izleyici veya okuyucuya farklı bir seçenek yokmuş gibi gösterilir. Bu iletilere maruz kalan bireyler zamanla sunulan içerikleri kendi düşünceleri gibi benimserler. Ayrıca popüler kültür olarak sunulan içerikler, düşünen bireyleri meşgul ederek diğer konulara odaklanmalarını engeller. Hangi açıdan bakılırsa bakılsın, yukarıdan dayatılan durumun sanki doğal bir süreçmiş gibi sunulduğu ve kabul gördüğü anlaşılır (Arslan, 2019, s. 99). Medya, zaman içinde farklı iletişim araçları ve daha geniş kitlelere ulaşma imkanıyla manipülasyon gücünü artırmıştır (Acosta, 1979, s. 142). Medya ekonomi politiği yaklaşımında öne çıkan iki

önemli yaklaşım araçsal ve yapısalci yaklaşımlardır. Araçsalci bakış açısı, serbest piyasa ilkelerinin zamanla tekelleşmeye ve kültür ürünlerinin kapitalist grupların egemenliğine girmesine neden olduğunu savunur. Medya bu yaklaşıma göre, kapitalist grupların bir aracıdır. Öte yandan yapısalci yaklaşım, medya endüstrisindeki pratiklerden ziyade yapı ve politikalar üzerinde durur. Bu yaklaşımın temelleri, Althusser'in düşünceleri ile Marksist ekonomi-politik analizlerin medya sektörüne uygulanmasına dayanır (Yaylagül, 2006, s. 135). İki yaklaşımın karşılaştırılması tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: Araçsalci ve Yapısalci Yaklaşımın Karşılaştırılması

Özellik	Araçsalci Yaklaşım	Yapısalci Yaklaşım
Odak Noktası	Medya kuruluşları ve eylemleri	Medya endüstrisindeki yapı ve politikalar
Medyanın Rolü	Kapitalist grupların aracı	Toplumsal güç ilişkilerini yansıtan ve yeniden üreten bir kurum
İdeoloji	Medya tarafından dayatılan bir araç	Medya metinlerinde üretilen anlamlar
Örnekler	Tekelleşme, reklamcılık, ideolojik çerçeveleme	Medya sahipliği, düzenlemeler, ideolojik kodlar

Araçsalci ve yapısalci yaklaşımlar, medya ekonomi politığını anlamak için farklı bakış açıları sunar. Araçsalci yaklaşım, medya kuruluşlarının eylemlerine ve kapitalist çıkarlara odaklanırken, yapısalci yaklaşım medya endüstrisindeki yapı ve politikalara ve ideolojik anlamlara odaklanır. Her iki yaklaşım da medya ve toplum arasındaki karmaşık ilişkileri anlamak için değerli bilgiler sunmaktadır.

3. HABER SÖYLEM İDEOLOJİ

3.1. Dil ve Söylem

Dil, insanların kendilerini ifade etme ve diğerlerini anlama yeteneklerini kazandıran bir araçtır. Dilsiz bir dünya, ya anlamsız olur ya da anlam açısından yetersiz kalır. Bir dil, onu konuşan bireylerin zihinlerinde varlık bulur. Bu da dilin toplumsal bir olgu olduğunu gösterir (Günay, 2013, s. 37). Saussure, dilin toplumsal uzlaşıya dayalı bir nesne olduğunu ifade etmiştir. Dil ve ona ait göstergeler, yalnızca belirli bir toplumsal ve kültürel bağlam içinde anlam kazanır. Saussure, dil ve düşüncenin birbirinden bağımsız iki kavram olarak ele alınamayacağını, bilinçteki düşüncelerin dil aracılığıyla netlik kazandığını vurgular. Dil, henüz biçimlenmemiş ve anlamlandırılmamış işitsel simgeler ile bilinçteki düşünceler arasında oluşur. Dil, düşüncelerin sesli ifadesidir; bu nedenle, düşünce ve ses birbirinden ayrı düşünülemez (Ruhi, 2009, s. 12).

Dil, bireyler arasında anlamın aktarılmasını sağlayan sembollerin ve kuralların sistematik bir şekilde kullanılmasıdır. Öte yandan, söylem, belirli bir iletişim bağlamında kullanılan dilin örgütlendirilmesi ve düzenlenmesidir. Beşeri ve sosyal bilimlerin kesiştiği bir alan olarak, söylemin dil ve metin başta olmak üzere ideolojiden dine, politikadan hegemonyaya kadar çeşitli kavramlarla ilişkilendirildiği birçok farklı tanımı bulunmaktadır (Aydın, 2013, s. 54). Söylem, dilin işlevleri, yapısı ve kullanım şekillerini analiz etmek anlamına gelmektedir (Rigel, 2000, s. 182). Günümüzde siyaset, iletişim ve dil antropolojisi gibi çeşitli akademik disiplinler tarafından incelenen söylem kavramı, ilk olarak filozoflar tarafından kullanılmıştır. Sözen'e göre, bu terimi felsefede ilk kez kullanan kişi Aquinalı Thomas olup, söylemi "saf sezgiye" karşı "zihinsel çıkarım" anlamında tanımlamıştır (Sözen, 2014, s. 19).

Sözen'e (2014, s. 9) göre, yirmi birinci yüzyıl bir söylem çağıdır. Yirminci yüzyılda akademik çevrelerde ilgi uyandırmaya başlayan söylem terimi, etimolojik olarak Latince'de "bir şey hakkında iletişim kurmak" anlamına gelen *discurrere* kelimesinin farklı formlarına denk gelir (Sözen, 2014, s. 19). Kocaman'a (2003, s. 5) göre, Türkçe'de söylem kavramı, etkili ifade sanatı, anlatım tarzı, ideoloji, yazılı ve sözlü ifade, hitabet, tez, bakış açısı, argüman, felsefe, üslup, telaffuz, kavramsal yapı, ve işaretlerin bütünü

gibi çeşitli anlamlarda esnek bir şekilde tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, söylem terimi, tek bir kesin tanıma dayanmamaktadır (Gölcü vd., 2019, s. 227).

Söylem, temelde dilin pratiği olarak tanımlanabilir ve anlamın dil içindeki hareketiyle ortaya çıkan dilsel bir süreç olarak ifade edilebilir. Dilbiliminde dilin kullanımı olarak kabul edilen söylem, dil pratiklerinin yanı sıra sosyal, siyasi, kültürel ve ekonomik alanlar gibi sosyal hayatın diğer yönleriyle de ilişkilidir (Devran, 2010, s. 25). Dil ve söylem arasındaki ilişki, dilin semboller ve kurallar aracılığıyla anlamın iletilmesini sağlamasıyla başlar; söylem ise belirli bir iletişim bağlamında dilin yapılandırılması ve düzenlenmesiyle şekillenir (Sözen, 2014, s.9). Dil ile söylem arasındaki benzerlik, her ikisinin de öznel alanlar olmalarıdır. Özellikle söylem, belirsizliklerle dolu bir alanı temsil eder. Belirsizlikleri ifade eden söylemler, dilde ve insanlarda anlam kazanır (Sözen, 2014, s. 18).

Söylem, ideoloji, bilgi, diyalog, ifade biçimi, tartışma, güç ilişkileri ve gücün değiş tokuşu gibi unsurları içeren bir süreci ifade etmektedir (Çelik ve Ekşi, 2008, s. 100). Bir dünya görüşü sunan söylem, ait olduğu öznenin dünya üzerindeki konumunu, geleceğini ve toplumsal mücadelesini dil yoluyla meşrulaştırmaya çalışır (Yılmaz, 2013, s. 27). Söylemin anlam kazandığı dil, mesajı, düşüncüyü ve ideolojiyi taşıyan temel bir araç olarak işlev görür (Devran, 2010, s. 24). Bu perspektiften bakıldığında, bilginin dilde kullanımı, gücün dildeki yansıması ve ideolojinin dil üzerindeki etkisi, her biri dilin bir eylemi olarak kabul edilir ve bu eylemlerin işlevselliği, yalnızca belirli bir söylem içinde anlam kazanabilir (Sözen, 2014, s. 10). Gürses'e (2017, s. 90) göre insanların, günlük pratiklerini yerine getirdikleri dil alanında gelişen söylem, dünyadaki nesnelerin anlaşılabilir kavramlara dönüştürülmesine katkı sağlar. Bu kavramların anlamlandırılma sürecinde var olan gerçeklik ise dilsel pratikler aracılığıyla desteklenir, üretilir ve temsil edilir (Poyraz, 2002, s. 17).

Yukarıdaki açıklamalar, dilin ve söylemin iletişimdeki önemini vurgulamaktadır. Dil, semboller ve kurallar aracılığıyla anlamın aktarılmasını sağlayan bir araç olarak işlev görürken, söylem ise belirli iletişim bağlamlarında bu dilin düzenlenmesini ve örgütlenmesini ifade eder. Dolayısıyla, dil ve söylem kavramları, iletişim süreçlerinde anlamın oluşturulması ve aktarılmasında temel unsurları temsil etmektedirler.

3.2. İdeoloji ve Tarihsel Yönleri

İdeoloji terimi ilk olarak Destutt de Tracy tarafından, ahlak, ekonomi-politik, fizik, matematiksel hesaplamalar ve nihayetinde tüm politika alanını kapsayan, insan entelektüel çevresine açık bir şekilde hükmetmeyi amaçlayan bir terminoloji ve entelektüel tasarım alanı olarak ele alınmıştır (Fairclough ve Graham, 2003, s. 2002). Özellikle ideolojiyi derinlemesine inceleyen Marksist kuram, genellikle onu bir düşünce dizgesi olarak ve "yanlış bilinç" olarak tanımlamıştır. Althusser'e göre ideoloji, üretim ilişkilerini, sınıflar arası ilişkileri ve insanların dünya ile olan ilişkilerini inşa etmek amacıyla işlev görmektedir. İdeolojinin en önemli işlevlerinden biri ise bireyi belirli bir yerde ve belirli bir anlamda sabit kılmaktır (Toruk ve Sine, 2012, s. 353). Bu, bireyleri aynı zamanda öznelleştirme ve onları mevcut çelişkili ilişkileri ve gücü ile toplumsal yapıya uyumlu hale getirme sürecidir. Özetle, ideoloji, bireylerin üretildiği ve toplumsal yapıya uyumlarını sağlayan bir pratiktir (Coward ve Ellis, 2008, s. 74-79).

İdeolojiler, sosyal toplulukların üyeleri tarafından paylaşılan ve dağıtılan zihinsel temsiller olarak tanımlanabilir. İdeolojiler, doğal diller gibi bireyler tarafından kullanılan sosyal biliş biçimleridir ve öncelikle toplumsal olarak paylaşılan inanç sistemleridir. Bu inanç sistemleri, bireyler tarafından üyelikleri çerçevesinde, söylemde ve diğer sosyal uygulamalarda ifade edilebilir, kullanılabilir veya uygulanabilir (Van Dijk, 2013, s. 177). Öte yandan, ideolojiler yalnızca belirli ideolojik gruplar tarafından paylaşılan ve genellikle tüm sosyokültürel topluluklar tarafından kabul edilmeyen inanç sistemleridir. Bu inanç sistemleri, görüş farklılıklarına sahip olan ve dolayısıyla farklı ideolojik grupların üyeleri arasında sıkça tartışılan ve savunulan inançları temsil eder. İdeolojiler, kendi iç gruplarında kabul gören ve varsayılan inançlar olabilirken, bu kabul toplumun geneli veya diğer gruplar arasında aynı şekilde yaygın değildir. Bu durum, ideolojik inançların bir topluluğun tüm üyeleri tarafından kabul edilip varsayıldığı anda, bu inançların artık ideoloji olmaktan çıkıp topluluk içinde bilgi olarak değerlendirileceği anlamına gelir. Tam tersi olarak, bir zamanlar genel kabul görmüş inanç ve dolayısıyla bilgi olarak kabul edilen şey, sonradan özel insan grupları tarafından sorgulanabilir hale gelir ve böylece tipik olarak bir ideoloji olarak görülüp kullanılabilir hale gelir (Van Dijk, 2013, s. 177).

İdeoloji kavramının çok yönlü doğası, onun tek bir kesin tanımının yapılamayacağını göstermektedir. İdeoloji, çeşitli kavramsal yapılar içinde şekillendirilmiş ve derinlemesine anlaşılması gereken bir terimdir. Bu bağlamda, ideoloji söylemle sıkı sıkıya ilişkilendirilmiş bir konudur. İdeoloji, dilin belirli etkiler ve sonuçlar yaratma amacı doğrultusunda insan özneleri arasında nasıl işlediğini gözlemlememizi sağlar (Eagleton, 2005, s. 28). İdeoloji kuramları, ideolojinin sınıf tahakkümünü korumaya çalıştığı konusunda mutabıktır; farklılıklar ise bu tahakkümün nasıl sürdürüldüğü, ne kadar etkili olduğu ve karşılaştığı dirençlerin çeşitliliği üzerindedir (Fiske, 2003, s. 226). İdeolojik olarak belirlenmiş söylem pratikleri, güç ilişkilerinin korunmasına ve pekiştirilmesine katkıda bulunma eğilimindedir. İktidar ilişkileri, herhangi bir söylem türünde, hatta bilimsel ve kuramsal söylemlerde bile, söylem pratikleri tarafından etkilenebilir (Fairclough, 2003, s. 170). Başka bir ifadeyle, ideoloji üreten bilgi, gerçeklikle değil, baskı kurarak ve hakimiyet sağlayarak var olan bir bilgidir. Bu terim, özellikle belirli sınıfsal gruplar tarafından sistematik olarak üretilen bilgiyi tanımlamak için kullanılır. İdeoloji, kendi varlığını sürdürebilen ancak kendisinden önce gelen maddi ilişkiler dizisi tarafından üretilen bir sonuç olarak kabul edilir (Sholle, 1999, s. 256). Öte yandan, bir metnin ideolojik olup olmadığını belirlemek için, söz konusu metni söylemsel bağlamından kopartarak değil, kimin neyi, hangi amaçlarla ve kime söylediği üzerinden değerlendirmek gereklidir (Eagleton, 2005, s. 28). Bu bağlamda, ideolojinin anlaşılması ve analiz edilmesi, hem bilgi üretim süreçlerinin hem de iletişimdeki güç ilişkilerinin anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

3.3. Medya Söylem ve İdeoloji İlişkisi

Medya ideolojilerin uygulandığı temel mecralardan biridir (Van Dijk, 1998). Özellikle Körfez Savaşı, 11 Eylül, Irak Savaşı ve Suriye Savaşı'nın etkisiyle iletişim faaliyetlerinin ideoloji ekseninde ivme kazandığı 1990'lı yıllardan itibaren pek çok yazar medya ve ideoloji arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Bu olaylar medyada yeni ötekiler yaratmış, ötekileştirilen kişi ve gruplara karşı ideolojik bir söylem oluşmuştur. Bu bağlamda medyanın ötekileri nasıl ve hangi bağlamda ele aldığı ve güç ilişkilerinin ideolojik grupları nasıl temsil ettiği önemlidir (Özbek, 2022, s. 90-91). Hall, medya ve ideoloji arasındaki ilişkiyi ele alırken, medyanın egemen ideolojik tanımların dolaşımı ve sağlamlaştırılmasında oynadığı rolü vurgulamaktadır (Hall, 1982, ss. 61-95). Marksist görüşün aksine, ideolojinin karmaşık ve istikrarsız doğasını ön plana çıkarır; ideolojiyi,

farklı sınıfların ve toplumsal grupların kendi içinde kurduğu zihinsel yapıları (dilleri, kavramları, kategorileri, düşünce imgelerini ve temsil sistemlerini) toplumun işleyişini anlamak, çözmek ve anlaşılır kılmak için kullanılan araçlar olarak tanımlar (Hall, 1996, s. 26). Gramsci'nin düşüncelerinden ilham alan Hall, hegemonyanın sürekli yenilenen bir süreç olarak işlediğini vurgular ve "biz ve onlar" gibi basit siyaset anlayışlarını reddeder. Ona göre, temsili bir olay olarak analiz eder; temsil edildikten sonra sabit bir anlama sahip olmayan kurucu bir süreç olarak görür. Bu bağlamda, medya temsilleri sadece şeylerin basit bir yansıması değildir; aksine medya, insanların dünyayı nasıl anlamlandırdıkları konusunda etkili olan anlam üreten bir araç olarak işlev görür. Dolayısıyla medya, izleyicilerin belirli konuları nasıl algıladıklarını şekillendirerek ve onlara nasıl hissettiklerini ve düşündüklerini telkin ederek önemli bir etkiye sahiptir. Bu nedenle toplumun kişiler ve konular hakkındaki anlayışı, medya üreticilerinin oluşturduğu anlamlara dayanmaktadır, çünkü medya bu anlamları gerçek dünyaya yükler (Hall, 1997, s. 60-75).

Medya içeriğinin kalbi olan haber, gerçekliğin sosyal inşasıdır ve haber üretme eylemi “gerçeğin bir resminden ziyade gerçekliğin kendisini inşa etme eylemidir” (Tuchman, 1978, s. 12). Dolayısıyla haber, meşru kurumların veya kilit kişilerin, statükoyu meşrulaştırmanın yolunu açan bir aracı haline gelir; çünkü “haber kendisini gerçeklik yargılarıyla sınırlamaz; aynı zamanda değerleri veya tercih ifadelerini de içerir” (Tuchman, 1978; Gans, 1979, s. 40). Bu tür değerler genellikle gizlidir çünkü gazeteciler sıkça bu değerleri haberlerine yansıtmazlar ve zamanla, etnosentrizm gibi farklı haber biçimleri aracılığıyla kalıcı hale gelebilirler - bu değerlerden biri, birinin ırkının, ulusunun veya kültürünün diğerlerinden üstün olduğu fikridir (Gans, 1979, s. 45). Bu anlamda, bu tür değerler, haberin tanımlanmasına ve şekillenmesine yardımcı olan ideolojilere dönüşürler. Örneğin, günümüz Avrupa'sında etnik merkezcilik, ülkenin "yabancılardan" korunması gerekçesiyle medya aracılığıyla göçmenler ve mülteciler üzerinden işlenmektedir. Bu durum, Gramsci'nin hegemonya kavrayışında belirtildiği gibi siyaset ve medya söyleminin yarattığı "öteki" korkusundan kaynaklanır (Herman ve Chomsky, 2008). Burada "öteki", doğal yollarla ırksallaştırılıp kalıplaştırılır. Medya söylemindeki bu ötekileştirme, medyanın ilişki, politika ve söylem üzerinden nasıl işlediğini göstermektedir ve böylece ideolojik söylemlerin temelini oluşturmaktadır (Van Dijk, 1998, s. 62).

Bu bağlamda, medyanın gücü, söylemlerin bir temsil sistemi olarak "basitçe gerçeği yansıtmadığı veya nesneleri masumca belirtmediği; bunun yerine onları belirli iktidar ilişkilerine göre belirli bağlamlarda oluşturduğu" şeklinde açıklanabilir (Foucault, 1980, s. 98; Hall, 1997, s. 185). Dolayısıyla medyanın oluşturduğu kalıplaşmış yargılar aracılığıyla iktidar daha önemli hale gelir (Foucault, 1977, s. 27). Medya söylemi, stereotipleştirme yoluyla tercih edilen anlamı temsil ederken bu stereotipleştirme, sosyal gruplar arasında kutuplaşmaya neden olmakta ve dolayısıyla toplumda söylemsel olarak yeniden üretilen ideolojik bir söyleme zemin hazırlamaktadır (Van Dijk, 1998, s. 63). Bu bağlamda, medyanın kalıplaşmış yargılar aracılığıyla ideolojiyi güçlendirdiği ve sosyal gruplar arasında kutuplaşmaya yol açarak toplumda ideolojik bir söylemin yeniden üretilmesine katkıda bulunduğu görülmektedir. Medya, bu süreçte hem ideolojik temsilleri pekiştirir hem de toplumsal algıların şekillenmesine etki eder.

3.4. Haber ve Söylem Analizi

Medya alanında uygulanan kuramsal çalışmalar çerçevesinde, söylem geniş bir perspektifte ele alınarak "haber" gibi içerikleri de kapsamaktadır. Rigel, John Hartley'in "Haber Anlamak" adlı eserinde, haberi bir söylem türü olarak değerlendirdiğini ve söylem ile dil arasında net bir ayrım yapılması gerekliliğine vurgu yaptığını belirtmektedir (Rigel, 2000, s.182). İletişim bilimci Teun Van Dijk, haber söylemini müstakil bir araştırma konusu olarak ilk inceleyenlerden biri olarak, söylemin "ideolojilerin yeniden üretiminde ve günlük ifadelerde vazgeçilmez bir rol oynadığına" vurgu yapmaktadır (Dijk, 2003, s. 13).

Van Dijk'a göre, haberler, kaynakların özenle seçilmesi, monoton bir haber akışı ve başlık tercihleri aracılığıyla toplumsal iktidarın inşa edildiği ve yeniden üretildiği metinlerdir (Keskin, 2004, s. 392). Bu çerçevede, haber üretimi, olayların taraflı veya tarafsız olmasından ziyade, bir söylem sürecinin biçimidir. Haberler genellikle görgü tanıklarının ifadeleri ve diğer medya kuruluşları ile ajanslardan alınan bilgilerden oluşmaktadır. Böylece, haberlerin oluşturulma süreci, mevcut söylemlerin yeniden üretilmesini içerir (Dijk, 1988, s. 19-20). Başka bir deyişle, haber söylemi, toplumda var olan hakim söylemlerin bir yansımasıdır (Toruk, 2008, s. 167). Özetle, medyada hangi olayların haber olacağı, nasıl yorumlanacağı ve sunulacağı tamamen değer yargıları ile belirlenmektedir. Haberlerin oluşturulması kişisel önyargılar, çıkarlar ve siyasi tercihler

tarafından şekillendirilir. Bu durum, gerçeklerin doğru bir şekilde aktarılmamasına ve çarpıtılmasına yol açar (Çaplı, 2002, s. 81). Bu süreçleri incelemek için ise söylem analizi yöntemi kullanılmaktadır.

Kültürel çalışmalar bağlamında, medya egemen gücün kurumsal ve ideolojik yeniden üretim merkezi olarak görülmektedir. Söylem çözümlemesi ile medya içeriklerinin ve haberlerin toplumsal güç ilişkilerini nasıl şekillendirdiği gösterilmeye çalışılmaktadır. Bu yöntem, yazılı, sözlü ve görsel metinlerdeki ideolojik bileşenleri açığa çıkarmayı hedefler. Dilin ve temsilin üretim süreçlerinin yanı sıra, temsil, anlam, iktidar arasındaki ilişkiler, kimliklerin ve öznelliklerin nasıl oluştuğu da incelenmektedir (Özer, 2011, ss. 48-49). Kavut'a (2021, s.129) göre, haber metinleri içindeki karmaşık söylemleri dilbilgisel olarak inceleyen söylem analizi, nitelikli ve kuramsal bir yöntemdir. Bu analiz yöntemi, söylemlerin üretim sürecini ve onların devamlılığını sağlayan kurallar ve yapıları ortaya çıkararak anlama dayalı sonuçlar sunmayı amaçlamaktadır. Söylem analizinin temel özelliklerinden biri, söylemin alt bölümleri için geliştirilen teorilerle metinlerin tanımlanmasıdır. Dolayısıyla, klasik dilbilim ve semiyotik yaklaşımlardan farklı olarak, günümüz söylem analizi fonetik, makro ve mikro semantik, retorik, pragmatik, etkileşimsel ve diğer yapıları birbiriyle ilişkili olarak incelemekte ve metin ve konuşmaların genellikle daha karmaşık olduğunu ortaya koymaktadır (Kavut, 2021, s.129).

Van Dijk'a göre, söylem analizi, dilin ve dil kullanımının teorik ve yöntemsel incelenmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda, söylem analizi; metinler, mesajlar, konuşmalar, diyaloglar ve iletişim araçları gibi unsurları ele alır (Dijk, 1988, s. 24). Van Dijk, haberleri bir söylem olarak ele almanın, haberlerin toplumsal ve söylemsel bağlamda nasıl yeniden üretildiğini sorgulamak anlamına geldiğini belirtir. Haberlerin söylem olarak incelenmesi, onların oluşturulduğu süreçleri ve toplumsal yapının içindeki güç/iktidar ilişkilerini göz önünde bulundurmaya gerektirir. Bu bağlamda, söylem analizi metinlerin oluştuğu bağlama odaklanır (Kula, 2002, s. 191). Söylem analizi, sadece metin yapılarını incelemekle kalmaz; aynı zamanda anlamları, fikirleri ve ideolojileri de açığa çıkarmayı amaçlar. Bu bilişsel yaklaşım, metnin sunduğu anlamların ötesinde, dil kullanıcılarının zihinsel süreçlerine ilişkin anlamaları gözler önüne serer (Sözen, 2014, s. 42). İdeolojiler, kendilerini dil aracılığıyla ifade eder ve şekillendirirler. Dil kullanıcılarının seçtiği kelimeler, kelime grupları, konuşma tarzı, anlatım biçimi ve hatta

cümle yapısı, söylemin oluşumunda büyük rol oynar; bu yüzden dilin kullanımı ile söylem oluşur (İnceoğlu ve Çomak, 2009, s. 35).

Michel Foucault, çeşitli metinlerin nasıl bir araya gelerek belirli bir bakış açısını ve bir söylemi oluşturduğunu inceler. Ona göre, söylem dil aracılığıyla inşa edilir ve bu inşa sürecinde dilin nasıl kullanıldığı ve dönüştürüldüğü önemlidir (Philp, 1997, ss. 91-95). Söylem analizi, dilin kullanımıyla insanların eylemlerini ve bu süreçte ortaya çıkan farklılıkları keşfetmeyi amaçlar. Bir söylem içindeki bilgi yapılarının nasıl değiştiğini ve dönüştüğünü anlamak için çalışır (Sözen, 2014, s. 85). Sözcük ve cümle yapıları, tonlama, vurgu, sayfa düzeni, genişlik ve yazı karakteri gibi unsurlar, anlamları önemli ölçüde etkileyebilir. Sözdizimsel yapılar, sözcüklerin, tümceciklerin ve cümlelerin hiyerarşisi ve düzeni ile ilgilidir; bu yapılar belirli eylemlerin failliği ve sorumluluğunu vurgulayabilir. Bu yapılar ideolojik anlamları vurgulayabilir veya vurgulamayabilir şekilde kurgulanabilir (Van Dijk, 2003, s. 111). Bunların yayın organlarına göre değişkenlik göstermesi, farklı ideolojik duruşa sahip gazetelerde yer alan haberlerin nasıl farklılık gösterdiğinin sorgulanmasına olanak tanımaktadır.

3.5. Eleştirel Söylem Analizi

Eleştirel söylem analizi, çeşitli sosyal alanlardaki sosyal ve kültürel gelişmelerin incelenmesine odaklanan bir söylem analizi teorisi ve yaklaşımıdır. Dil üzerinde dururken, dili tek başına güçlü bir araç olarak değil, daha çok güç sahibi kişilerin kullanımı ve eylemleriyle güç kazanan bir araç olarak görür. Eleştirel söylem analizi, ideolojiye ve eleştirel teoriye dayanarak söylemlerin gizemini çözmek için ideolojileri ele alır (Wodak, 2011, s. 52). Bu bağlamda, Althusser'in ideoloji teorisinden (1970) ve Gramsci'nin (1948/1971) felsefi geleneklerinden beslenen eleştirel söylem analizi, "insanların çeşitli tahakküm biçimlerinden kurtulmalarına yardımcı olacak bilgi üretmesi gereken" bir araştırmayı ifade eder (Wodak ve Meyer, 2009, s. 7). Bu nedenle, eleştirel söylem analizi içindeki "eleştirel" terimi, kabul edilen ortak bilgilere meydan okumayı teşvik eder. Günlük yaşamımızda karşılaştığımız söylemler, sadece fikirleri yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda onları üretir ve yeniden üretir, böylece baskın zihniyetleri oluşturan gruplara, olaylara ve yerlere bakışımızı etkiler (Fairclough, 1995; Van Dijk, 2015). Bu durum, söylemin sadece fikirleri yansıtmadığını, aynı zamanda onları ürettiğini ve yeniden ürettiğini gösterir. Bu akademik duruş, eleştirel söylem analizi kapsamında

dilin güç ilişkilerindeki rolüne, dışlanma süreçlerine ve ırkçılığa odaklanan çalışmalara yol açmaktadır. Eleştirel söylem analizinde, temel analiz birimi genellikle metinlerdir. Eleştirel söylem analizi, sadece yazılı belgelere değil, aynı zamanda metinler arası ilişkilere, sözlü etkileşimlere ve görsel içeriklere dayanır. Bu bağlamda eleştirel söylem analizi, iktidarın ve ideolojilerin gizlendiği söylemi incelemeyi amaçlar (Fairclough, 1995). Dolayısıyla metinler, farklı söylemlerin ve ideolojilerin izlerini taşıyan, çatışan ve egemenlik için mücadele eden mücadele alanları olarak görülür (Wodak, 2011, s. 35).

Fairclough'un (1995, s. 2) üç boyutlu çerçevesi, söylem analizini daha derinlemesine anlamak için üç ayrı analiz biçimini bir araya getirmeyi amaçlar:

- Sözlü veya yazılı dil metnlerinin analizi;
- Söylem pratiğinin analizi (metinlerin üretimi, dağıtımı ve tüketimi süreçleri);
- Sosyokültürel pratiğin örnekleri olarak söylemsel olayların analizi.

Van Dijk (2015, s.64-66) ise söylemi, bilişi ve toplumu ilişkilendiren üçgenleştirilmiş bir teorik çerçeve sunar. Eleştirel söylem analizinin tüm yaklaşımları, söylem ve toplum arasındaki ilişkilere odaklanırken, Van Dijk (2015, s. 64) sosyo-bilişsel bir yaklaşım benimser ve bu tür ilişkilerin bilişsel olarak aracılık ettiğini belirtir. Söylem yapıları ve sosyal yapılar, sadece dili kullananların zihinsel temsilleriyle sınırlı kalmayabilir; aynı zamanda insanların sosyal ortamlarını nasıl inşa ettiklerini, ifade ettiklerini ve yorumladıklarını da etkileyebilir. Öte yandan, Van Dijk (2015, s. 64), söylemin, zihinsel modeller, bilgi, tutumlar ve ideolojilerden oluşan aynı bilişsel arayüz aracılığıyla sosyal etkileşimi ve sosyal yapıları nasıl etkileyebileceğini ileri sürmektedir.

Van Dijk (2008) söylemlerin ideolojiler tarafından (yeniden) üretildiğini ve medyaya, parlamento tartışmalarına veya bilimsel araştırmalara erişimi olan kişiler tarafından bağlamı kontrol etmenin yanı sıra söylemin ana konularını da belirlediğini ileri sürmektedir. Ona göre medya her gün kamu liderlerinin, politikacıların, iş adamlarının, bilim adamlarının söylemlerini yaratma gücüne sahip olduğu gibi, aynı zamanda insanların zihinlerini ve söylemin bağlamını kontrol etme ve yönlendirme etkisine de sahiptir (Van Dijk, 2008). Başka bir ifade ile medya söylemini yalnızca haberlerle sınırlı değil, siyasi elitlerin, sıradan sosyal medya kullanıcılarının, siyasi örgütlerin ve kamu

liderlerinin söylemi içerisinde değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir (Van Dijk, 1988, 1993, 2008). Bu nedenle Van Dijk (1991, s. 113-4), yapılandırılmış haber analizinde kullanılan en güçlü anlamsal kavramlardan birinin söylemdeki gizli anlamlar yani “imalar” olduğunu belirtmektedir. Bunlar metinde bir kişi, grup, siyasi, kültürel veya toplumsal olaylarla ilgili ideolojileri veya görüşleri temsil etme amacıyla kullanılan kelimeler, görseller, cümleler ve metinsel ifadeler olabilir.

Söylem analizinin temel amacı, dil kullanım birimlerini olan söylemleri açık ve sistematik bir şekilde tanımlamaktır. Bu bağlamda, söylem yapıları çeşitli düzeylerde metinsel ve bağlamsal boyutlar içerir. Van Dijk (1988, s. 26), söylemin üç önemli yönünden bahseder: "cümle biçimleri, anlamlar ve konuşma edimleri". Eleştirel söylem analizi, seslerden, kelimelerden, cümle kalıplarından ve anlamlardan oluşan mikro düzeydeki unsurların yanı sıra makro düzeydeki (metinlerin bütünlüğü, bölümleri ve global anlamları) ilişkileri sistemli bir şekilde inceler (Van Dijk, 1988, s. 26-27). Bu bağlamda, eleştirel söylem analizi, metin ile bağlam arasındaki sistemli ilişkileri ele alırken, bilişsel süreçlerin özellikle söylem yapılarının üretimini ve anlaşılmasını nasıl etkilediğini ve aynı zamanda söylem yapılarının sosyal durumu nasıl etkilediğini ve sosyal durumdan nasıl etkilendiğini ortaya çıkarır (Van Dijk, 1988, s. 30).

Günümüzde eleştirel söylem analizi, medya ve diğer sosyal kaynaklar tarafından kullanılan en yaygın ve öne çıkan söylemleri araştırmak ve bu söylemlerin üretim mekanizmalarını belirlemek için yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bu analiz, politik-kurumsal yapılar, kültür ve sosyopsikolojik konular gibi geniş bir yelpazeye odaklanarak, bu söylemlerin nasıl yapılandırıldığını, hangi ideolojik temeller üzerine inşa edildiğini ve toplumsal güç ilişkilerini nasıl yansıttığını incelemektedir.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

İnternet medyasından örneklem olarak seçilen Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinin 1 Ocak - 30 Mart 2024 tarihleri arasında yayımlanan sayılarında, Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerin söylem yapıları incelenmiştir. Söylem yapılarının çözümlenmesinde öncelikle Murat Kurum ile ilgili haber analizlerine yer verilmiş ve ardından Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberler değerlendirilmiştir. Böylece iki gazete arasındaki söylem farklılıkları ve benzerlikleri ortaya konulacaktır.

4.1. Sabah Gazetesi

Araştırma kapsamında öncelikle Sabah gazetesinin 1 Ocak - 30 Mart 2024 tarihleri arasındaki günlerde yayımlanan sayılarında, İstanbul yerel seçimlerine ilişkin haberlerin makro ve mikro söylem yapıları incelenmiştir.

4.1.1. Makro Yapı Çözümlemesi

Makro yapı analizi, bir metnin genel temalarını, temsil tarzını ve içerdiği temel unsurları incelemeyi içerir. Bu analizde, tematik yapı ve şematik yapı olmak üzere iki ana bölüm bulunur. Tematik yapı, başlık, haber girişi ve fotoğraflar gibi unsurları içerir ve bu unsurların birlikte nasıl çalıştığını ve metnin temel mesajını nasıl ilettiğini inceler. Öte yandan, şematik yapı, ana olayın sunum tarzını, arka plan bilgisini, bağlamı ve kullanılan kaynakları içerir. Bu yapı, metnin nasıl organize edildiğini ve metnin sunumuyla ilgili hangi faktörlerin dikkate alındığını anlamak için önemlidir (Van Dijk, 1988, s. 26-28). Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili yer verdiği haberlerin makro yapı çözümlemesi aşağıda yer almaktadır.

Başlıklar: Gazeteciler, manşetlerde ve başlıklarda en az kelimeyle en fazla bilgi vermeye çalışırken, her kullanılan kelime belirli bir mesaj iletmeyi amaçlar. Bu nedenle, eleştirel söylem analizinde haber başlıklarının dikkatle incelenmesi önemlidir. Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasındaki Murat Kurum ile ilgili haber başlıkları analiz edildiğinde, her başlığın Murat Kurum'un seçim stratejilerini, rakipleriyle ilişkilerini ve kamuoyuna yönelik mesajlarını ilettiği görülmektedir.

Haber başlıklarında öne çıkan konulardan birisi seçim vaatleridir. Bu konu Murat Kurum'un seçim döneminde sunduğu vaatleri ve planları içermektedir. Bu haber başlıkları, İstanbul'un geleceği ile ilgili spesifik politikaları ve projeleri vurgulamaktadır. Bu haber başlıkları, Murat Kurum'un seçmenlere sunduğu somut projeleri ve vaatleri vurgulamaktadır. Ulaşım, kentsel dönüşüm ve istihdam gibi konulara odaklanarak, seçim dönemi boyunca seçmenlere nasıl bir vizyon sunduğu anlatılmaktadır. Bu başlıklar, Kurum'un yönetim anlayışını ve planlarını öne çıkarmak için kullanılmıştır.

"Murat Kurum 'İlk günden işe koyulduk' diyerek paylaştı: 'İstanbul'un ulaşım çilesini bitireceğiz' mesajı" (Sabah Gazetesi, 07.01.2024)

"Murat Kurum İstanbul'da yapılacakları açıkladı: İşten çıkarılanları geri alacağız" (Sabah Gazetesi, 08.01.2024)

"Murat Kurum'dan Avcılar'a metro müjdesi: Halkalı metrosunu bir durak uzatacağız" (Sabah Gazetesi, 11.01.2024)

"İstanbul'da riskli binaların dönüşümünü sağlayacağız" (Sabah Gazetesi, 13.01.2024)

"Kurum: İlk bir yıl boyunca İstanbul'da istihdam için seferber olacağız" (Sabah Gazetesi, 16.01.2024)

"İBB Başkan adayı Murat Kurum balık halini ziyaret etti" (Sabah Gazetesi, 24.03.2024)

Sabah gazetesinde Murat Kurum ile ilgili haber başlıklarında öne çıkan diğer konu ise rakipleriyle ilgili eleştiriler ve karşıtlıklardır. Özellikle Ekrem İmamoğlu ve CHP kanadı hedef alınmaktadır. Rakiplerin siyasi ittifakları ve iddiaları, Kurum'un kendi pozisyonunu güçlendirmek ve rakiplerini zayıflatmak amacıyla eleştirilmiştir. Bu, seçim kampanyasının çatışma ve karşıtlık stratejisini temsil etmektedir.

"Murat Kurum'dan CHP-DEM-Kandil ortaklığına tepki: İstanbul'u bu kirli ittifaktan kurtaracağız" (Sabah Gazetesi, 21.02.2024)

"Cumhur İttifakı'nın İBB Başkan Adayı Murat Kurum: Kandil İttifakı'nın bayraklarını meydanda salladılar" (Sabah Gazetesi, 24.02.2024)

"Murat Kurum'dan Ekrem İmamoğlu'na sert tepki: Sırtını Kandil'e dayayanların değil, sırtını millete dayayanların dönemi başlıyor" (Sabah Gazetesi, 26.02.2024)

"Murat Kurum'dan CHP/DEM/Kandil işbirliğine tepki: Kirli pazarlıkların değil Millet için üreten taraftayız" (Sabah Gazetesi, 28.02.2024)

"Murat Kurum'dan İmamoğlu'na 'israf' tepkisi: İstanbul'un kaynaklarını harcadın" (Sabah Gazetesi, 02.03.2024)

Haber başlıklarında öne çıkan diğer kategori ise iddialar ve suçlamalar kategorisidir. Bu kategori, Murat Kurum'un rakiplerine veya mevcut yönetim uygulamalarına yönelik iddiaları ve suçlamaları içermektedir. Bu başlıklar, belirli olaylar veya yönetim uygulamaları hakkında Kurum'un ortaya koyduğu iddiaları vurgulamaktadır. Bu başlıklar, Kurum'un rakiplerine yönelik ciddi suçlamalarını ve iddialarını içermektedir. Bu tür iddialar, kamuoyunun dikkatini çekmek ve rakiplerin güvenilirliğini sorgulamak amacıyla kullanılmaktadır. Ayrıca, seçmenlerin bilgi sahibi olmasını ve seçim tercihlerinde etkili olmasını hedeflemektedir. Bu başlıkla Kurum'un rakiplerini PKK ile ilişkilendirilen *"Kandil"* ifadesi ile değerlendirmesi dikkat çekicidir. Özellikle *"Kandil İttifakı"* gibi terimlerin kullanımı, rakipleri terör örgütü PKK ile bağlantılı göstererek seçmenlerin korku ve güvensizlik duygularını tetiklemeyi amaçlamaktadır. Bu söylem, rakiplerin meşruiyetini ve güvenilirliğini sorgulatmayı amaçlarken diğer yandan da Murat Kurum'un kendisini milli ve güvenilir bir lider olarak konumlandırmasına hizmet etmektedir. Ayrıca, bu tür suçlamalar, seçim kampanyasının yoğun bir şekilde duygusal ve ideolojik çatışma üzerine kurulu olduğunu göstermektedir. Rakiplerin PKK ile işbirliği içinde olduğu iması, seçmenlerin tercihlerini etkilemek için güçlü bir söylemsel araç olarak kullanılmaktadır.

"Murat Kurum'dan İmamoğlu'na bomba soru: 1.5 milyarlık villayı niye sakladın?" (Sabah Gazetesi, 27.03.2024)

"Murat Kurum'dan Kentsel Dönüşüm mesajı! Ekrem İmamoğlu'na bomba gönderme: 5 yıl boyunca sadece kandırdılar" (Sabah Gazetesi, 16.03.2024)

Haber başlıklarında öne çıkan son kategori ise belediye yönetimi ve hizmetler kategorisidir. Bu kategori, belediye hizmetleri, yönetim uygulamaları ve Kurum'un bu

konularda sunduğu çözüm önerilerini içermektedir. Bu başlıklar, mevcut belediye yönetiminin eksikliklerini ve Murat Kurum'un bu eksiklikleri nasıl gidereceğini vurgular. Hizmetlerin artırılması ve belediyecilik uygulamalarının iyileştirilmesi gibi konular öne çıkarılır. Kurum'un yönetim anlayışını ve hizmet hedeflerini ortaya koyar.

"İBB yönetimi yarı zamanlı çalışıyor" (Sabah Gazetesi, 24.01.2024)

"Tam zamanlı, gerçek belediyecilik yapacağız" (Sabah Gazetesi, 28.01.2024)

"Çocuklara beslenme desteği" (Sabah Gazetesi, 30.01.2024)

"Hizmete verilen 5 yıllık arayı bitireceğiz" (Sabah Gazetesi, 04.02.2024)

Görüldüğü gibi Sabah gazetesindeki Murat Kurum ile ilgili haber başlıkları, seçim sürecinde çeşitli söylemsel stratejilerin kullanıldığını açıkça göstermektedir. Haberler, Kurum'un seçim vaatlerini ve projelerini öne çıkarmak amacıyla somut önerilere odaklanmakta, rakiplerine yönelik eleştiriler ve suçlamalar ise politik çatışmayı vurgulamaktadır. Ayrıca, belediye yönetimindeki eksiklikler ve hizmet iyileştirmeleri üzerine yapılan vurgular, Kurum'un belediyecilik anlayışını güçlendirmek için kullanılmaktadır. Kişisel temalar ve halkla kurulan duygusal bağlar ise seçmenlerin ilgisini çekmek ve destek kazanmak için stratejik olarak öne çıkarılmaktadır. Bu söylemler, medyanın seçim sürecindeki rolünü ve Kurum'un kamuoyundaki imajını şekillendirmedeki etkisini temsil etmektedir.

Sabah gazetesinde Ekrem İmamoğlu hakkında yayımlanan haber başlıkları ise belirli bir ideolojik çerçevede, İmamoğlu'nu ve CHP'yi olumsuz bir çerçevede göstermeyi amaçlamaktadır. Bu başlıklar çeşitli kategorilere ayrılarak incelendiğinde, belirli konular öne çıkmaktadır. Öncelikle Sabah gazetesinde Ekrem İmamoğlu hakkında yayımlanan haber başlıkları Ekrem İmamoğlu'nun güvenilirliğini sorgulayan ve onu etik dışı davranışlar içinde temsil eden haberleri içermektedir. Bu söylemler, okuyucuların İmamoğlu'na olan güvenini sarsmayı ve onu yolsuzlukla ilişkilendirmeyi amaçlamaktadır.

"Türkiye bu görüntüleri konuşuyor: İBB'de kirli para trafiği" (Sabah Gazetesi, 11.03.2024)

"Ekrem İmamoğlu'ndan 175 milyon TL'lik skandal! 'İsrafi bitirdik' şovunu fonladığı hesap ifşa etti" (Sabah Gazetesi, 23.02.2024)

"CHP'den İGDAŞ'ta vurgun! 300'den fazla kiralık araca servet ödemişler: Tam 147 milyon..." (Sabah Gazetesi, 20.03.2024)

"İmamoğlu'ndan bir 'hatırlamıyorum' skandalı daha! Geçmiş vaatleri sorulunca yine çuvalladı" (Sabah Gazetesi, 14.03.2024)

Öte yandan Sabah gazetesinde Ekrem İmamoğlu hakkında yayımlanan haber başlıkları CHP içindeki çekişmeler ve İmamoğlu'nun parti içindeki konumu ele alınmaktadır. Bu söylemler, CHP'nin birlikten yoksun olduğunu ve İmamoğlu'nun partide sorun yarattığını vurgulamaktadır.

"CHP'de adaylar neden açıklanmadı? Özel-İmamoğlu arasında kaos; Kılıçdaroğlu'ndan 'intikam' hamlesi" (Sabah Gazetesi, 06.01.2024)

"Eren Erdem'den Özgür Özel ve Ekrem İmamoğlu'na zehir zemberek sözler: 'CHP tarihinde bir ilk' dedi topa tuttu!" (Sabah Gazetesi, 27.01.2024)

"Battal İlgezdi Ekrem İmamoğlu'na ateş püskürdü: MYK ve PM'Yi çiğnedi... Hangi hakla!" (29.01.2024)

"Meral Akşener Ekrem İmamoğlu'nu bombaladı: 'Eli genel merkezde gözü başka mevkilerdeyken İstanbul'u yönetemez!'" (Sabah Gazetesi, 18.02.2024)

"CHP'li Cemal Canpolat açıkladı: Ekrem İmamoğlu'nun babasının doktoru Bakırköy'e aday" (Sabah Gazetesi, 20.02.2024).

Sözde icraatlar ve vaatlerin yerine getirilmemesi de Sabah gazetesinde Ekrem İmamoğlu hakkında yayımlanan haber başlıklarında öne çıkmaktadır. Bu kategori, İmamoğlu'nun verdiği vaatleri yerine getirmediği iddialarını içermektedir. Bu söylemler, İmamoğlu'nun başarısız bir yönetici olduğunu vurgulamak için kullanılır.

"CHP'li İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun indirimli ulaşım vaadi de havada kaldı: Gençlere yalan söylediler" (Sabah Gazetesi, 18.01.2024)

"Ekrem İmamoğlu öğrencilere ulaşım indirimini 2 yıldır uygulamıyor! Belgelerle paylaşıldı" (Sabah Gazetesi, 27.02.2024)

"Ekrem İmamoğlu'nun kirli algısı patladı! Ben yaptım dediği metroların temeli AK Parti döneminde atılmış" (Sabah Gazetesi, 08.03.2024)

Sabah gazetesinde Ekrem İmamoğlu hakkında yayımlanan haber başlıklarında İmamoğlu'na yönelik doğrudan eleştiriler ve saldırılar da yer almaktadır. Bu söylemler, İmamoğlu'nu doğrudan hedef alarak onun politik ve kişisel itibarını zedelemeyi amaçlamaktadır.

"Siyasi rant devşirmeye çalışmıştı! 'Milli Yas'tan, vur patlasın çal oynasın...' (Sabah Gazetesi, 01.01.2024)

"Özgür Özel 'bedelli askerlik yapanlar oy istemiyoruz' demişti! İmamoğlu bedelli, Murat Kurum 18 ay askerlik yapmış" (Sabah Gazetesi, 04.03.2024)

"Dinlediğimde gözlerim doldu" demişti! İmamoğlu, PKK destekçisi Rojda'ya alkış tuttu" (Sabah Gazetesi, 06.03.2024)

Sabah gazetesinde Ekrem İmamoğlu hakkında yayımlanan haber başlıkları CHP'nin ideolojik olarak eleştirilmesini ve parti içindeki ayrışmaları konu almaktadır. Bu söylemler, CHP'nin içindeki farklı görüşlerin parti bütünlüğünü tehdit ettiğini ima eder.

"DEM'in İstanbul planı ortaya çıktı! İşte CHP ile yapılan kirli işbirliğinin perde arkası" (Sabah Gazetesi, 19.02.2024)

"CHP'den bile isteye ihanet! Kentsel dönüşüme savaş açtılar: İşte o skandallar" (Sabah Gazetesi, 19.02.2024)

"Ekrem İmamoğlu mitinginde LGBT pankartı! 'Ekrem ve Alper Başkanla Özgürce Yaşam Gelecek'" (Sabah Gazetesi, 16.03.2024)

Sabah gazetesinde yer alan "DEM'in İstanbul planı ortaya çıktı! İşte CHP ile yapılan kirli işbirliğinin perde arkası" ve "CHP'den bile isteye ihanet! Kentsel dönüşüme savaş açtılar: İşte o skandallar" başlıkları, CHP'yi hedef alan eleştiriler içerirken, aynı zamanda

AKP'nin politik argümanında Kürtler ve LGBTİ bireyler gibi kesimleri düşmanlaştırma stratejisiyle kendi kitlesini konsolide etmeyi amaçlamaktadır. Gazete, CHP'yi bu toplumsal gruplarla ilişkilendirerek, bu grupların AKP'nin tabanında olumsuz unsurlar yaratabilecek gruplar olarak görülmesini teşvik etmektedir. Aynı zamanda, bu başlıklarla CHP ve Ekrem İmamoğlu'nu bu gruplarla özdeşleştirerek, kamuoyunda negatif temsil oluşturmayı hedeflemektedir.

Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi perspektifinden bakıldığında, bu başlıklar belirli bir politik ajandanın ve ideolojik duruşun temsidir. Sabah gazetesi, Ekrem İmamoğlu ve CHP'yi olumsuz bir çerçeveye oturtarak, kamuoyunda bu figürler hakkında negatif bakış açısı oluşturmayı hedeflemektedir. Bu söylemler, okuyucuların İmamoğlu ve CHP hakkında olumsuz yargılara varmasını teşvik ederken, aynı zamanda siyasi rakiplerine avantaj sağlamayı amaçlamaktadır.

Fotograflar: Makro yapıya dahil edilen haber fotoğrafları, tematik analizde son derece önemli bir rol oynar. Kelimelerin yetersiz kaldığı durumlarda, görseller devreye girerek haber akışındaki birçok unsuru somutlaştırır ve daha derin bir anlayış sunar. Gazetelerde fotoğraf kullanımı, haberin daha etkili ve ilgi çekici bir şekilde yer verilmesini sağlayarak, okur kitlesine daha geniş bir erişim imkanı sunar. Fotoğraflar, haber metnini tamamlayarak, habere gerçeklik ve inandırıcılık katarak, okurun ilgisini çekerek ve duygusal etkiyi artırarak gazeteciliğin temel ilkelerine katkıda bulunur. Sabah gazetesi de 01 Ocak 2024 – 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili yer verdiği haberlerde genel anlamda haberlerin bağlamına uygun görseller kullanmıştır. Gazetenin ideolojik söylemini destekleyecek öne çıkan fotoğraf çözümlmeleri aşağıda yer almaktadır. Bu konudaki önemli bir örnek “*Murat Kurum İlk günden işe koyulduk diyerek paylaştı: 'İstanbul'un ulaşım çilesini bitireceğiz' mesajı*” ifadesinin yer aldığı görseldir (Şekil 2).



Şekil 2: Murat Kurum ve Abdulkadir Uraloğlu (Sabah Gazetesi, 07.01.2024).

Yukarıdaki fotoğrafta, solda Murat Kurum ve sağda Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu yer almaktadır. İkili, bir dizüstü bilgisayar ekranına dikkatlice bakmakta ve üzerinde çalışmaktadırlar. Görsel, genellikle resmi bir toplantı ya da çalışma ortamını temsil etmektedir. ve bu durum, fotoğraftaki kişilerin İstanbul'un yönetimine dair stratejik planlamalar veya önemli projeler üzerinde çalıştığını düşündürmektedir. Arka planda Türk bayrağı ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün portresi bulunmaktadır, bu da toplantının resmi bir devlet dairesinde gerçekleştiğine işaret etmektedir. Eleştirel söylem analizi bağlamında değerlendirildiğinde bu fotoğraf, belirli bir politik mesajı ve söylemi güçlendirmek amacıyla kullanılmaktadır. Sabah gazetesinde *"Murat Kurum 'İlk günden işe koyulduk' diyerek paylaştı: 'İstanbul'un ulaşım çilesini bitireceğiz' mesajı"* başlığıyla paylaşılan bu görsel, birkaç önemli noktayı vurgulamaktadır. Öncelikle fotoğrafta Murat Kurum ve Ulaştırma ve Altyapı Bakanı'nın bir dizüstü bilgisayara odaklandığı ve ciddi bir şekilde çalıştıkları görülmektedir. Bu, Kurum'un *"ilk günden işe koyulduk"* söylemiyle uyumlu olarak, seçmenlere işine bağlı, çalışkan ve sorunlara çözüm odaklı bir lider imajı çizmektedir. Arka planda yer alan Türk bayrağı ve Mustafa Kemal Atatürk'ün portresi, Kurum'un ve ekibinin devletin resmi ve milli değerlerine bağlı olduğunu göstermektedir. Bu, milliyetçi duyguları harekete geçirerek, seçmenlerin güvenini kazanmayı hedefler. Murat Kurum ve Ulaştırma ve Altyapı Bakanı'nın birlikte çalıştığı görüntüsü, Kurum'un işbirliği içinde çalıştığını ve önemli projelerde diğer devlet yetkilileriyle uyumlu bir şekilde hareket ettiğini gösterir. Bu, Kurum'un liderlik becerilerini ve takım çalışmasına

verdiği önemi vurgular. Genel olarak, bu görsel ve ilgili başlık, Murat Kurum'un İstanbul'un ulaşım sorunlarını çözmeye kararlı, çalışkan ve modern bir lider olarak imajını pekiştirmek için stratejik olarak kullanılmaktadır. Bu söylem, seçmenlerin güvenini kazanmak ve siyasi desteği artırmak amacıyla dikkatlice kurgulanmıştır. Bu konudaki diğer örnek ise *"İBB pankart zorbalığına devam ediyor! Önce Kadıköy şimdi Merter... 'Bu vandallık 31 Mart'ta bitecek'"* ifadesi ile paylaşılan görseldir (Şekil 3).



Şekil 3: Pankart Krizi (Sabah Gazetesi, 13.02.2024).

Eleştirel söylem analizi bağlamında bu görsel, belirli bir politik söylemi pekiştirmek ve muhalif bir durumu eleştirmek amacıyla kullanılmaktadır. Sabah gazetesinde *"İBB pankart zorbalığına devam ediyor! Önce Kadıköy şimdi Merter... 'Bu vandallık 31 Mart'ta bitecek'"* başlığıyla paylaşılan bu görsel, birkaç önemli noktayı vurgulamaktadır. Öncelikle görselde İBB'nin Murat Kurum'a ait pankartları kaldırdığı veya zarar verdiği vurgulanmaktadır. Bu durum, seçim sürecinde belirli bir siyasi avantaj elde etmek amacıyla yapılmış bir hareket olarak eleştirilmektedir. *"Zorbalık"* ve *"vandallık"* gibi kelimeler, İBB'nin mevcut yönetiminin hukuksuz ve zorba yöntemler kullandığı izlenimini yaratmaktadır. Bu, seçmenlerde mevcut yönetim hakkında olumsuz bir temsili hedeflemektedir. Kırmızı ok ve daire ile işaretlenmiş kısımlar, görselde dikkat çekmek istenen noktaları vurgulamakta ve izleyicinin bu detaylara odaklanmasını sağlamaktadır. Bu tür grafiksel öğeler, mesajın etkisini artırmak için kullanılmaktadır. Görselde Murat Kurum'un pankartı ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin mevcut yönetimine yönelik eleştiriler birlikte yer almaktadır. Bu, Kurum'u daha düzenli, adil ve hukuka uygun bir

yönetim vaat eden bir lider olarak konumlandırırken, mevcut İBB yönetimini ise kaotik ve zorba bir yönetim olarak göstermeyi amaçlamaktadır. *"Bu vandallık 31 Mart'ta bitecek"* ifadesi, Murat Kurum'un seçilmesi durumunda bu tür sorunların sona ereceği vaadini taşımaktadır. Bu, seçmenlere mevcut sorunların Kurum'un yönetimi ile çözüleceği mesajını vermektedir. Görselde İstanbul'un çeşitli yapı ve altyapı unsurları da yer almakta, bu da şehrin genel yönetimi ve kamu hizmetleri ile ilgili bir bağlam sunmaktadır. Kurum'un adının ve pankartının bu yapıların önünde belirgin şekilde yer alması, onun şehri dönüştürme vaadini desteklemektedir. Sonuç olarak bu görsel ve ilgili başlık, Sabah gazetesinin Murat Kurum'u destekleyen bir siyasi duruş sergilediğini ve İBB'nin mevcut yönetimini sert bir şekilde eleştirdiğini ortaya koymaktadır. Kullanılan söylem ve görsel öğeler, seçmenleri etkilemek ve Kurum'un adaylığını güçlendirmek için stratejik olarak tasarlanmıştır.

Sabah gazetesi, Murat Kurum ile ilgili haberlerde, Kurum'un adaylığını destekleyen ve onu güçlendiren bir siyasi duruş sergilerken, Ekrem İmamoğlu hakkında ise karşıt bir tutum sergilemiştir. Gazete, İmamoğlu'nun adaylığını sert şekilde eleştirirken, eleştirel görseller kullanarak İmamoğlu'nu olumsuz bir şekilde konumlandırmıştır. Bu stratejik yaklaşım, iki aday arasında net bir ayrım yaratmayı amaçlamıştır.



Şekil 4: Para Sayma Görüntüleri (Sabah Gazetesi, 01.03.2023)

Eleştirel söylem analizi bağlamında değerlendirildiğinde şekil 4'te yer alan görsel, Sabah gazetesinde *"Türkiye bu görüntüleri konuşuyor: İBB'de kirli para trafiği"* başlığı ile yayımlanmıştır. Görsel öncelikle suçlama ve ima içermektedir. Görsel, büyük miktarda para ve belirsiz bir kişiyi göstermektedir. Bu, izleyicide yasa dışı veya etik dışı bir faaliyet hissi uyandırmaktadır. Görselin kalitesinin düşük olması ve kişinin belirsizliği, gizem ve suçlama imasını güçlendirmektedir. Ayrıca *"İBB'de kirli para trafiği"* başlığı, görseldeki paraların yasadışı yollardan elde edildiği veya kullanıldığı görüşünü pekiştirmektedir. Bu, İBB'nin mevcut yönetimini yolsuzlukla suçlamak ve seçmenlerin gözünde itibarsızlaştırmak için güçlü bir söylem stratejisidir. Görseldeki para yığınları ve belirsiz kişi, Ekrem İmamoğlu'nun yönetimini suçlama amacı taşımaktadır. Bu, İmamoğlu ve yönetiminin güvenilirliğini sorgulatarak, rakip adaylara avantaj sağlama stratejisinin bir parçasıdır. Para yığınları ve belirsiz kişi üzerinden oluşturulan görüntü, izleyicide korku ve şüphe uyandırmaktadır. Bu, seçmenlerin İBB yönetimine karşı güvensizlik duymalarına yol açabilir ve seçmenlerin oy tercihini etkileyebilir. Görsel ve başlık birlikte kullanılarak, izleyicinin belirli bir olaya veya duruma dair görüşü manipüle edilmektedir. Görselin belirsizliği ve başlığın suçlayıcı tonu, izleyicinin bilinçaltında olumsuz bir izlenim bırakmayı amaçlamaktadır. Bu tür bir görsel ve başlık kullanımı, İBB yönetimini yolsuzluk ve etik dışı davranışlarla ilişkilendirerek, Murat Kurum'un adaylığını ve söylemlerini desteklemeyi amaçlamaktadır. Bu, seçmenlere mevcut yönetimin değiştirilmesi gerektiği mesajını vermektedir. Genel olarak, bu görsel ve başlık kombinasyonu, belirli bir politik ajandayı desteklemek, rakipleri itibarsızlaştırmak ve kamu algısını yönetmek için eleştirel söylem analizinin temel unsurlarını kullanmaktadır. Bu tür stratejik söylemler, seçmen davranışını ve kamuoyunu etkileme amacı taşır.

Ana Olay ve Sunuş Biçimleri: Ana olay, haber metninin odak noktası olup, analizlerin temel alındığı temadır. Bu temanın belirlenmesi, haber metninin iletmeyi amaçladığı mesajların ve yaymak istediği düşüncelerin anlaşılmasına yardımcı olur. Ana olay ve sunuş biçimlerini incelemek, metinlerin ve görsellerin arkasındaki örtük anlamları ve güç ilişkilerini ortaya çıkarabilir.

Trafik ve ulaşım projelerinin ana olay olarak temsil edilen haber içeriğinde *"Cumhur İttifakı İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı Murat Kurum adaylığının açıklanmasının ardından İstanbul için kolları sıvadı. Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu ile bir araya gelen Kurum, 'İstanbul'u da, İstanbulluların bizden*

ne beklediğini de biliyoruz. Bu şehrin mevcut karmaşasını en hızlı şekilde gidereceğiz. İlk günden işe koyulduk. ' dedi. ” (Sabah gazetesi, 07.01.2024) ifadelerine yer verilmiştir. Söz konusu haber Murat Kurum’un trafik ve ulaşım sorunlarına yönelik çözüm odaklı projelerini öne çıkarmaktadır. Eleştirel söylem analizi bağlamında, bu açıklamalar, adayın problem çözme kapasitesini ve şehre dair kapsamlı vizyonunu vurgulama amacını taşır. Ulaştırma ve Altyapı Bakanı ile yapılan toplantının belirtilmesi, projenin devlet destekli ve resmi bir geçerliliğe sahip olduğunu ima eder. Bu durum, adayın projelerini yüksek yetkili makamlarla koordineli bir şekilde yürütme yeteneğini gösterir ve kamuya güven verici bir imaj çizmeye çalışır.

Sokak hayvanları sorununu çözme vaadi, gece güvenliği vurgusu da Murat Kurum’un proje ve vizyon açıklamaları kapsamında Sabah gazetesinde ana olay olarak temsil edilmiştir. Söz konusu haberde *“AK Parti’nin İstanbul Büyükşehir Belediyesi adayı Murat Kurum, Fatih’te bir kiraathanede gençlerle buluştu. Gençlerin sorularını yanıtlayan Murat Kurum, İstanbul için önemli açıklamalarda bulundu. Sokak hayvanları sorununa dikkat çeken Kurum, "Bu problemi ortadan kaldıracacağız" vaadinde bulundu. İstanbul’da sokakların güvenli olacağına vurgu yapan Murat Kurum, "Bizim bir kız çocuğumuz gece yarısı da evine huzurla gidecek. Otobüsten indiği zaman evine huzurla girecek" diye konuştu. ” (Sabah gazetesi, 08.01.2024) ifadelerine yer verilmiştir. Sokak hayvanları ve güvenlik konularına dair vaatler, sosyal sorumluluk anlayışını ve toplumsal duyarlılığı vurgulamaktadır. Van Dijk’ın eleştirel söylem analizinde, bu tür vaatler, adayın toplumun çeşitli kesimlerine hitap etme stratejisinin bir parçası olarak değerlendirilebilir. Bu yaklaşım, adayın sosyal adalet ve güvenlik konularında ne kadar duyarlı olduğunu gösterir ve seçmenlerin bu tür sosyal konulara verdiği önemi dikkate alır. Ayrıca, gece güvenliği vurgusu, halkın güvenlik ihtiyaçlarına yanıt verme stratejisinin bir parçası olarak öne çıkar.*

Başka bir haber içeriğinde *“Cumhur İttifakı’nın İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) başkan adayı Murat Kurum, Eminönü’nde esnaf ziyareti yaptı. Mısır Çarşısı ve Çiçek Pazarı’nı gezen Kurum, burada vatandaşlarla bir araya geldi, fotoğraf çekti. Bir vatandaşın kentsel dönüşümle ilgili sorusu üzerine Kurum, vatandaşlara bu konuda her türlü desteği vereceklerini, mülkiyet problemlerini çözeceklerini belirterek, "Olması gereken her yerde riskli binaların dönüşümünü sağlayacağız" dedi. ” (Sabah Gazetesi, 13.01.2024) ifadelerine yer verilmiştir. Kentsel dönüşüm projeleri ve riskli binaların*

dönüşümü üzerine yapılan açıklamalar, adayın şehir planlama ve altyapı iyileştirme konusundaki vizyonunu yansıtır. Eleştirel söylem analizi bağlamında, bu açıklamalar, adayın şehrin fiziksel yapısını modernize etme ve güvenliğini artırma amacını ifade eder. Eminönü esnafı ve Okmeydanı şantiyesindeki ziyaretler, projelerin yerel düzeyde uygulanabilirliğini ve toplumsal ihtiyaçlara yanıt verme kapasitesini gösterir. Bu bağlamda, kentsel dönüşüm projelerinin ayrıntılı bir şekilde yer vermesi, adayın şehir yönetimindeki proaktif yaklaşımını ve şehirdeki çeşitli sorunlara çözüm üretme yeteneğini ön plana çıkarır.

İstihdam ve eğitim projeleri de Murat Kurum'un proje ve vizyon açıklamaları kapsamında Sabah gazetesinde ana olay olarak yer verilmiştir. Söz konusu haberde *"AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Murat Kurum, Beyoğlu'nda İstanbul Sanayi Odası ziyaretinde konuştu. Kurum, "Meslek edindirme kurslarımızı, mahalle mahalle açacağız ve lise ve üniversitede okuyan arkadaşlarımızla, yine üniversitelerimizle de yakın işbirliği içerisinde ara eleman, ki bugün ülkemizin en önemli sorunlarından bir tanesi. Ara eleman ve teknik eleman istihdamını güçlendireceğiz."* şeklinde konuştu. Kurum, *" Biz ilk bir yıl boyunca İstanbul'da istihdam için seferber olacağız"* dedi. (Sabah Gazetesi, 16.01.2024) ifadelerine yer verilmiştir. İstihdam ve eğitim projeleri, adayın ekonomik kalkınma ve sosyal eşitlik hedeflerini vurgulamaktadır. Bu tür açıklamalar, gençler ve kadınlar için iş fırsatları yaratma ve meslek edindirme kursları sağlama vaatleri, adayın toplumsal cinsiyet eşitliği ve ekonomik fırsatlar konusunda ne kadar hassas olduğunu göstermektedir. Eleştirel söylem analizi çerçevesinde, bu projelerin açıklanması, adayın sosyal politikalarını ve ekonomik stratejilerini destekleme amacı taşımaktadır. Ayrıca, bu vaatler, toplumsal grupların farklı ihtiyaçlarına hitap ederek seçmen desteğini artırma stratejisi olarak değerlendirilebilir.

Beslenme ve sosyal destek projeleri de Murat Kurum'un proje ve vizyon açıklamaları kapsamında Sabah gazetesinde ana olay olarak yer verilmiştir. Söz konusu haberde *"Cumhur İttifakı'nın İBB Başkan adayı Murat Kurum: İlkokul çağındaki çocuklarımız için tüm okullarımıza beslenme desteği vereceğiz. Öyle çay bardağının yarısı süt olmayacak. Çocuklarımız için en güzeli, en iyisi neyse annelerimizle konuşacağız."* (Sabah Gazetesi, 30.01.2024). İfadelerine yer verilmiştir. Bu projeler, sosyal yardımlar ve kamu hizmetleri açısından adayın duyarlılığını ve toplumsal sorumluluğunu ortaya koyar. Eleştirel söylem analizi açısından, bu tür sosyal destek projeleri, adayın sosyal

politikalarının geniş bir kitleye hitap etme stratejisinin bir parçasıdır. Bu tür vaatler, sosyal yardımlar aracılığıyla seçmenlerin hayat kalitesini artırma ve toplumsal dayanışmayı teşvik etme amacı taşımaktadır. Ayrıca, bu projelerin açıklanması, adayın sosyal adalet ve refah politikalarını destekleme çabası olarak değerlendirilebilir.

Diğer taraftan İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'na yönelik eleştiriler de Sabah gazetesi tarafından Murat Kurum'un seçim kampanyasında çeşitli biçimlerde ve stratejilerle temsil edilmiştir. Bu eleştiriler, adayın mevcut yönetimin performansını sorgulama ve kendi projelerini bu eleştiriler üzerinden tanıtmaya amacı taşımaktadır. Bu bağlamda Sabah gazetesi İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'na yönelik performans sorgulaması ve proje eksikliklerini ana olay temsil etmiştir. Söz konusu haber içerikleri aşağıda yer almaktadır.

“İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun projelerle ilgili 'Kes, kopyala, yapıştır' eleştirisine yanıt veren Kurum, şunları söyledi: 2019-2024 Arası Kayıp Yıllar: İstanbul'un önümüzdeki 100 yılını anlattığımız toplantıda projelerimizi açıklayınca mevcut yönetim hemen telaşlandı. Diyorlar ki; bu projeler 'Kopyala-Yapıştır projeleri. 'Kopyala-Yapıştır' kısmını anlayamadım. Yani, geçtiğimiz 5 yılda, İstanbul'a 650 kilometre metro yapıldı da biz görmedik mi? Kağıthane'ye geçtiğimiz 5 yılda verilen sözler tutuldu da biz duymadık mı? 2019 -2024 yılları arası İstanbul için kaybedilmiş zamandır.” (Sabah Gazetesi, 28.01.2024). Bu alıntıda, mevcut İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'na yönelik eleştirilerin, belirli projelerin yetersizlikleri veya başarısızlıkları üzerine odaklandığı görülmektedir. Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi çerçevesinde, bu tür eleştiriler, mevcut yönetimin eksikliklerini öne çıkararak, Murat Kurum'un alternatif vizyonunu ve projelerini tanıtmaya stratejisi olarak değerlendirilebilir. Eleştirilerin projelerin başarısızlıkları üzerinden yapılması, mevcut yönetimin eylemsizliklerini ve yetersizliklerini hedef alarak, seçmenlerin mevcut yönetimi sorgulamalarına neden olma amacı taşır.

Sabah gazetesi İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nu terör kavramı ile ilişkilendirmeye yönelik bir dil yapısı kullandığı görülmektedir. Söz konusu haber içerikleri aşağıda yer almaktadır:

“Cumhur İttifakı İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı Murat Kurum, CHP-DEM-Kandil üçgeninde kurulan kirli ittifaka tepki gösterdi. İstanbul'u bu kirli ittifaktan kurtaracaklarını söyleyen Kurum, "Biz sahaya çıktık, projelerimizi, hayallerimizi

anlattık.1.5, 2 puan öne geçtik." dedi. Son dakika haberine göre; CHP ve PKK terör örgütünün siyasi uzantısı DEM Parti, "kent uzlaşısı" adı altında ittifak kurdu. CHP, DEM Parti'nin isteği doğrultusunda Esenyurt adayını değiştirdi, yerine sözde "Kürdistan" çıkışları ile bilinen Ahmet Özer'i aday gösterdi. Cumhur İttifakı İBB Başkan adayı Murat Kurum ise katıldığı canlı yayın programında bu kirli pazarlıklara tepki gösterdi." (Sabah Gazetesi, 21.02.2024).

"Cumhur İttifakı'nın İBB Başkan Adayı Murat Kurum, Sancaktepe'de Sivashılar Buluşması programında konuştu. CHP ile DEM Parti arasındaki kirli ittifaka tepki gösteren Kurum, İstanbul'un kirli bir pazarlık masasına yatırıldığını ifade etti. Kurum, "Daha dün Sancaktepe'de ne yaptıklarını gördük. Kurdukları 'Kandil İttifakı'nın bayrakları meydanda sallandı. İnanın artık mızrak çuvala sığmıyor." ifadelerini kullandı." (Sabah Gazetesi, 24.02.2024).

Verilen haber içeriklerinde ana olay, Murat Kurum'un CHP, DEM Parti ve PKK'nın siyasi uzantısı olarak tanımlanan unsurlarla ilişkilendirilen ittifaklara yönelik eleştirileri yer almaktadır. Bu eleştirilerde, İstanbul'un bu ittifakların kirli pazarlıklarına ve terörle ilişkilendirilen yapılar tarafından tehdit edildiği vurgulanmaktadır. Bu haberlerde, Murat Kurum'un, CHP ve DEM Parti'nin PKK'nın siyasi uzantısı ile ilişkilendirilen bir ittifak oluşturduğunu ifade ederek, bu ittifakı "kirli" olarak nitelendirdiği görülmektedir. Burada ana olay, İstanbul'daki seçim sürecinde, belirli siyasi grupların ve terör örgütleriyle ilişkilendirilen unsurların oluşturduğu ittifakların eleştirilmesidir. Bu eleştiriler, mevcut ittifakların kirli bir pazarlıkla İstanbul'u tehdit ettiğini ima eder ve bu durumun seçmenler nezdinde olumsuz bir şekilde temsili amaçlar. Aday değişiklikleri ve "Kürdistan" çıkışları gibi terörle ilişkilendirilen unsurların öne çıkarılması, ittifakların terör bağlantılarıyla suçlanması, bu yapının seçim stratejilerinin eleştirilmesi amacı taşır. Bu ifadeler, CHP ve DEM Parti'nin terör bağlantılı unsurlarla ilişkili olduğu iddialarını pekiştirmekte ve seçmenlerin bu ittifaklara karşı olumsuz bir tutum geliştirmelerini hedeflemektedir. Sonuç olarak CHP ve DEM Parti'nin PKK ile ilişkilendirilmesi, seçmenlerin bu gruplara karşı olumsuz bir tutum geliştirmesi için kullanılan bir stratejidir. Terörle ilişkilendirme, seçmenlerin güvenlik endişelerini artırarak mevcut ittifakları olumsuz bir şekilde etkileme amacı taşır.

Sabah gazetesinde 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ile ilgili olarak yayınlanan haberler ise çeşitli ana olaylar etrafında toplanmaktadır. Bu ana olaylar, İmamoğlu'nun politikalarını, tutumlarını ve parti içindeki dinamikleri ele almaktadır. Söz konusu haber içerikleri aşağıda yer almaktadır.

“İrak'ın kuzeyinde 12 şehit için milli yas ilan edilmesini isteyen CHP Genel Başkanı Özgür Özel ve İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun Halk TV'de yayınlanan yılbaşı programında oyun havasıyla sahnede eğlenmesi yadırgandı. İmamoğlu ve Özel'in bu ikiyüzlü tavrı sosyal medyada da büyük tepki topladı. 'Samimiyetsizler' yorumları yapıldı.” (Sabah gazetesi, 01.01.2024). Bu habere göre CHP Genel Başkanı Özgür Özel ve İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun Halk TV'deki yılbaşı programında oyun havasıyla eğlenmeleri, 12 askerin şehit olduğu dönemde kamuoyunda geniş tepkilere yol açmıştır. İmamoğlu ve Özel'in “ikiyüzlü” ve “samimiyetsiz” olarak nitelendirilen bu davranışları, sosyal medyada büyük yankı uyandırmıştır. Bu olay, İmamoğlu ve Özel'in halkla olan ilişkilerinde bir tutarsızlık sergilediklerini ve toplumsal olaylara duyarlılık göstermedikleri görüşünü güçlendirdiği için eleştirilmiştir. Eğlence programına katılmanın, ülke genelinde yas ilan edilmiş bir dönemde uygun olup olmadığı konusunda kamuoyunda ciddi bir sorgulama yaratmıştır. Burada, medya aracılığıyla yaratılan kamu algısının, siyasi figürlerin halk nezdindeki imajlarını nasıl etkileyebileceği üzerine bir değerlendirme yapılabilir.

“14-28 Mayıs seçimlerinin ardından "değişim" tartışmalarının başladığı CHP'de kaos sürüyor. Özgür Özel'in genel başkan seçilmesinin ardından "değişim" tartışmaları sona ererken, bu sefer aday belirleme krizi patlak verdi. İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu İstanbul'un ilçelerinin dışında diğer illerde de aday belirleme konusunda aktif rol oynamak isterken, Özgür Özel bu yetki aşımına karşı çıkmaya çalışıyor.” (Sabah gazetesi, 06.01.2024). Bu habere göre CHP'de aday belirleme süreci, Özgür Özel ve Ekrem İmamoğlu arasındaki yetki çatışmaları ve partinin iç dinamikleri nedeniyle krizler yaşamaktadır. İmamoğlu'nun diğer illerdeki aday belirleme süreçlerinde etkili olmaya çalışması, Özel tarafından eleştirilmiş ve bu durum parti içindeki gerginliği artırmıştır. Bu krizler, CHP içindeki liderlik ve yetki mücadelelerinin medyadaki yansımalarını gösterir. İmamoğlu'nun aday belirleme sürecinde etkin rol oynamak istemesi, parti içindeki güç dengeleri ile ilgili gerilimi açığa çıkarmaktadır. Bu tür çatışmalar, partinin

birlikteliğini zayıflatılabilir ve seçmen üzerindeki görüşü etkileyebilir. Sabah gazetesi, bu iç anlaşmazlıkları vurgulayarak partinin genel imajını sorgulamaktadır.

“CHP’li İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu, 5 yıl önce verdiği vaatleri unuttu. 2019 yerel seçimleri öncesinde "Gençler için ulaşım %40 indirimli olacak" diyen İmamoğlu, ulaşımına zam üstüne zam yaptı. AK Parti İBB Grup Sözcüsü Murat Türkyılmaz, "İETT’yi talan ettiler, gençlere yalan söylediler" sözleri ile İmamoğlu’na tepki gösterdi.” (Sabah gazetesi, 06.01.2024). Söz konusu habere göre İmamoğlu’nun 2019 yerel seçimlerinde verdiği vaatleri yerine getirmemesi, özellikle ulaşım indirimleri konusunda yaptığı açıklamalar ile tutarsızlık göstermesi, kamuoyunda olumsuz bir izlenim bırakmıştır. İmamoğlu’nun bu konudaki açıklamaları ve uygulamaları, *“gençlere yalan söyledikleri”* şeklinde eleştirilmiştir. İmamoğlu’nun vaatlerini yerine getirmemesi ve kentsel dönüşüm gibi önemli konulardaki tutumu, gazete tarafından ikiyüzlülük ve başarısızlık olarak değerlendirilmiştir. Bu tür eleştiriler, İmamoğlu’nun kamuoyundaki güvenilirliğini sarsmaya yönelik stratejiler olarak değerlendirilebilir. Sabah gazetesi, bu konuları geniş bir şekilde işleyerek, kamuoyunun bu sorunlar hakkındaki görüşlerini etkileme yoluna gitmektedir.

“PKK’nın siyasi uzantısı DEM Parti, Kandil’in talimatı doğrultusunda yerel seçimlerde CHP ile ittifak yaptı. "Kent uzlaşısı" adı altında kurulan bu ittifakın ilk adımı olarak Esenyurt adayı değiştirildi, yerine sözde "Kürdistan" çıkışları ile bilinen Ahmet Özer aday gösterildi. Ancak kirli işbirliğinin yalnızca Esenyurt’la sınır kalmadığı ortaya çıktı. CHP’li gazeteci Barış Yarkadaş, 20’ye yakın DEM Partilinin CHP listelerinden seçime girerek İBB Meclis Üyesi yapılmasının planlandığını söyledi.” (Sabah gazetesi, 19.02.2024). Söz konusu habere göre PKK’nın siyasi uzantısı olarak değerlendirilen DEM Parti ile CHP’nin kurduğu ittifak, özellikle Esenyurt’taki aday değişikliği ve CHP listelerinden seçime giren DEM Partililer ile ilgili iddialar, büyük bir tartışma yaratmıştır. İttifaklar ve işbirlikleri, politik söylemde genellikle ittifakların arkasındaki motive edici güçlerin ve sonuçların geniş bir şekilde ele alındığı konulardır. Sabah gazetesi CHP’nin DEM Parti ile olan işbirliğini, terör örgütü ile olan ilişkilendirme çabalarıyla kamuoyunda olumsuz bir izlenim oluşturmaktadır. Bu tür ilişkileri vurgulayarak, siyasi figürlerin ve partilerin kamu görüşünü etkilemeyi hedeflemektedir.

Ardalan ve Bağlam Bilgisi: Ardalan ve bağlam bilgisi, bir haberin arka planını ve kaynaklarını anlamada önemli bir rol oynar. Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ile ilgili haberlerinde, haberlerin kaynaklarının genellikle muhabirler ve Murat Kurum'un açıklamaları olduğu görülmüştür.

“Cumhur İttifakı İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı Murat Kurum adaylığının açıklanmasının ardından İstanbul için kolları sıvadı. Ulaştırma ve Altyapı Bakanı Abdulkadir Uraloğlu ile bir araya gelen Kurum, "İstanbul'u da, İstanbulluların bizden ne beklediğini de biliyoruz. Bu şehrin mevcut karmaşasını en hızlı şekilde gidereceğiz. İlk günden işe koyulduk." dedi.” (Sabah gazetesi, 07.01.2024).

“AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Murat Kurum Üsküdar'da esnafları ziyaret etti. İBB tarafından işten çıkarıldığını söyleyen bir vatandaşla konuşan Kurum, "İşten çıkarılan arkadaşları geri alacağız. Hiçbir arkadaşımızı işten atmayacağız" dedi.” (Sabah gazetesi, 08.01.2024).

“AK Parti İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Murat Kurum, Avcılar'ın kentsel dönüşümde bugüne kadar ihmalkarlık nedeniyle kaybettiğini söyledi.” (Sabah Gazetesi, 11.01.2024).

“Cumhur İttifakı'nın İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) başkan adayı Murat Kurum, Eminönü'nde esnaf ziyareti yaptı. Mısır Çarşısı ve Çiçek Pazarı'nı gezen Kurum, burada vatandaşlarla bir araya geldi, fotoğraf çektirdi.” (Sabah Gazetesi, 13.01.2024).

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberleri, ardalan ve bağlam bilgisi açısından incelendiğinde, haberlerde genellikle iktidarın iddialarına odaklandığı, olayların geçmişi ve bağlamına dair bilgilere yer verildiği gözlemlenmiştir.

“Irak'ın kuzeyinde 12 şehit için milli yas ilan edilmesini isteyen CHP Genel Başkanı Özgür Özel ve İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun Halk TV'de yayınlanan yılbaşı programında oyun havasıyla sahnede eğlenmesi yadırgandı.” (Sabah gazetesi, 01.01.2024).

“14-28 Mayıs seçimlerinin ardından "değişim" tartışmalarının başladığı CHP'de kaos sürüyor. Özgür Özel'in genel başkan seçilmesinin ardından "değişim" tartışmaları sona ererken, bu sefer aday belirleme krizi patlak verdi.” (Sabah gazetesi, 06.01.2024).

“14-28 Mayıs seçimlerinin ardından büyük bir krizin içerisine giren CHP, genel başkanlık değişimi sonrası da yaşanan gerilimi dindiremedi. Parti içerisinde, Kılıçdaroğlu ve Özel/İmamoğlu destekçileri arasındaki kavga 31 Mart yerel seçimlerine gidilen süreçte daha da belirginleşti.” (Sabah gazetesi, 27.01.2024).

“PKK'nın siyasi uzantısı DEM Parti, Kandil'in talimatı doğrultusunda yerel seçimlerde CHP ile ittifak yaptı.” (Sabah gazetesi, 19.02.2024).

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili haber içerikleri, ardaan ve bağlam bilgisi açısından genel olarak değerlendirildiğinde Murat Kurum ile ilgili haberlerde kaynak olarak genellikle muhabirler ve Murat Kurum'un ifadeleri öne çıkmıştır.

4.1.2. Mikro Yapı Çözümlemesi

Mikro yapı analizi sentaktik çözümleme, sözcük seçimi ve haberin retoriği gibi unsurları kapsar. Bu analizde, dilin kullanımı ve yapısal özellikler incelenir, metnin nasıl inşa edildiği ve hangi sözcüklerin veya ifadelerin kullanıldığı üzerinde durulur (Van Dijk, 1988, s. 26-28). Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili yer verdiği haberlerin mikro yapı çözümlemesi aşağıda yer almaktadır.

Sentaktik Çözümleme: Gazetenin haberlerinde yer verilen cümle yapıları, öznenin konumlandırılması ve haberin genel yapısı analiz edilir. Aktif ve pasif cümle yapılarının kullanımı, haberlerde ideolojik mesajların nasıl aktarıldığını belirlemede önemli bir yöntemdir. Aktif cümle yapıları, özneyi öne çıkararak olayları ve kişileri belirgin şekilde tanıtırken, pasif yapılar daha az belirgin ve dolaylı bir anlatım sağlar. Bu iki yapı arasındaki seçim, haberin ideolojik duruşunu ve okuyucuya iletilmek istenen mesajları etkiler. Sentaktik çözümlemede, Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ile ilgili haberlerinde genellikle kısa ve basit cümle yapıları kullanıldığı görülmüştür. Haberler aktif cümle yapısında yer verilmiş bu da Murat

Kurum'un iktidar perspektifinden desteklenmesini ve olumlu bir imajını güçlendirmeyi amaçlamıştır. Aktif yapıların tercih edilmesi, Murat Kurum'un rolünü ve etkisini vurgulayarak iktidarın bakış açısını pekiştiren bir anlatım tarzı oluşturmuştur. Bu yaklaşım, haberlerin ideolojik duruşunu ve etkisini temsil etmede önemli bir rol oynamaktadır. Bu konudaki örnek metinler aşağıda yer almaktadır.

“Kurum, “İstanbul’u da, İstanbulluların bizden ne beklediğini de biliyoruz. Bu şehrin mevcut karmaşasını en hızlı şekilde gidereceğiz. İlk günden işe koyulduk.” dedi.” (Sabah gazetesi, 07.01.2024).

“31 Mart akşamına kadar da yoğun bir şekilde çalışacağız. Hep birlikte koşturmaya devam edeceğiz.” dedi.” (Sabah gazetesi, 07.01.2024).

“Kurum, Üsküdar Meydanı'ndaki AK Nokta'yı ziyaret ederek, vatandaşlara hitap etti. “Yeniden İstanbul diyoruz. Şimdi İstanbul diyoruz. Sadece İstanbul diyoruz.”. (Sabah gazetesi, 08.01.2024).

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerinde genellikle pasif cümle yapıları kullanıldığı görülmüştür. Pasif cümle yapıları, cümlelerin odağını eylemin kendisine veya eylemin gerçekleştirildiği nesneye kaydırır. Bu konudaki örnek metinler aşağıda yer almaktadır.

“Irak’ın kuzeyinde 12 şehit için milli yas ilan edilmesini isteyen CHP Genel Başkanı Özgür Özel ve İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun Halk TV'de yayınlanan yılbaşı programında oyun havasıyla sahnede eğlenmesi yadırgandı.” (Sabah gazetesi, 01.01.2024).

“Parti içerisinde, Kılıçdaroğlu ve Özel/İmamoğlu destekçileri arasındaki kavga 31 Mart yerel seçimlerine gidilen süreçte daha da belirginleşti.” (Sabah gazetesi, 27.01.2024).

“İsrafi bitirdiğini iddia eden İmamoğlu'nun asıl israfi reklama milyonlarca lira aktararak yaptığı bir kez daha gözler önüne serildi.” (Sabah gazetesi, 23.02.2024).

“CHP'li İBB yönetiminin öğrencilere yüzde 40 indirim kararını hukuksuz şekilde 2 yıldır uygulamadığı belgelerle ortaya kondu.” (Sabah gazetesi, 27.02.2024).

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili haber içerikleri, sentaktik çözümleme açısından genel olarak değerlendirildiğinde Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum hakkında yayımlanan haberlerde, kısa ve basit cümle yapıları ile aktif cümle yapıları kullanılarak Murat Kurum'un olumlu bir imajı güçlendirilmiş ve iktidar perspektifinden desteklenmiştir. Bu aktif yapıların tercih edilmesi, Murat Kurum'un rolünü ve etkisini vurgulayarak iktidarın bakış açısını pekiştiren bir anlatım tarzı oluşturmuştur. Öte yandan, aynı dönemde Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerde genellikle pasif cümle yapıları kullanılmıştır. Pasif yapılar, cümlenin odağını eyleme veya eylemin gerçekleştirildiği nesneye kaydırarak, Ekrem İmamoğlu'nun haberlerdeki rolüne dolaylı ve daha az belirgin bir şekilde yer vermiştir. Bu dil tercihlerinin, haberlerin ideolojik duruşlarını temsil ettiği görülmektedir.

Sözcük Seçimleri: Haber içeriğinde kullanılan kelimelerin toplumun inanç ve ideolojilerini temsil biçimini anlamak açısından kritik bir unsurdur. Eleştirel söylem analizinde, hangi sözcüklerin kullanıldığı, nasıl bir bağlamda yer verildiği ve bu sözcüklerin belirli ideolojik veya toplumsal mesajları nasıl ilettiği incelenir. Bu seçimler, haberlerin toplumdaki güç dinamiklerini, değer yargılarını ve ideolojik eğilimleri nasıl yansıttığını ortaya koyabilir. Örneğin, olumlu ya da olumsuz anlamlar taşıyan kelimeler, belirli kişileri veya olayları belirli bir şekilde çerçeveleyerek okuyucuda ideolojik olarak yeniden bir anlam üretimini hedefleyebilir. Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ile ilgili verilen haberlerde kullanılan dil ve sözcükler genel olarak birkaç ana kategoriye ayrılmaktadır. Siyasi ve seçim odaklı sözcükler, Murat Kurum'un adaylık ve seçim sürecini vurgularken; "*aday*," "*projeler*," "*hedefler*," ve "*kampanya*" terimleri, seçim dönemindeki faaliyetler ve planları öne çıkarmaktadır. İyileştirme ve çözüm vurgusu yapılan terimler, mevcut sorunları ele alırken olumsuz kavramlar ("*karmaşa*," "*sorun*," "*çile*") ve çözüm odaklı olumlu kavramlar ("*giderme*," "*çözme*," "*müjde*") kullanılarak çözüm önerisi temsil edilmektedir. Güven ve kararlılık ifadesi, "*hızlı*," "*yoğun*," ve "*başaracağız*" gibi terimlerle, gelecekteki başarıya olan inancı ve kararlılığı dile getirmektedir. Vatandaşla iletişim ve empati kategorisinde, "*vatandaş*," "*esnaf*," ve "*yardım*" gibi terimler, hedef kitleye yönelik taahhütleri ve destekleri ifade etmektedir. Sosyal ve şehirle ilgili terimler ise, "*kentsel dönüşüm*," "*metro*," ve "*İstanbul*" gibi kavramlarla şehri ve altyapıyı

geliştirme projelerini tanıtmaktadır. Bu dil seçimi, haberlerin hem olumlu bir imaj yaratmayı hem de seçmenlerle etkili bir iletişim kurmayı amaçladığını göstermektedir. Terimlerin büyük kısmı, sorunları çözme kararlılığını ve halkla güçlü bir bağ kurma hedefini temsil etmektedir.

Sabah gazetesinde yer alan Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerin dili ve içerikleri eleştirel söylem analizi açısından değerlendirildiğinde ise belirli retorik stratejilerin ve söylem biçimlerinin kullanıldığı görülmektedir. Haberlerde İmamoğlu'nun sosyal ve politik sorumluluklarına karşı duyarsızlığına vurgu yapmak amacıyla "*samimi yetsizler*" ve "*skandal*" gibi terimlerle olumsuz bir imaj çizilmektedir. İmamoğlu'nun seçim vaatlerini yerine getirmediği eleştirisi, "*unuttu*" ve "*yalan söylediler*" gibi ifadelerle güçlendirilirken, bütçe yönetimindeki başarısızlık "*israf*" ve "*milyonlarca lira*" gibi terimlerle ortaya konulmuştur. Ayrıca, CHP içindeki kriz "*kaos*", "*gerilim*" ve " *çatışma*" gibi terimlerle tanımlanarak parti içindeki birlikteliği sorgulayan bir söylem yaratılmaktadır. DEM Parti ile yapılan ittifak ve PKK bağlantısı olduğuna dair iddialar ise "*kirli işbirliği*" ve "*terör örgütü*" gibi ifadelerle eleştirilmekte, bu ittifakın meşruiyetini sorgulayan bir temsil oluşturmaktadır. İmamoğlu'nun başarılarını yanlış bir şekilde sunduğu iddiaları, "*sahipsiz bırakma*" ve "*algı operasyonu*" gibi terimlerle eleştirilmektedir. Medya ve kamuoyu oluşturma stratejisi çerçevesinde, "*israfı bitirdik*" söylemi ile çelişen uygulamalar ve reklam harcamaları "*milyonlarca lira*" ve "*vurgun*" gibi ifadelerle sorgulanmaktadır. Bu dil kullanımı, İmamoğlu'nun kamuoyundaki imajını zedelemeyi ve siyasi kariyerini sorgulamayı hedefleyen bir anlatı oluşturmaktadır.

Haberin Retoriği: Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ile ilgili haberlerinin retoriği incelendiğinde, haberlerin ikna edici unsurlarını ve veri kullanımını nasıl ele aldıkları belirgin bir şekilde gözlemlenebilir. Haberlerde, Murat Kurum'un projeleri ve başarıları hakkında verilen bilgiler genellikle sayısal verilerle desteklenmiştir. Bu sayısal ifadeler, haberlerin retoriksel etkisini artırmakta ve okuyuculara belirli bir objektiflik ve güvenilirlik hissi vermektedir. Ayrıca, görgü tanığı alıntıları ve somut veriler, haberlerin ikna edici gücünü pekiştiren unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Bu tür veriler ve alıntılar, Murat Kurum'un projelerinin başarılarını ve etkilerini daha inandırıcı bir şekilde yer vermek için kullanılmakta, böylece haberler, okuyucuların belirli bir görüşü benimsemelerine yönelik güçlü bir retorik strateji oluşturmaktadır.

“İstanbul Odaklı Projelerimizle Okmeydanı'nda 186 bina, 778 konut ve 161 iş yerini tahliye ettik. Yıkım işlemlerini tamamladık.” dedi.” (Sabah Gazetesi, 18.01.2024).

“Mevcut yönetimin kentsel dönüşümle ilgili verdiği sözlerin hiçbirisi gerçekleşmemiştir. '5 yılda 100 bin konut dönüştürecek' sözü verdiler.” (Sabah Gazetesi, 24.01.2024).

“İlk işini kuran 100 bin girişimci kadınıma 'Size İBB'den 100 bin lira, işini geliştir diyeceğim. Başta kadın emekliler olmak üzere ihtiyaç sahibi emeklilerin İstanbul kartlarına her ay 2.500 lira destek ödemesi yapacağız... Aile Kart'la 0-4 yaş arası çocuğu olan annelere verilen ücretsiz ulaşım hakkını değiştireceğim. Hem yaşı 0-6'ya çıkarıyoruz, hem de eşlerinize de çocuklarınızla ücretsiz seyahat hakkı veriyoruz. İhtiyaç sahibi üniversiteli kardeşlerimize her yıl 10 bin TL eğitim desteği vereceğim. Evlenecek kardeşlerimize 50 bin TL beyaz eşya yardımı yapacağız.” (Sabah Gazetesi, 30.01.2024).

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ile ilgili verdiği haberlerde, içeriklerin büyük ölçüde iktidar yetkililerinin açıklamalarına dayandığı ve sayısal verilere sınırlı düzeyde yer verildiği görülmektedir. Bu haberlerde, daha çok iktidar yetkililerinin görüşleri ve açıklamaları ön plandadır, bu da haberlerin iktidarın bakış açısını yansıtan bir retorik strateji izlediğini göstermektedir. Sayısal verilerin az kullanımı, haberlerin daha çok sözlü beyanlar ve nitel verilerle şekillendirildiği anlamına gelir. Bu yaklaşım, belirli bir politik bakış açısını destekleyen ve iktidarın görüşlerini öne çıkaran bir anlatı oluşturmak için tercih edilmiştir.

"Gençler için ulaşım %40 indirimli olacak" diyen İmamoğlu, ulaşım zam üstüne zam yaptı. AK Parti İBB Grup Sözcüsü Murat Türkyılmaz, "İETT'yi talan ettiler, gençlere yalan söylediler" sözleri ile İmamoğlu'na tepki gösterdi.” (Sabah gazetesi, 06.01.2024).

"CHP'nin 100 yıllık tarihinde bir ilk" olarak niteleyen Erdem, "Genel Başkan, Genel Merkez karar vermiyor; bir belediye başkanı kimlerin “büyükşehir, il ve ilçe belediye başkanı olacağına karar veriyor...” dedi. (Sabah gazetesi, 27.01.2024).

4.2. Cumhuriyet Gazetesi

Araştırma kapsamında ikinci olarak Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak - 30 Mart 2024 tarihleri arasındaki günlerde yayımlanan sayılarında, İstanbul yerel seçimlerine ilişkin haberlerin makro ve mikro söylem yapıları incelenmiştir.

4.2.1. Makro Yapı Çözümlemesi

Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ve Murat Kurum ile ilgili yer verdiği haberlerin makro yapı çözümlemesi aşağıda yer almaktadır.

Başlıklar: Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ile ilgili yer verdiği haber başlıkları belirli ideolojik ve sosyal temaları vurgulamak için kullanılmaktadır. Haber başlıklarında öne çıkan temel konulardan birisi İmamoğlu'nun siyasi ve liderlik rolüdür. Bu kategori, İmamoğlu'nun siyasi kimliği ve liderlik rolünü ön plana çıkarmaktadır. Başlıklar, İmamoğlu'nun adaylık açıklamalarını, siyasi duruşunu ve liderlik iddiasını ele almaktadır. Bu tür haberler, okuyuculara İmamoğlu'nun siyasi vizyonunu ve liderlik yeteneklerini tanıtmayı amaçlamaktadır.

“CHP'de 'İstanbul' lansmanı: Ekrem İmamoğlu adaylığını açıkladı.” (Cumhuriyet gazetesi, 05.01.2024).

“Ekrem İmamoğlu seçim turunda: 'Arkamda kabine yok, 16 milyon İstanbullu var'” (Cumhuriyet gazetesi, 29.03.2024).

Toplumsal ilişkiler ve halkla iletişim de Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ile ilgili yer verdiği haber başlıklarında öne çıkan konulardandır. Bu kategori, İmamoğlu'nun toplumla olan ilişkilerini ve halkla iletişimini vurgulamaktadır. Haber başlıkları, İmamoğlu'nun halka yakın duruşunu, sosyal etkinliklere katılımını ve vatandaşlarla olan etkileşimini öne çıkarmaktadır. Bu tür haberler, İmamoğlu'nun toplumla bütünleşme çabalarını ve sosyal sorumluluklarını temsil etmektedir.

“Ekrem İmamoğlu taziye evinde Kur'an-ı Kerim okudu.” (Cumhuriyet gazetesi, 04.01.2024).

“İmamoğlu ve çocuk arasında güldüren 'TRT' diyalogu: 'Bir türlü beni göstermiyorlar ne yapayım?’” (Cumhuriyet gazetesi, 25.02.2024).

“İmamoğlu, yurttaşlarla bir araya geldi, pazar yerlerini dolaştı: 'Sosyal yardımları 6 katına çıkardık’” (Cumhuriyet gazetesi, 07.03.2024).

Proje ve hizmetler de Cumhuriyet gazetesinin Ekrem İmamoğlu ile ilgili yer verdiği haber başlıklarında öne çıkmaktadır. Bu kategori, İmamoğlu'nun yürüttüğü projeleri ve sunduğu hizmetleri ele almaktadır. Haber başlıkları, İmamoğlu'nun belediye başkanı olarak gerçekleştirdiği veya planladığı projeleri ve bu projelerin topluma sağladığı faydaları detaylandırmaktadır. Bu tür haberler, İmamoğlu'nun icraatlarını ve belediye hizmetlerini vurgulamaktadır.

“Ekrem İmamoğlu'ndan 'kreş' açıklaması: 'İstanbul'u 25 yıl yönetenler yapmadılar, biz yaptık’” (Cumhuriyet gazetesi, 16.02.2024).

“İmamoğlu Çekmeköy'de... 'Pazartesi bir metro açılışı daha yapacağız’” (Cumhuriyet gazetesi, 16.03.2024).

Son olarak Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ile ilgili yer verdiği haber başlıklarında öne çıkan konulardan birisi İmamoğlu'na yönelik eleştiri ve provokasyonlardır. Bu kategori, İmamoğlu'nun karşılaştığı eleştiriler, provokasyonlar ve bunlara verdiği tepkileri ele almaktadır. Haber başlıkları, İmamoğlu'nun eleştirilere nasıl yanıt verdiğini, provokasyonlarla nasıl başa çıktığını ve bu süreçteki duruşunu temsil etmektedir. Bu tür haberler, İmamoğlu'nun eleştirilere karşı savunmasını ve provokasyonlara karşı duruşunu göstermektedir.

“Sancaktepe'de Ekrem İmamoğlu'na provokasyon: 'Camiye neden geldin?’” (Cumhuriyet gazetesi, 26.01.2024).

“İmamoğlu, İBB'yi karalamaya dönük sahte reklam filmine sert tepki gösterdi: 'Kumpas'ın izni valilikten!’” (Cumhuriyet gazetesi, 16.01.2024).

Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ile ilgili yer verdiği haber başlıklarında ise Murat Kurum'un kişisel ve kamusal imajı ile Murat Kurum'un karşılaştığı eleştirileri ve bu eleştirilere verdiği tepkileri ele almaktadır.

Kişisel ve kamusal imaj kategorisi Murat Kurum'un kişisel ve kamusal imajını vurgulamaktadır. Bu türden haber başlıkları, Kurum'un biyografik değişikliklerini, gaflarını ve kamuoyundaki negatif temsilini öne çıkarmaktadır. Bu tür haberler, Kurum'un imajını ve halk nezdindeki görüşleri değerlendirmektedir.

“Murat Kurum biyografisini değiştirdi.” (Cumhuriyet gazetesi, 07.01.2024).

“Gaflarıyla gündemden düşmüyor: Murat Kurum bu sefer de seçim tarihini karıştırdı.” (Cumhuriyet gazetesi, 05.03.2024).

“Murat Kurum'dan canlı yayında bir gaf daha: 'Aynı oyunları, aynı tiyatroları oynamaya devam ediyoruz'” (Cumhuriyet gazetesi, 13.03.2024).

“Murat Kurum sosyal medyanın diline düştü: Ayaklarına baret geçirip kafasına çizme taktı.” (Cumhuriyet gazetesi, 28.03.2024).

Eleştiri ve tepkiler kategorisi ise Murat Kurum'un karşılaştığı eleştirileri ve bu eleştirilere verdiği tepkileri ele almaktadır. Haber başlıkları, Kurum'un eleştirilere nasıl yanıt verdiğini, provokasyonlarla nasıl başa çıktığını ve bu süreçteki duruşunu temsil etmektedir. Bu tür haberler, Kurum'un eleştirilere karşı savunmasını ve provokasyonlara karşı duruşunu göstermektedir.

“TOKİ mağdurları isyan etti: 'Mağdurlar burada, Murat Kurum nerede?' sloganları” (Cumhuriyet gazetesi, 07.01.2024).

“TOKİ mağdurları isyan etti, Murat Kurum eliyle kamerayı kapattı!” (Cumhuriyet gazetesi, 15.01.2024).

“İBB'nin özkaynaklarıyla aldığı 252 adet metrobüsü unutan Murat Kurum, Ekrem İmamoğlu'nu hedef aldı: 'Aciz'” (Cumhuriyet gazetesi, 11.01.2024).

“Ekrem İmamoğlu 'canlı yayına hazırım' dedi, Kurum'dan geri adım geldi: 'Samimi değil’” (Cumhuriyet gazetesi, 01.03.2024).

Cumhuriyet gazetesinde Murat Kurum hakkında yayımlanan haber başlıkları, eleştirel söylem analizi çerçevesinde değerlendirildiğinde, gazetede Kurum'un siyasi kimliği,

kişisel imajı, eleştirilerle başa çıkma tarzı, seçim vaatleri gibi farklı yönlerinin vurgulandığı görülmektedir. Haber başlıklarında genellikle olumsuz veya eleştirel bir ton benimsenmiş olup, Kurum'un gafları, eleştirilere verdiği tepkiler ve kamuoyundaki tartışmalı duruşu öne çıkarılmaktadır. Ayrıca, Kurum'un seçim vaatleri ve projeleri de belirli bir mizahi ve eleştirel bakış açısıyla yer verilmektedir. Bu söylem, okuyuculara Kurum'un politik ve kişisel performansı hakkında eleştirel bir perspektif kazandırmayı hedeflemekte ve gazetede belirli bir ideolojik duruşu temsil etmektedir.

Fotograflar: Haber içeriklerinde kullanılan görselin ve haberin eleştirel söylem analizi, medya tarafından kullanılan dil ve görsellerin, siyasi figürlerin kamuoyundaki görüşlerini nasıl şekillendirdiğini ve belirli anlamları nasıl ürettiğini anlamak açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Bu tür analizler, medyanın siyasi iletişimde oynadığı rolün ve etkisinin daha iyi kavranmasını sağlamaktadır. Cumhuriyet gazetesi de haber içeriklerinde kullandığı görseller ile adayların kamuoyu görüşlerini temsil etmektedir.



Şekil 5: Ekrem İmamoğlu Kuran Okuyor (Cumhuriyet Gazetesi, 04.01.2024).

Şekil 5'te yer alan görsel, Cumhuriyet gazetesinde 31 Mart yerel seçimleri öncesinde "*Ekrem İmamoğlu taziye evinde Kur'an-ı Kerim okudu*" başlığı ile paylaşılmıştır. Bu görselin eleştirel söylem analizi bağlamında yorumlanması, medya tarafından kullanılan dilin ve görüntülerin, belirli bir siyasi figürün imajını nasıl şekillendirdiğini ve hangi anlamları ürettiğini anlamak açısından önemlidir. Öncelikle "*Ekrem İmamoğlu taziye*

evinde Kur'an-ı Kerim okudu" başlığı, İmamoğlu'nun dini hassasiyetlere sahip olduğunu ve toplumun manevi değerlerine saygı gösterdiğini vurgulamaktadır. Bu tür bir başlık, İmamoğlu'nun geniş bir seçmen kitlesine hitap etme çabasını yansıtan bir söylemdir. İmamoğlu'nun bir taziye evinde Kur'an-ı Kerim okuması, dini ve kültürel bağlamda toplumun önemli bir kesimiyle duygusal bir bağ kurmayı hedeflemektedir. Bu tür bir eylemin medyada yer alması, İmamoğlu'nun toplumsal duyarlılığını ve manevi değerlere olan bağlılığını göstermeyi amaçlamaktadır. Görselde, İmamoğlu'nun yanında oturan kişiler ve genel atmosfer, bir toplulukla birlikte olma ve onların acılarını paylaşma mesajını vermektedir. Bu durum, İmamoğlu'nun halkın içinde ve onların yanında olduğunu gösteren bir imaj yaratmaktadır. Cumhuriyet gazetesinin bu haberi paylaşma şekli, İmamoğlu'nun olumlu bir imajını destekleyen bir medya stratejisidir. Bu tür haberler, İmamoğlu'nun empati yeteneğini ve halkla iç içe olma durumunu vurgulayarak, seçmenlerin gözünde daha samimi ve güvenilir bir lider olarak algılanmasını sağlamaktadır. Bu tür haberlerin ve görsellerin paylaşımı, siyasi figürlerin imajını güçlendirme ve toplumsal destek kazanma amacı taşımaktadır.



Şekil 6: Murat Kurum'a Protesto (Cumhuriyet gazetesi, 28.01.2024)

Şekil 6'da yer alan görsel, Cumhuriyet gazetesinde 31 Mart yerel seçimleri öncesinde *"TOKİ mağdurlarından Murat Kurum protestosu"* başlığı ile paylaşılmıştır. Bu görselin eleştirel söylem analizi bağlamında yorumlanması, medya tarafından kullanılan dilin ve

görüntülerin, toplumsal olayların ve aktörlerin imajını nasıl şekillendirdiğini ve hangi anlamları ürettiğini anlamak açısından önemlidir. Öncelikle *"TOKİ mağdurlarından Murat Kurum protestosu"* başlığı, belirli bir grup insanın (TOKİ mağdurları) devlet yetkililerine (Murat Kurum) karşı duyduğu memnuniyetsizliği ve bu memnuniyetsizliği ifade etmek için düzenledikleri protestoyu vurgulamaktadır. Bu başlık, devlet politikalarının ve uygulamalarının eleştirilmesine ve bu politikaların etkilediği insanlar üzerindeki olumsuz sonuçlarına dikkat çekmektedir. Görseldeki kalabalık, protesto pankartları taşıyan insanlar ve genel atmosfer, toplumsal bir hareketi ve kolektif bir tepkiyi simgelemektedir. Bu durum, TOKİ mağdurlarının yaşadığı sorunların geniş bir kesim tarafından paylaşıldığını ve bu sorunların kamuoyunda önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Görselin kompozisyonunda, protesto eden kalabalığın yoğunluğu ve pankartların varlığı, bu olayın ciddiyetini ve protestocuların taleplerinin aciliyetini vurgulamaktadır. Kalabalık ve pankartlar, protestonun organize olduğunu ve belirli bir mesajı iletme amacıyla düzenlendiğini göstermektedir. Cumhuriyet gazetesinin bu haberi paylaşma şekli, TOKİ mağdurlarının sorunlarını ve devlet yetkililerine karşı duydukları memnuniyetsizliği destekleyen bir medya stratejisidir. Bu tür haberler, kamuoyunun dikkatini çekerek, devlet politikalarının ve uygulamalarının eleştirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Ana Olay ve Sunuş Biçimleri: Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu haber içerikleri incelendiğinde Ekrem İmamoğlu hakkında yayımlanan haber içeriklerinde farklı konular ana olay şeklinde yer verilmiştir. İmamoğlu'nun siyasi kampanyaları, dini ve kültürel etkinlikleri, halkla ilişkiler stratejileri, eleştirilere karşı tepkileri ve projeleri gibi çeşitli konular gazete tarafından ana olay olarak okuyucuya aktarılmıştır. Bu bağlamda İmamoğlu'nun seçim kampanyaları ve stratejileri, özellikle yeniden adaylığı ve seçim sürecine ilişkin faaliyetlerini ana olay olarak değerlendirilmektedir. Gazetenin haberleri, İmamoğlu'nun seçim vaatlerini, kampanya sloganlarını ve seçmenlerle olan etkileşimlerini temsil etmektedir.

"31 Mart'ta yapılacak yerel seçimlerinde yeniden aday olacak İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkanı Ekrem İmamoğlu bugün itibarıyla seçim çalışmalarına başlıyor." (Cumhuriyet gazetesi, 05.01.2024)

“İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu, Çekmeköy’de seçmene hitap etti. İstanbul’a hizmet etmeye devam edeceklerini kaydeden İmamoğlu, “Pazartesi bir metro daha açacağız” dedi.” (Cumhuriyet gazetesi, 16.03.2024)

“İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu; CHP’nin Zeytinburnu, Esenler, Beyoğlu, Eyüpsultan ve Fatih belediye başkan adaylarıyla seçim turu yaptı.” (Cumhuriyet gazetesi, 29.03.2024)

Dini ve kültürel etkinlikler kategorisi ise İmamoğlu'nun dini ve kültürel etkinliklere katılımını ve bu etkinlikler üzerinden yürüttüğü halkla ilişkiler faaliyetlerini kapsamaktadır. Gazetenin haberleri, İmamoğlu'nun taziye ziyaretleri, cami ziyaretleri ve dini ritüellerdeki yerini ele almaktadır.

“İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu, Arnavutköy’de yaptığı bir taziye ziyaretinde, ailenin isteği üzerine Kur’an-ı Kerim okuyup, dua etti.” (Cumhuriyet gazetesi, 04.01.2024)

“İstanbul Sancaktepe’de bir kişi, İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu’na “Camiye neden geldin?” diye sordu.” (Cumhuriyet gazetesi, 26.01.2024)

Cumhuriyet gazetesi İmamoğlu'nun hayata geçirdiği projeler ve sunduğu hizmetleride ana olay olarak sunmaktadır. Gazetenin haberleri, İmamoğlu'nun kreş açılışları, sosyal yardım projeleri ve metro açılışları gibi hizmetlerini ele almaktadır.

“İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu, 11 kreşin açılış töreninde konuşan “Bizden önce 25 yıl boyunca İstanbul’a tek bir kreş bile açmayan yönetim, sıfırdan başlayacakmış gibi kreş açmayı en önemli vaatlerinden birisi olarak dile getiriyor.” (Cumhuriyet gazetesi, 16.02.2024)

“İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkanı Ekrem İmamoğlu, dün yerel seçim çalışmaları kapsamında Bağcılar’da Sosyal Yaşam Merkezi’nin ilk etabının açılış törenine katıldı.” (Cumhuriyet gazetesi, 07.03.2024)

Son olarak Cumhuriyet gazetesi Ekrem İmamoğlu’na yönelik eleştirilere ve provokasyonlara tepkileri de ana olay olarak sunmaktadır. Bu haberler İmamoğlu'nun eleştirilere ve provokasyonlara verdiği tepkileri kapsamaktadır. Gazetenin haberleri, İmamoğlu'nun karşılaştığı eleştiriler ve bu eleştirilere karşı verdiği yanıtları içermektedir.

“İstanbul Sancaktepe’de bir kişi, İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu’na "Camiye neden geldin?" diye sordu.” (Cumhuriyet gazetesi, 26.01.2024)

“İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu, bir halk otobüsünün arızalı gibi gösterilerek “kumpas” amaçlı video çekimi yapılmasına sert tepki gösterdi.” (Cumhuriyet gazetesi, 16.01.2024)

Diğer taraftan Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ile ilgili haber içerikleri incelendiğinde ağırlıklı olarak eleştiriler ve tepkileri ana olay olarak sunduğu görülmektedir. Bu kategori, Murat Kurum'a yönelik eleştiriler ve tepkilerle ilgili haberleri kapsamaktadır. Bu eleştiriler adayın kamuoyunda olumsuz bir biçimde temsil etmekte ve seçmenlerin tutumlarını etkilemektedir. Van Dijk'a göre, medya bu tür haberlerde adayın karşılaştığı zorlukları ve eleştirileri vurgulayarak, güç dinamiklerini ve toplumsal çatışmaları ortaya koymaktadır.

"Toplu Konut İdaresi Başkanlığı'nın 2019 yılında başlattığı “100 Bin Alt Gelir Grubu Sosyal Konut Projesi” kapsamında hak sahibi olan yurttaşlar protesto etti.” (Cumhuriyet, 07.01.2024)

"AKP'nin İstanbul'dan başkan adayı olarak gösterdiği Murat Kurum'un, Meclis faaliyetinden bu yana hiç söz almadığı, kanun teklifi hazırlamadığı ortaya çıktı.” (Cumhuriyet, 09.01.2024)

"AKP'nin İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan adayı Murat Kurum, TOKİ mağdurları ile karşı karşıya geldi.” (Cumhuriyet, 15.01.2024)

"AKP'nin İBB başkan adayı Murat Kurum, mevcut İBB yönetimi için 'Aciz' ifadesini kullandı.” (Cumhuriyet, 22.01.2024)

"AKP İBB adayı Murat Kurum, halay ve 'bozkurt'un ardından 'Mağusa Limanı' türküsünü söyledi.” (Cumhuriyet, 21.02.2024)

"Son günlerde yaptığı gaflarla gündeme gelen Murat Kurum, seçim tarihini karıştırdı.” (Cumhuriyet, 05.03.2024)

"AKP'nin İBB adayı Murat Kurum, gaflarıyla sosyal medyanın diline düşmeye devam ediyor.” (Cumhuriyet, 28.03.2024)

Ardalan ve Bağlam Bilgisi: Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberleri, ardalan ve bağlam bilgisi açısından incelendiğinde, haberlerde kaynakların genellikle Ekrem İmamoğlu’nun ifadeleri olduğu olayların geçmişi ve bağlamına dair bilgilere yer verildiği gözlemlenmiştir.

“İBB Başkanı İmamoğlu, bir halk otobüsünün arızalı gibi gösterilerek “kumpas” amaçlı video çekimi yapılmasına sert tepki gösterdi. İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkanı Ekrem İmamoğlu, dün “Bekârdere Islahı ve Çengelköy Çevre Projesi” temel atma törenine katıldı.” (Cumhuriyet gazetesi, 16.01.2024).

“O gelirken yolunu kaybediyor, sonra diyorlar ki ‘Bulamadık sizi’” yanıtını verdi. Bunun üzerine çocuk İmamoğlu’na TRT için “Ağlıyor mu?” diye sordu. İmamoğlu ise “ ‘Bir türlü beni göstermiyorlar, ne yapayım ben de” dedi.” (Cumhuriyet gazetesi, 25.02.2024).

“İstanbul’un rantçılara bırakılamayacağını söyleyen İmamoğlu, “Bu şehir, ‘İstanbul benim sevdamdır’ diye sihirbazlık yapıp, çocuklarımızın geleceğini çalanlara bırakılamaz” ifadelerini kullandı.” (Cumhuriyet gazetesi, 16.03.2024).

Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ile ilgili haberleri, ardalan ve bağlam bilgisi açısından incelendiğinde, haberlerde kaynakların genellikle muhabirler, protestocular ve Ekrem İmamoğlu’nun ifadeleri olduğu olayların geçmişi ve bağlamına dair bilgilere yer verildiği gözlemlenmiştir.

“Murat Kurum’a da “Mağdurlar burada, Murat Kurum nerede” sloganıyla tepki gösterdi.” (Cumhuriyet gazetesi, 07.01.2024).

“Murat Kurum’un, TBMM karnesi ortaya çıktı. AKP İstanbul Milletvekili Murat Kurum, sekiz aylık süreçte hiç söz almadı, kanun teklifi hazırlamadı, araştırma, soruşturma ve genel görüşme önergesine imza atmadı.” (Cumhuriyet gazetesi, 09.01.2024).

“Kurum’un, mağdurların isyanına cevap verememesi üzerine eliyle kamerayı kapatmaya çalıştığı görüldü.” (Cumhuriyet gazetesi, 15.01.2024).

4.2.2. Mikro Yapı Çözümlemesi

Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ve Murat Kurum ve ile ilgili yer verdiği haberlerin mikro yapı çözümlemesi aşağıda yer almaktadır.

Sentaktik Çözümleme: Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ile ilgili yer verdiği haber içerikleri, Van Dijk'ın eleştirel söylem analizine göre sentaktik çözümleme açısından incelendiğinde, belirli dilsel yapıların ve stratejilerin kullanıldığı gözlemlenmektedir. Gazete ağırlıklı olarak aktif cümle yapılarını kullanarak İmamoğlu'nun ifadelerine vurgu yapmaktadır.

İmamoğlu, "Dua etmeye geliyorum" yanıtını verdi. İmamoğlu, şahsın "Şimdiye kadar neredeydin? Camilere, cumalara neden seçimden seçime geliyorsun?" sorusuna "Yaradana dua etmeye geliyorum. Başkası gibi hava atmaya değil" ifadelerini kullandı. Yurttaşa, cami cemaati tepki gösterdi." (Cumhuriyet gazetesi, 26.01.2024).

Ne için? Akli sıra İmamoğlu'nu küçük düşürecekler. Sahte bir reklam filmi çekecekler. Görüntüleri gördünüz. Yapan belli, parti ismiyle bunu yapıyorlar" dedi." (Cumhuriyet gazetesi, 16.01.2024).

Bunun üzerine çocuk İmamoğlu'na TRT için "Ağlıyor mu?" diye sordu. İmamoğlu ise " "Bir türlü beni göstermiyorlar, ne yapayım ben de" dedi. (Cumhuriyet gazetesi, 25.02.2024).

Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ile ilgili yer verdiği haber içeriklerinde genellikle pasif cümle yapsının tercih edildiği görülmektedir. Özellikle TOKİ mağdurlarının protestolarına ve Murat Kurum'a yönelik eleştirilerine yer vermektedir. "Eylem yaptı" ve "tepki gösterdi" gibi fiiller aktif olarak kullanılarak, mağdurların eylemlerine vurgu yapılmaktadır. Kurum'un eski pozisyonu ve yeni adaylığına dair bilgilerin edilgen yapıda verilmesi, Kurum'un bu süreçteki rolünün vurgulanmasına yardımcı olmaktadır.

"Hak sahibi olan, ancak konutlarının 4 yıldır teslim edilmemesi ve konut fiyatları ile taksitlere yapılan zamlar nedeniyle mağdur olduklarını söyleyenler bugün İstanbul

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği İl Müdürlüğü önünde eylem yaptı." (Cumhuriyet gazetesi, 07.01.2024).

"Mağdurlar ayrıca, dönemin Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı olan, bugün de AKP'nin İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) Başkan adayı olarak açıklanan Murat Kurum'a da 'Mağdurlar burada, Murat Kurum nerede' sloganıyla tepki gösterdi." (Cumhuriyet gazetesi, 07.01.2024).

Sözcük Seçimleri: Cumhuriyet gazetesinde Ekrem İmamoğlu ile ilgili yer alan haber içerikleri, eleştirel söylem analizi perspektifinden değerlendirildiğinde, kullanılan sözcük seçimlerinin belirli bir ideolojik duruşu yansıttığı görülmektedir. İmamoğlu'nun liderlik ve temsil etme yeteneği vurgulanırken, olumlu imajı pekiştirilmekte ve eleştirel ifadelerle hedef alınan konular öne çıkarılmaktadır. Örneğin, *"sosyal yardımları 6 katına çıkardık"* gibi ifadeler, İmamoğlu'nun halkla kurduğu olumlu ilişkiyi ve sosyal politikalarındaki başarıları temsil etmektedir. Aynı zamanda *"kumpas"* ve *"mağdurlar"* gibi terimlerin kullanımı, İmamoğlu'na yönelik eleştirilerin ve karşıt söylemlerin sert bir dille ifade edilmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca, *"eşi hizmet etmeye devam edecek"* ve *"hizmette yarışırken"* gibi ifadeler, İmamoğlu'nun yöneticilik anlayışını ve halkın ihtiyaçlarına duyduğu önemi ön plana çıkarmaktadır. Bu bağlamda, haber içerikleri, İmamoğlu'nun halkla olan ilişkisini güçlendirirken, siyasi rakipleri ve eleştirileri hakkında daha sert bir eleştirel bakış açısını da içermektedir. Bu söylem, okuyucular üzerinde belirli bir izlenim bırakmayı hedeflemekte ve İmamoğlu'nun siyasi kimliğini pekiştirmektedir.

Murat Kurum ile ilgili haber içeriklerinde de belirli söylem stratejilerinin ve sözcük seçimlerinin dikkate alındığı gözlemlenmektedir. Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi çerçevesinde, bu içeriklerin dilsel yapıları ve anlamları üzerinde durmak önem taşımaktadır. Öncelikle, haberlerde Kurum'un adaylığının açıklanması ile ilgili ifadeler, etkin bir lider imajı oluşturma amacı gütmektedir. Örneğin, *"Kurum'un adaylığı bugün resmen açıklanacak"* ifadesi, adaylığın resmi bir süreç olduğunu vurgulamaktadır. Bu tür ifadeler, Kurum'un destek bulma çabasını pekiştirmektedir. Ayrıca, *"sosyal medya hesabından biyografisini 'İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı' olarak güncelledi"* gibi ifadeler, bireyin kendi imajını aktif bir şekilde yönetme arayışını göstermektedir. Haberlerde sıkça *"mağdur"* terimi kullanılmakta ve bu bağlamda TOKİ mağdurlarının protestolarına yer verilmektedir. *"TOKİ'nin 2019 yılında başlattığı '100 Bin Alt Gelir*

Grubu Sosyal Konut Projesi' kapsamında hak sahibi olan..." ifadesi, mağduriyetin belirli bir bağlama yerleştirildiğini ve bu bağlamın eleştirel bir şekilde tartışıldığını göstermektedir. Burada kullanılan "mağdur" kelimesi, yalnızca bireylerin durumunu tanımlamakla kalmayıp, aynı zamanda siyasi eleştiriyi de içermektedir. Kurum'un "bir metrobüsü alıp hatta koymaktan aciz bir yönetim var" demesi, mevcut yönetimi hedef alarak, kendisini güç ve etkinlik açısından konumlandırma çabası göstermektedir. Bu tür söylemler, Kurum'un rakiplerine karşı daha güçlü bir imaj sergilemesini sağlamaktadır. "Aciz" kelimesi, zayıflığı ve yetersizliği ima eden güçlü bir ifade olarak öne çıkmaktadır. Buna ek olarak, "mağdur" kelimesinin yanı sıra, "sosyal medya", "görüntüler", "tepki" gibi modern kavramların sıkça kullanılması, güncel toplumsal dinamikleri temsil etmektedir. Kurum'un protestolar sırasında kamerayı kapatmaya çalışması gibi anekdotlar, sosyal medyada gündem olma amacını taşımakta ve bu durum, haberlerin duygusal bir yanını da ortaya koymaktadır. Öte yandan, Kurum'un yaptığı gafflar, haberlerin içeriğinde belirgin bir şekilde yer almakta ve eleştirel bir bağlamda değerlendirilmektedir. Bu noktada, "seçim tarihini karıştırması" veya "sosyal medyada gündem olması" gibi ifadeler, Kurum'un güvenilirliğini sarsmakta ve eleştirilerin odak noktası haline gelmektedir. Bu durum, medyanın gücünü ve etki alanını ortaya koymakta, aynı zamanda eleştirel söylemin nasıl yapılandırıldığını göstermektedir. Sonuç olarak, Murat Kurum ile ilgili haber içerikleri, belirli söylem stratejileri ile şekillenmektedir. Bu içerikler, Kurum'un siyasi kimliğini ve imajını inşa ederken, aynı zamanda toplumsal tepkileri, eleştirileri ve güncel meseleleri de temsil etmektedir. Sözcük seçimleri ve kullanılan ifadeler, siyasi söylemin biçimlenmesinde kritik bir rol oynamaktadır.

Haberin Retoriği: Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ve Murat Kurum ve ile ilgili yer verdiği haberler incelendiğinde haber içeriklerinde sayısal verilere sınırlı düzeyde yer verildiği görülmektedir.

"Araca reklam filmi çekmek için 15 bin TL ödeme yapıyorlar." (Cumhuriyet gazetesi, 16.01.2024).

"İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu, 11 kreşin açılış töreninde konuşan "Bizden önce 25 yıl... "11 ilçede 11 kreşin daha açıldığını ve bu projeyi çok önemsediklerini vurgulayarak, şunları kaydetti: "Bizden önce 25 yıl boyunca İstanbul'a tek bir kreş bile açmayan

yönetim, sıfırdan başlayacakmış gibi kreş açmayı en önemli vaatlerinden birisi olarak dile getiriyor.” (Cumhuriyet gazetesi, 16.02.2024).

“Tam 311 bin 795 vatandaşımızın karşısına geçip ‘İmamoğlu sosyal destekleri kesti’ desinler yürekleri yiyorsa” dedi.” (Cumhuriyet gazetesi, 07.03.2024).

“Cumhurbaşkanı Erdoğan onay vermediği için metrobüs alamayınca özkaynaklarla 252 adet metrobüsü İstanbullulara kazandırmıştı.” (Cumhuriyet gazetesi, 11.01.2024).

Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ve Murat Kurum ile ilgili yayımladığı haberlerin incelenmesi, içeriklerde sayısal verilere sınırlı düzeyde yer verildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, haberlerin genel yapısına ve ele alınan konulara dair belirli yorumlar yapılmasını sağlamaktadır. Öncelikle, sayısal verilerin sınırlı kullanımı, haberlerin daha çok niteliksel unsurlara odaklandığını göstermektedir. Bu bağlamda, haberlerde adayların söylemleri, eylemleri ve karşılaştıkları durumlar üzerinde durulmakta, fakat bu olayların arka planını veya toplumsal etkilerini sayısal verilerle desteklemekten ziyade, retorik ve anlatı unsurlarına başvurulmaktadır. Böyle bir yaklaşım, okuyucunun adayların performanslarını değerlendirirken daha çok yorum üzerine odaklanmasını sağlayabilir. Ayrıca, sayısal verilere sınırlı düzeyde yer verilmesi, haberlerin daha subjektif bir anlatıma sahip olmasına yol açmaktadır. Sayılar ve istatistikler, genellikle nesnel bir bakış açısı sunmakta ve konunun somut bir şekilde anlaşılmasını kolaylaştırmaktadır. Ancak bu haberlerdeki eksiklik, okuyucuların bilgi edinme süreçlerini etkileyebilir ve tartışmalı konuların daha çok yorum ve duygu temelli bir zeminde ele alınmasına neden olabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, farklı ideolojilere sahip Cumhuriyet ve Sabah gazetelerinin 31 Mart 2024 yerel seçimlerinde İstanbul seçimleri özelinde ürettikleri haber ve yorumları eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelenmektedir. Bu doğrultuda çalışmada Cumhuriyet ve Sabah gazetelerinde 31 Mart 2024 İstanbul yerel seçimlerine yönelik AK Parti adayı

Murat Kurum ve CHP adayı Ekrem İmamoğlu'nun söylemlerinin ele alınış biçimi Teun Van Dijk'in eleştirel söylem analizi modeli kullanılarak çözümlenmiştir. Teun Van Dijk'in eleştirel söylem analizi hem makro düzeyde toplumsal yapılar hem de mikro düzeyde dilin kullanımı arasındaki ilişkiyi anlamaya yönelik kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Makro yapı analizi, bir metnin genel temalarını, temsil tarzını ve içerdiği temel unsurları incelemeyi içermektedir. Bu analizde, tematik yapı ve şematik yapı olmak üzere iki ana bölüm bulunmaktadır. Tematik yapı ise başlık, haber metni ve fotoğraflar gibi unsurları içermektedir ve bu unsurların birlikte nasıl çalıştığını ve metnin temel mesajını nasıl ilettiğini incelemektedir. Öte yandan, şematik yapı, ana olayın yer verilme tarzını, arka plan bilgisini, bağlamı ve kullanılan kaynakları içermektedir.

Araştırma kapsamında öncelikle Sabah gazetesinin 1 Ocak - 30 Mart 2024 tarihleri arasındaki günlerde yayımlanan sayılarında, İstanbul yerel seçimlerine ilişkin haberlerin makro ve mikro söylem yapıları incelenmiştir. Yapılan analizde, Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasındaki Murat Kurum ile ilgili haber başlıklarının, seçim stratejileri, rakipleriyle ilişkileri ve kamuoyuna yönelik mesajlarını yansıttığı görülmektedir. Başlıklar, Kurum'un seçim vaatleri, rakiplerine yönelik eleştiriler ve suçlamalar, belediye yönetimi ve hizmetler konularında yoğunlaşmaktadır. Bu başlıklar, Murat Kurum'un seçmenlere sunduğu somut projeleri ve vaatleri vurgulamakta, rakiplerine yönelik eleştirilerle politik çatışmayı ön plana çıkarmakta ve yönetim anlayışını güçlendirmek için belediye hizmetlerindeki iyileştirmeleri öne çıkarmaktadır. Haber başlıklarında öne çıkan seçim vaatleri, Murat Kurum'un seçim döneminde sunduğu spesifik politikaları ve projeleri vurgulamaktadır. Bu başlıklar, ulaşım, kentsel dönüşüm ve istihdam gibi konulara odaklanarak, seçmenlere nasıl bir vizyon sunduğunu anlatmaktadır. Kurum'un yönetim anlayışını ve planlarını öne çıkarmak için kullanılan bu başlıklar, onun seçim stratejisinin temel unsurlarını temsil etmektedir. Diğer yandan, rakiplerle ilgili eleştiriler ve karşıtlıklar kategorisindeki başlıklar, Murat Kurum'un rakipleriyle olan ilişkisini ve bu ilişki üzerinden yapılan eleştirileri temsil etmektedir. Kurum'un rakiplerini olumsuz bir ışık altında göstermek için kullanılan bu söylemsel stratejiler, siyasi çatışmayı vurgulamakta ve rakiplerinin siyasi ittifakları ile iddialarını eleştirmektedir. Özellikle "Kandil İttifakı" gibi terimlerin kullanımı, rakipleri terör örgütü PKK ile bağlantılı göstererek seçmenlerin korku ve güvensizlik duygularını tetiklemeyi amaçlamaktadır. İddialar ve suçlamalar kategorisinde ise, Murat Kurum'un rakiplerine

veya mevcut yönetim uygulamalarına yönelik iddiaları ve suçlamaları öne çıkmaktadır. Bu başlıklar, belirli olaylar veya yönetim uygulamaları hakkında Kurum'un ortaya koyduğu ciddi suçlamaları içermektedir. Bu tür iddialar, kamuoyunun dikkatini çekmek ve rakiplerin güvenilirliğini sorgulamak amacıyla kullanılmaktadır. Özellikle "Kandil" ifadesi üzerinden yapılan suçlamalar, rakiplerin PKK ile işbirliği içinde olduğu imasını taşımaktadır. Belediye yönetimi ve hizmetler kategorisindeki başlıklar ise, mevcut belediye yönetiminin eksikliklerini ve Murat Kurum'un bu eksiklikleri nasıl gidereceğini vurgulamaktadır. Bu başlıklar, Kurum'un belediyecilik anlayışını ve hizmet hedeflerini ortaya koyarak, seçmenlere somut çözüm önerileri sunmaktadır.

Sabah gazetesinde Ekrem İmamoğlu hakkında yayımlanan haber başlıkları ise belirli bir ideolojik çerçevede, İmamoğlu'nu ve CHP'yi olumsuz bir ışıktta göstermeyi amaçlamaktadır. Bu başlıklar, İmamoğlu'nun güvenilirliğini sorgulayan ve etik dışı davranışlarını öne çıkaran haberleri, CHP içindeki çekişmeleri ve İmamoğlu'nun parti içindeki konumunu, vaatlerin yerine getirilmemesini, doğrudan eleştirileri ve saldırıları, CHP'nin ideolojik olarak eleştirilmesini ve parti içindeki ayrışmaları vurgulamaktadır. Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi perspektifinden bakıldığında, bu başlıklar belirli bir politik ajandanın ve ideolojik duruşun yansımasıdır. Sabah gazetesi, Ekrem İmamoğlu ve CHP'yi olumsuz bir çerçeveye oturtarak, kamuoyunda bu figürler hakkında negatif bir bakış oluşturmaya hedeflemektedir. Bu söylemler, okuyucuların İmamoğlu ve CHP hakkında olumsuz yargılara varmasını teşvik ederken, aynı zamanda siyasi rakiplerine avantaj sağlamayı amaçlamaktadır.

Makro yapıya dahil edilen haber fotoğrafları da tematik analizde önemli bir rol oynamaktadır. Sabah gazetesi, Murat Kurum'u destekleyen ve Ekrem İmamoğlu'nu eleştiren görseller kullanarak, belirli politik söylemleri pekiştirmeyi amaçlamaktadır. Bu stratejik görsel ve başlık kullanımları, seçmenlerde yeni bağlamlar oluşturmak ve kamuoyunu etkilemek için güçlü araçlar olarak değerlendirilmiştir. Eleştirel söylem analizi bağlamında, fotoğraflar ve haber başlıkları, seçmenlerin mevcut yönetimlere dair anlamlarını şekillendirmede etkili olmuştur.

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili haber içerikleri, ana olay ve ana olayın yer verilme biçimleri açısından eleştirel söylem analizine tabi tutulduğunda, her iki siyasetçi için farklı

stratejilerin benimsendiği gözlemlenmektedir. Murat Kurum ile ilgili haberlerde, projelerin ve vizyon açıklamalarının öne çıkarıldığı, Kurum'un trafik ve ulaşım, sokak hayvanları ve güvenlik, kentsel dönüşüm, istihdam ve eğitim gibi çeşitli alanlardaki projelerinin vurgulandığı görülmektedir. Bu tür haberler, Kurum'un problem çözme kapasitesini ve şehre dair kapsamlı vizyonunu öne çıkarmakta, kamuoyuna güven verici bir imaj çizmeye çalışmaktadır. Eleştirel söylem analizi bağlamında, bu yaklaşımın, adayın toplumun çeşitli kesimlerine hitap etme stratejisinin bir parçası olduğu anlaşılmaktadır. Öte yandan, Ekrem İmamoğlu'na yönelik haberlerde, genellikle mevcut yönetimin eksiklikleri ve İmamoğlu'nun performansına dair eleştirilerin öne çıktığı gözlemlenmiştir. İmamoğlu'nun politikaları, vaatleri ve parti içindeki dinamikler üzerinden yapılan eleştiriler, özellikle sosyal medya ve kamuoyunda yankı uyandıran olaylar bağlamında incelenmiştir. İmamoğlu'nun şehit askerler döneminde eğlence programına katılması ve vaatlerini yerine getirmemesi gibi konular, gazetede geniş yer bulmuş ve kamuoyunda olumsuz temsil amacı taşıyan stratejiler olarak değerlendirilmiştir. Bu tür eleştiriler, mevcut yönetimin performansını sorgulama ve alternatif vizyonların tanıtılması amacıyla kullanılmıştır.

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasındaki Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili haber içerikleri ardaan ve bağlam bilgisi açısından incelendiğinde, Murat Kurum'a yönelik haberlerde kaynak olarak genellikle muhabirler ve Kurum'un kendi ifadeleri öne çıkmakta, olayların geçmişi ve bağlamına dair bilgiler detaylı bir şekilde yer verilmiştir. Kurum'un projeleri ve vizyon açıklamaları ana odak noktası olarak yer almakta, bu da haberlerin tarafsız ve bilgiye dayalı bir temsilini sağlamaktadır. Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerde ise iktidarın iddialarına vurgu yapılarak, olayların geçmişi ve bağlamına dair bilgilere yer verilmektedir. Ancak, İmamoğlu'nun karşısında eleştirici bir tutum sergilenmiş ve haberlerin genelinde eleştirel bir bakış açısı benimsenmiştir. Bu analiz, gazetenin farklı siyasi figürlere yönelik haber sunumlarında belirgin bir taraf tutma eğilimi gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili haber içeriklerinin mikro yapı analizi sonucunda, dil kullanımı ve cümle yapılarının haberlerin ideolojik duruşunu ve etkisini belirlemede önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Murat Kurum ile ilgili haberlerde aktif cümle yapılarının ve kısa, basit cümlelerin kullanımı, Kurum'un olumlu bir imajını pekiştirmek ve iktidar

perspektifinden destek sağlamak amacıyla tercih edilmiştir. Öte yandan, Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerde genellikle pasif cümle yapılarının kullanılması, İmamoğlu'nun rolünü dolaylı ve daha az belirgin bir şekilde sunarak, eleştirci bir bakış açısını temsil etmektedir. Bu dil ve yapı tercihlerinde, gazetenin haberlerdeki ideolojik duruşu açıkça görülmektedir.

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerinde kullanılan sözcük seçimleri, haberlere ideolojik ve toplumsal mesajlar yüklemekte kritik bir rol oynamaktadır. Murat Kurum ile ilgili haberlerde, olumlu ve destekleyici bir dil kullanılarak, Kurum'un adaylık süreci, projeleri ve halkla ilişkileri vurgulanmış; iyileştirme ve güven odaklı terimlerle olumlu bir imaj oluşturulmuştur. Buna karşılık, Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerde olumsuz terimlerle İmamoğlu'nun sosyal ve politik sorumluluklarına duyarsızlığı, bütçe yönetimindeki başarısızlığı ve partisinin iç krizleri ele alınmıştır. Bu söylem stratejileri, Kurum'u desteklerken İmamoğlu'nun imajını zedelemeyi amaçlamaktadır.

Sabah gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Murat Kurum ve Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerinin retorik analizi, haberlerin ikna edici unsurlarını ve veri kullanımını nasıl ele aldığını göstermektedir. Murat Kurum ile ilgili haberlerde, projelerin ve başarıların sayısal verilerle desteklenmesi, görgü tanığı alıntıları ve somut verilerin kullanımı, okuyuculara objektiflik ve güvenilirlik hissi vererek ikna edici bir retorik oluşturmuştur. Buna karşın, Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerde, iktidar yetkililerinin açıklamalarına dayanan ve sayısal verilerin sınırlı olduğu bir retorik strateji izlenmiştir. Bu yaklaşım, haberlerin iktidarın bakış açısını yansıtarak, belirli bir politik görüşü destekleyen bir anlatı oluşturmayı amaçladığını ortaya koymaktadır.

Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak - 30 Mart 2024 tarihleri arasındaki Ekrem İmamoğlu ve Murat Kurum ile ilgili haber başlıklarının makro yapı çözümlemesi, her iki siyasi figürün kamuoyundaki temsilini şekillendiren belirgin söylem stratejilerini ortaya koymaktadır. Ekrem İmamoğlu ile ilgili haber başlıkları, siyasi liderlik, toplumsal ilişkiler, projeler ve hizmetler ile eleştiri ve provokasyonlar olmak üzere dört ana tema etrafında şekillenmektedir. Bu başlıklar, İmamoğlu'nun liderlik rolünü ve toplumla olan etkileşimlerini vurgulamakta, projelerini ve hizmetlerini tanıtarak onun belediye başkanlığı dönemindeki icraatlarını öne çıkarmaktadır. Aynı zamanda, İmamoğlu'nun

karşılaştığı eleştiriler ve provokasyonlara karşı verdiği yanıtlar, onun eleştirilere ve provokasyonlara karşı duruşunu göstermektedir. Bu söylem, İmamoğlu'nun toplumsal ve siyasi kimliğini pekiştiren ve onu halkla bütünleştiren bir imaj yaratmayı amaçlamaktadır. Murat Kurum ile ilgili haber başlıkları ise kişisel ve kamusal imajı ile eleştiri ve tepkiler üzerine yoğunlaşmaktadır. Kurum'un biyografik değişiklikleri, gafları ve kamuoyundaki temsili üzerine kurulu başlıklar, onun kişisel ve kamusal imajını değerlendirmektedir. Eleştiriler ve bu eleştirilere verdiği tepkiler ise Kurum'un eleştirilere karşı savunma mekanizmalarını ve provokasyonlarla nasıl başa çıktığını göstermektedir. Bu haber başlıkları, genellikle olumsuz veya eleştirel bir ton taşıyarak, Kurum'un politik ve kişisel performansına eleştirel bir perspektif kazandırmayı hedeflemektedir. Cumhuriyet gazetesinin söylem analizi, Murat Kurum'un eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirildiğini ve belirli bir ideolojik duruşu yansıttığını göstermektedir. Bu çözümleme, gazetenin her iki siyasi figürü nasıl çerçevelediğini ve okuyuculara hangi bağlamda temsil ettiğini ortaya koymaktadır.

Cumhuriyet gazetesinde 1 Ocak - 30 Mart 2024 tarihleri arasında yayımlanan haber içeriklerinin ve görsellerin eleştirel söylem analizi, medyanın siyasi figürlerin medyadaki temsilini nasıl şekillendirdiğini ve belirli anlamları nasıl ürettiğini açıkça ortaya koymaktadır. Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerde kullanılan dil ve görseller, onun dini hassasiyetlere sahip, toplumsal duyarlılığı yüksek ve halkla iç içe bir lider olarak temsil edilmesini hedeflemektedir. Öte yandan, Murat Kurum ile ilgili haberlerde kullanılan dil ve görseller, TOKİ mağdurlarının protestoları üzerinden devlet politikalarının eleştirilmesine odaklanmakta ve Kurum'un eleştirel bir perspektifle temsil edilmesini amaçlamıştır.

Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında Ekrem İmamoğlu ve Murat Kurum ile ilgili haber içerikleri incelendiğinde, gazetenin iki farklı siyasi figürü nasıl sunduğu belirgin bir şekilde gözlemlenmektedir. Ekrem İmamoğlu ile ilgili haberlerde, İmamoğlu'nun seçim kampanyaları, dini ve kültürel etkinlikleri, halkla ilişkiler stratejileri, projeleri ve eleştirilere karşı tepkileri gibi çeşitli konular ana olay olarak yer verilmiştir. Bu yaklaşım, İmamoğlu'nun toplumsal duyarlılığını, liderlik yeteneklerini ve icraatlarını öne çıkararak olumlu bir imaj yaratmayı amaçlamaktadır. Öte yandan, Murat Kurum ile ilgili haberlerde ise ağırlıklı olarak eleştiriler ve tepkiler ana olay olarak yer verilmiş, Kurum'un karşılaştığı zorluklar ve eleştiriler vurgulanarak,

kamuoyunda olumsuz bir anlam pekiştirilmiştir. Bu farklı sunuş biçimleri, Cumhuriyet gazetesinin belirli bir ideolojik duruş sergileyerek, siyasi figürler arasında ayrım yaptığını ve okuyucuların görüşlerini bu doğrultuda şekillendirdiğini göstermektedir.

Cumhuriyet gazetesinin Ekrem İmamoğlu ile ilgili haber içeriklerinde, Van Dijk'ın eleştirel söylem analizi çerçevesinde yapılan sentaktik çözümlemede, belirli dilsel yapıların ve stratejilerin kullanıldığı tespit edilmiştir. İmamoğlu'nun ifadelerine vurgu yapmak amacıyla ağırlıklı olarak aktif cümle yapılarının tercih edildiği görülmektedir. Bu durum, İmamoğlu'nun siyasi söyleminin ve medyadaki temsilinin güçlendirilmesine katkıda bulunmaktadır.

Murat Kurum ile ilgili haberlerde ise, genellikle pasif cümle yapısının tercih edildiği anlaşılmaktadır. Özellikle TOKİ mağdurlarının protestoları ve Kurum'a yönelik eleştirilerine dair haberlere yer verilirken, "eylem yaptı" ve "tepki gösterdi" gibi aktif fiiller kullanılmıştır. Kurum'un eski pozisyonu ve yeni adaylığına ilişkin bilgiler ise edilgen yapı ile yer verilmekte, bu da Kurum'un sürecin merkezinde yer almadığı izlenimini vermektedir. Bu tür bir yapı, Kurum'un rolünün dolaylı olarak eleştirilmesine olanak tanımaktadır.

Cumhuriyet gazetesinin Ekrem İmamoğlu ve Murat Kurum ile ilgili haber içerikleri, sözcük seçimi perspektifinden değerlendirildiğinde, her iki figürün siyasi kimliklerini inşa etme çabaları doğrultusunda belirgin bir ideolojik duruş sergilediği anlaşılmaktadır. İmamoğlu'nun haberlerinde kullanılan olumlu ifadeler ve sözcük seçimleri, halkla kurduğu olumlu ilişkiyi pekiştirmekte ve eleştirilerin sert bir dille ifade edilmesine olanak tanımaktadır. Öte yandan, Murat Kurum'a yönelik içeriklerde ise daha olumsuz bir temsil oluşturacak biçimde sözcüklerin seçildiği gözlemlenmektedir. Kurum'un liderlik imajını pekiştirme çabaları, eleştirel ifadelerle dengelenmekte ve toplumsal dinamiklerle etkileşimde bulunmaktadır. Her iki figürün haber içerikleri, kullanılan dilsel yapılar ve sözcük seçimleri aracılığıyla kamuoyundaki temsillerini ve siyasi imajlarını şekillendirmekte, bu durum medya etki alanının önemini bir kez daha gözler önüne sermektedir.

Cumhuriyet gazetesinin 1 Ocak 2024 ile 31 Mart 2024 tarihleri arasında yayımladığı Ekrem İmamoğlu ve Murat Kurum ile ilgili haberlerin analizi, içeriklerde sayısal verilere

sınırlı düzeyde yer verildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, haberlerin niteliksel unsurlara daha fazla odaklandığını ve adayların söylemleri, eylemleri ve karşılaştıkları durumlar üzerinde durulduğunu göstermektedir. Sayısal verilerin eksikliği, haberlerin daha subjektif bir anlatıma sahip olmasına yol açmakta, okuyucuların bilgi edinme süreçlerini etkileyerek tartışmalı konuların temsil ve yorum temelli bir zeminde ele alınmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, haberlerdeki bu yaklaşım, okuyucunun adayların performanslarını değerlendirme biçimini etkileyebilir ve ele alınan konulara dair daha geniş bir perspektif sunmaktan uzak kalmasına yol açabilir.

Bu sonuçlardan hareketle Cumhuriyet ve Sabah gazeteleri arasında, siyasi figürlerin sunum biçimlerinde belirgin dil ve söylem farklılıkları gözlemlenmektedir. Sabah gazetesi, Murat Kurum'un olumlu imajını pekiştiren bir dil kullanmakta ve aktif cümle yapıları ile somut projelere odaklanmaktadır. Bu bağlamda, Kurum'un vaatleri ve başarıları, seçmenlere güven verici bir perspektifle yer verilmekte; dolaylı olarak rakiplerine yönelik eleştirilerle siyasi çatışma ön plana çıkarılmaktadır. Ayrıca, görsel içeriklerin seçimi de Kurum'un destekleyici söylemlerini pekiştirirken, muhalif figürler üzerindeki olumsuz görüşü artırmayı hedeflemektedir. Öte yandan Cumhuriyet gazetesi Ekrem İmamoğlu'nu öne çıkaran bir anlatım tarzı benimsemektedir. İmamoğlu ile ilgili kullanılan dil olumlu terimlere odaklanmaktadır. Böylece, her iki gazetenin farklı ideolojik duruşları, dil ve söylem kullanımları aracılığıyla, seçmenlerin görüşlerini etkileme yönünde belirgin farklılıklar göstermektedir. Bu durum önceki araştırma sonuçları ile de tutarlıdır. Günay (2022) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları araştırma ile uyumludur. Araştırmada, gazetelerin sahip oldukları ideoloji doğrultusunda vurgulamak istedikleri bilgilerin altını çizdikleri, ayrıca karşıt görüşlere dair haberlerde bilgi eksiltmesine veya kurgulamalara başvurdukları belirtilmektedir. Bu durum, medya içeriklerinin belirli bir politik yönelime göre şekillendirildiğini ve kamuoyunu etkileme amacı güttüğünü göstermektedir. Sonuçlar aynı zamanda Gölcü'nün (2009) çalışmasıyla da benzerlik göstermemektedir. Gölcü, söz konusu çalışmada gazetelerin haber içeriklerinde farklı medya kuruluşlarının siyasi duruşlarının ve haber söylem biçimlerinin nasıl farklılık gösterdiğini ortaya koymaktadır. Gölcü ve arkadaşlarının (2019) çalışmasında, yayın politikaları farklı olan gazetelerin olayları farklı bakış açılarıyla ele alarak çeşitli söylem kalıpları ile haberleştirdiği tespit edilmiştir. Bu durum, medyanın olayları nasıl çerçevelediği ve halkı nasıl bilgilendirdiği açısından önemli bir gösterge

olarak değerlendirilmektedir. Öncelikle, gazetelerin yayın politikalarının farklılığı, haberlerin içeriği ve sunumu üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olmaktadır. Farklı ideolojik ve politik eğilimlere sahip gazeteler, aynı olayı farklı biçimlerde yorumlayarak, okuyucularına farklı perspektifler sunabilmektedir. Bu çerçevede, bir olayın anlatımında kullanılan dil, sözcük tercihleri ve vurgular, okuyucunun olay hakkında nasıl bir bağlam geliştireceğini etkileyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır.

Bu çalışmanın bulguları, günümüz medya ekosisteminde haber metinlerinin yalnızca bilgilendirmekle kalmayıp ideolojik konumlanışları ve kurum politikalarını da yansıtan bir “söylem alanı” yarattığını göstermektedir (Tuchman, 1978). İncelenen gazetelerden Sabah’ın Murat Kurum ekseninde daha olumlu ve destekleyici bir çerçeve sunarken, Ekrem İmamoğlu’na yönelik haberlerde sert ve “saldırgan” bir üsluba başvurduğu; Cumhuriyet’in ise İmamoğlu’nu ön plana çıkarıp daha olumlu temsil ederken, Kurum’u eleştirel ve mizahi bir söylemle çerçevellediği görülmüştür. Bu tutumlar, her iki yayın organının da kendi ideolojik çizgilerini ve politik duruşlarını haber söylemine yansıttığını açığa çıkarmaktadır. Dolayısıyla, haber kavramının “gerçeği olduğu gibi aktarma” işlevinden ziyade (Dursun, 2013), “belirli çıkarların ve güç odaklarının söylemsel yeniden üretimi” (Van Dijk, 1997) olduğu bir kez daha doğrulanmaktadır. Güncel pratiklerde, haber değerinin “gerçeklik” ve “doğruluk” ilkelerinden çok “editorial politika” ve “ideolojik duruş” temelinde şekillendiği dikkat çekicidir.

Bu tablo, medyanın demokratik bir toplumda üstlenmesi beklenen “denetim” ve “nesnel bilgilendirme” işlevinin (Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, 1998) zayıfladığını göstermektedir. Özellikle Sabah gazetesinin muhalif adaya karşı daha sert bir dil kullanması ve suçlamalara dayalı haber çerçevesi, Cumhuriyet’in ise iktidar adayını mizahî söylemlerle eleştirmesi, gerçekliği olabildiğince aktarabilme ve doğru haber verme kaygısını geriye itebilmektedir. Bu noktada, haberci kimliğinin “etik” bir zeminde yeniden yapılandırılması zaruridir. Hem iktidar yanlısı hem de muhalif yayınların, eleştiriyle hakareti; sorgulamayla “öteki”ni karalamanın ayrımını netleştirmesi ve sorumluluk ilkesini öncelemesi gereklidir (Hackett, 1985). İdeolojik farklılıklar elbette haberciliğin doğasında vardır; ancak problem, bu farklılığın “bilgilendirme”yi gölgeleyecek kadar derinleşmesidir. Bu nedenle, her iki gazetenin de gerek dil kullanımı gerekse “farklı görüşe yer verme” pratiğini geliştirmesi; “kamu yararı”, “çoğulculuk” ve “nesnellik” gibi etik kavramları olabildiğince merkeze alan bir

yayıncılık anlayışına yönelmesi, yaşanan kutuplaşma ve “saldırgan” üslubu hafifletebilecek temel çözümler arasında görülmektedir.

Çalışma, Cumhuriyet ve Sabah gazetelerinin İstanbul yerel seçimlerine ilişkin haberleri eleştirel söylem analizi yöntemiyle incelediğinden, aşağıdaki önerilerde bulunmak mümkündür;

Farklı Gazete Stratejilerinin Belirlenmesi: Gelecek çalışmalarda, farklı ideolojik yaklaşıma sahip gazetelerin, benzer seçim süreçlerinde nasıl farklı stratejiler benimsediği üzerine daha derinlemesine bir karşılaştırma yapılabilir. Bu, medyanın rolünü daha kapsamlı bir şekilde anlamak için faydalı olabilir.

Niteliksel Veri Toplama: Araştırma kapsamına, gazetelerdeki yorum köşeleri veya sosyal medya etkileşimleri gibi nitel veriler de eklenerek, okuyucu görüşlerinin ve toplumsal tepkilerin analiz edilmesi sağlanabilir.

Farklı Seçim Dönemleri ile Karşılaştırma: 31 Mart 2024 yerel seçimleri ile önceki seçim dönemleri arasındaki medya söylemlerinin evrimi üzerine karşılaştırmalı çalışmalar gerçekleştirilerek, siyasi söylem değişimlerinin izlenmesi sağlanabilir.

Gelecekteki çalışmalar, eleştirel söylem analizi yöntemini kullanarak diğer medya organları ve haber içerikleri üzerinde de uygulanabilir. Özellikle dijital platformlar ve sosyal medya içerikleri üzerine yapılacak benzer analizler, günümüzdeki medya dinamiklerini daha iyi anlamak için yararlı olabilir.

Yukarıdaki bu öneriler, söz konusu çalışmanın bulgularını zenginleştirerek medyanın seçim süreçlerindeki rolünün daha iyi kavramasına yol açacak ve daha farklı araştırma alanlarının açılmasına katkıda bulunacaktır.

KAYNAKÇA

- Acosta, L. (1979). Mass Media and Imperialist Ideology, *Communication and Class Struggle*. A. Mattelart, S. Siegelau (ed). International General, New York.
- Adorno, T. W., & Horkheimer, M. (2007). *Kültür endüstrisi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arsan, E. (2005). Haber ve Habercilik, S. Alankuş. (Der.). *Gazetecilik ve Habercilik*.(s. 137-151). İstanbul: IPS İletişim Vakfı.
- Arslan, E. (2019). *Kitle İletişim Kuramları Çerçevesinde Medya ve Haber*. Literatürk Academia, Konya.
- Aslan, K. (2003). *Haberim var!:(Örneklerle haberin ABC'si)*. Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Aslan, K. (2009). *Haberin yol haritası*. Anahtar Kitaplar Yayınevi.
- Ay, Y. Z. (2024). *Editöryal Üretim Sürecinde Haberlerin Çerçevenmesi*. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydın, F. B. (2013). *Haber Söyleminde Siyasal Etki ve İdeoloji: 2002 ve 2011 Genel Seçimleri'nin Karşılaştırılmalı Analizi*, (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Baudrillard, J. (2021). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (çev. O. Adanır). Doğu Batı Yayınları, Ankara.
- Bektaş, A. (2002). *Siyasal Propaganda*, İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Bennett, W. L., & Edelman, M. (1985). Toward a new political narrative. *Journal of communication*. 35(3), 156-171.
- Birsan, H. (2010). Birincil Haber Kaynaklarının Yerel Basında Sunumuna Dair Bir İnceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(3) 7-22.

- Cangöz, İ. (1999). *Kitle İletişim Kuramlarında Etki Sorunsalı ve Bir İzleyici Araştırması*. Yayınlanmış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Chomsky, N. (1999). *Medya Gerçeği*, Tümm zamanlar Yayıncılık.
- Cohen, S., & Young, J. (1973). *The Manufacture of News: A Reader*, Sage Publications.
- Coward, R., & Ellis, J. (2008). *Dil ve Maddecilik* (Çev. Veysel Kılıç). İstanbul: Toroslu Kitaplığı.
- Curran, J., Gurevitch, M., & Woollacott, J. (1991). İletişim araçları üzerine çalışma: Kuramsal yaklaşımlar. Çev. M. Özbek), Ankara Üniversitesi BYYO Yıllık, 1990, 229-253.
- Çaplı, B. (2002). *Medya ve Etik*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Çelik, H., & Ekşi, H. (2008). Söylem analizi. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27(27), 99-117.
- Devran, Y. (2010). *Haber & Söylem & İdeoloji*, İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Dursun, Ç. (2003). *Haber ve Habercilik-Gazetecilik Üzerine Düşünmek* (Der: Sevdâ Alankuş). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Dursun, Ç. (2004). *Haber, hakikat ve iktidar ilişkisi*. Elips Kitap.
- Dursun, Ç. (2013). Medya, Habercilik ve Gerçeklik Bağlantısı. D. Çiler (Ed.) *İletişim, Kuram, Kritik*. 197-217 Ankara: İmge Yayınevi.
- Dursun, Ç. (2014). *TV Haberlerinde İdeoloji*. İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Eagleton, T. (2005). *İdeoloji*, 2. Baskı, Çev: M. Özcan, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Erol, D. D. (2023). *Türkiye'deki Suriyeli Kadın Sığınmacıların Fotoğrafik Temsili: Anadolu Ajansı Örneği*. Gece Kitaplığı
- Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. London: Arnold.

- Fairclough, N. (2003). “Dil ve İdeoloji”, *Söylem ve İdeoloji: Mitoloji, Din, İdeoloji*, Çev: B. Çoban, Edt: B. Çoban ve Z. Özarslan, s. 155- 173, İstanbul: Su Yayınları.
- Fairclough, N., & Graham, P. (2003). Eleştirel Söylem Çözümlemecisi Olarak Marx: Eleştirel Yöntemin Yaratılışı ve Küresel Sermayenin Eleştirisi İle Bağlantısı, *Söylem ve İdeoloji: Mitoloji, Din, İdeoloji*, s. 185-245. Der: B. Çoban ve Z. Özarslan, İstanbul: Su Yayınları.
- Fishman, M. (1980). *Manufacturing the News*. Austin, Texas.
- Fiske, J. (2003). *İletişim Çalışmalarına Giriş*, çev. Süleyman İrvan, Ankara: Bilim ve Sanat.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish*. London. Tavistock.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings 1972-1977*. New York: Pantheon.
- Gans, H. J. (1979). The messages behind the news. *Columbia Journalism Review*, 17(5), 40–45.
- Girgin, A. (2003). *Yazılı Basında Haber ve Habercilik Etik'i*. İstanbul: Inkılap Kitabevi.
- Girgin, A., & Özay, S. (2013). *Haber yazmak*. Der Yayınları.
- Gölcü, A. (2009). Haber söyleminde medya-siyaset ilişkisi: 29 Mart 2009 yerel seçimleri. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 29, 81-101.
- Gölcü, A., Bal, E., & Karadeniz, B. (2019). Dil ve söylem pratiklerini haber metinlerinde aramak: Yeni Zelanda terör saldırısı örneği. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (17), 220-251.
- Günay, D. (2013). *Söylem Çözümlemesi*. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim A.Ş.

- Günay, İ. E. (2022). Van Dijk'in Eleştirel Söylem Analizi Bağlamında Azerbaycan ve Ermenistan Arasındaki Savaşa İlişkin Le Monde ve Le Figaro'da kullanılan Haber Başlık ve Girişlerinin Analizi. *Aksaray İletişim Dergisi*, 4(1), 46-65.
- Güneş, A. (2019). Yazılı Basında Haber Söylemi: 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı Ve Milletvekili Seçim Haberlerinin Çözümlemesi. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(12), 13-42.
- Gürses, F. (2017). *Medya & Söylem & Demokrasi*, Ankara: Ütopya.
- Güven, S. (2017). Siyasal İletişim Sürecinin Dönüşümü, Siyasal Katılım ve İletişim Teknolojileri. *The Turkish Journal of Design, Art and communication*, 7(2), 175-191.
- Güz, N. (2005). *Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hackett, R. A. (1985). Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies. *Critical Studies in Media Communication*, 1(3), 229-259.
- Hackett, R. A. (1997). Bir Paradigmanın Önemi Yitirisi: Haber Medyası Çalışmalarında Yanlılık ve Nesnellik. *AÜ İLEF Yıllık*, 1998, 31-69.
- Hall, S. (1982). The Rediscovery of "Ideology": Return of the Repressed in Media Studies. In T. Gurevitch, M. Bennet, J. Curran, & J. Woollacott (Eds.), *Culture, Society and the Media* (pp. 56–90). London: Methuen.
- Hall, S. (1996). The West and The Rest: Discourse and Power. In Das Gupta, T., James, C.E., Andersen, C., Galabuzi, G.-E. & Maaka, R. C. A. (Eds.), *Race and Racialization: Essential Readings* (pp. 185–227). Cambridge: Canadian Scholar Press.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage.

- Hall, S. (1997). The work of representation. In *The applied theatre reader* (pp. 1-74). Sage.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (2017). *Policing the crisis: Mugging, the state and law and order*. Bloomsbury Publishing.
- İnal, A. (1997). Haber metinlerine eleştirel bir bakış: Temel sorunlar ve örnek çalışmalar. *AÜ İlef Yıllık*, 94(135-165).
- İnal, A. (1997a). *Haber ve Haber Üretim Süreçleri: Yerel Medya İçin Alternatif Arayışları*. Bağımsız İletişim Ağı Yerel Medya Eğitim Projesi Seminer Notları, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi, 11-12.
- İnal, A. (1996). *Haberi Okumak*. Temuçin Yayınları, İstanbul.
- İnceoğlu, G. Y., & Çomak, A. N. (2009). “Teun A. Van Dijk”, *Metin Çözümlemeleri*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- İrvan, S. (1995). Demokratik sistemde medyanın rolü. *Birikim Dergisi*, (68-69), 76-83.
- Karabay, N. (2000). *Kuramsal Bir Yaklaşımla Gazetecilik ve Haber*. Meta Basımevi, İzmir.
- Karagöz, K. (2018). Post Truth Çağında Yayıncılığın Geleceği. *TRT Akademi*, 3(6), 678-708.
- Keskin, E. Z. (2004), “Türkiye’de Haber İncelemelerinde Van Dijk Yöntemi”, *Haber Hakikat ve İktidar ilişkisi*, Der: Ç. Dursun, s. 391-407, Ankara: Kesit Tanıtım.
- Keskin, Z. (1997). *Siyasal Yolsuzluklar ve Basın: Türk Basınında Yolsuzluk Haberlerinin Temsili Üzerine Söylem Çözümlemesi*, Yüksek Lisans Tezi, A Ü, Sos. Bil. Ens., Ankara.
- Kocaman, A. (2003). “Dilbilim Söylemi”, *Söylem Üzerine*, Ahmet Kocaman (Haz.), Ankara: ODTÜ.

- Kula Demir, N. (2002). Gazetelerde Yeralan Polise Yönelik Haberlerdeki Söylemsel Boyutlar: Gaffar Okkan Suikastı Örnek olayı. *Polis Bilimleri Dergisi*, 4(1-2), 187-203.
- Marx, K., ve Engels, F. (1992). *Alman İdeolojisi*, Sevim Belli (çev), Sol Yayınları.
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1998). *İletişim Kuramları Tarihi*. (çev. M. Zıllıoğlu). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özbek, M. (2022). Racism, football, and news media a critical discourse analysis of the news on football players with a migration background in germany. A PhD Thesis Submitted To The Graduate School Of Bahçeşehir University.
- Özer, Ö. (2006). Medyaya yönelik kuramsal tanımlamalarla ilgili muhabirlerle yapılan saha araştırması. *Selçuk İletişim*, 4(2), 41-51.
- Özer, Ö. (2011). *Haber söylem ideoloji: eleştirel haber çözümlemeleri*. Konya: Literatürk Yayınları.
- Philp, M. (1997). “Michel Foucault”, *Çağdaş Temel Kuramlar*, Çev: A. Demirhan, Der: S. Quentin, Ankara: Vadi yayınları.
- Poyraz, B. (2002). *Haber ve Haber Programlarında İdeoloji ve Gerçeklik*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Rigel, N. (2000). *İleti tasarımı haber*. İstanbul: Der Yayınları.
- Ruhi, Ş. (2009). Söylem ve birey. *Söylem Üzerine*, Ankara: ODTÜ Yayınları.
- Schlapp, H. (2000). *Gazeteciliğe Giriş*, (I, Aygün, Çev.). Ankara: Konrad Adenauer Vakfı.
- Sholle, D. J. (1999). Eleştirel Çalışmalar: İdeoloji Teorisinden İktidar / Bilgiye, Mehmet Küçük (çev. ve der.) *Medya İktidar İdeoloji*, Ankara: Ark Yayınları.

- Sönmez, B. (2022). *Haber Söyleminde Suriyeli Sığınmacılar: Türkiye Ve Britanya Medyasından Örneklerin Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Sözen, E. (2014). *Söylem, Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*, Ankara: Birleşik Yayıncılık.
- Şeker, M., (2009). Dağlıca Baskını Haberlerinin Söylemi, *Terör ve Haber Söylemi*. Şeker, M., Şeker, T. (der). Literatürk Academia, Konya.
- Tokgöz, O. (2008). *Siyasal İletişimi Anlamak*, Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Tokgöz, O. (2020). *Temel Gazetecilik*. Ankara, İmge Kitabevi Yayınları.
- Toraman, B. (2022). *31 Mart ve 23 Haziran İstanbul yerel seçimleri haberlerinin karşılaştırmalı söylem analizi: Sabah, Sözcü, Yeniçağ, Milli Gazete, Birgün örnekleme*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Toruk, İ. (2008). *Gutenberg'ten Dijital Çağa Gazetecilik: Türkiye'de haber siteleri*. LT, Literatürk.
- Toruk, İ., & Sine, R. (2012). Haber söylem üretimindeki ideolojik etki: Wikileaks haberleri. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (31), 351-378.
- Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.
- Türkiye Gazeteciler Cemiyeti, (1998). *Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi*. İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayını.
- Van Dijk, T. (2003). *Söylem ve ideoloji: Çok alanlı bir yaklaşım*. İstanbul: Su Yayınevi.
- Van Dijk, T. A. (1983). Discourse analysis: Its development and application to the structure of news. *Journal of communication*, 33(2), 20-43.

- Van Dijk, T. A. (1988). *New Analysis: Case Studies of International and National News in the Press*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Van Dijk, T. A. (1991). *Racism and the Press*. London and New York: Routledge.
- Van Dijk, T. A. (1997). *Discourse as Structure and Process*, London: Sage Publications.
- Van Dijk, T. A. (2005). Söylemin Yapıları ve İktidarın Yapıları” içinde: *Medya, İktidar, İdeoloji*, 315-376. Mehmet Küçük (çer. ve der.), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Van Dijk, T. A. (2013). *Ideology and discourse*. The Oxford handbook of political ideologies
- Van Dijk, T. A. (2015). *Racism and the Press (New edition)*. London and New York: Routledge.
- White, D. M., & Dexter, L. A. (1964). *People, society, and mass communications* (pp. 160-172). [New York]: Free Press of Glencoe.
- Wodak, R. & Meyer, M. (2009). Critical discourse analysis: History, agenda, theory and methodology. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis* (pp. 1–32), London: SAGE.
- Wodak, R. (2011). Critical Linguistics and Discourse Analysis. In J. Zienkowski, O. Ostman & J. Verschueren (Eds.), *Discursive Pragmatics* (pp. 50–70), Amsterdam: John Benjamins.
- Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Yılmaz, S. H. (2013). *Siyasal Nefret Söylemi ve Medya*, Konya: Literatürk.
- Yurdakul, H. (2018). Kitle iletişiminde haber ve etki: Liberal ve eleştirel yaklaşımlar. *NOSYON: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, (1), 62-77.
- Yüksel, E. ve Gürcan, H. İ. (2005). *Haber Toplama ve Yazma*, Konya: Tablet Kitapevi.

Zeytinli, M. (1996). Uluslararası haber dolaşımının sorunları. *Yeni Türkiye Dergisi*, 2(12), 1101-1111.



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Emrah KIZILÇAY

Yabancı Dil : İngilizce

Eğitim Geçmişi

- 2017, Akdeniz Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo, Televizyon ve Sinema Bölümü
- 2016, Anadolu Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Maliye Bölümü
- 2010, Mesleki Açıköğretim Lisesi