

## **GÜNDEM BELİRLEME TEORİSİ BAĞLAMINDA 30 MART 2014 YEREL SEÇİMLERİNİN BASINDA SUNUMU: AKP VE CHP ÖRNEĞİ**

Ahmet GÜNEŞ  
Cumhuriyet University, Turkey  
ahmetgunes5050@gmail.com

### **ÖZET**

Türkiye, siyasal bir deneyim olan ve bireysel bir tercih çerçevesinde gerçekleşen yerel seçim sürecini ve/veya olgusunu çok partili döneme geçildiğinden beri birçok kez yaşamış ve tecrübe etmiş bir ülkedir. Çok partili siyasi hayatın başladığı dönemden günümüze kadar Türkiye’de medya siyaset ilişkisi hep tartışma konusu olmuştur. Parlamenter demokrasilerin vazgeçilmez bir yapı taşı olan medya, demokratikleşme sürecini sürdüren veya tamamlayan ülkelerde etkin rol oynamış ve çoğulcu liberal yaklaşımla dördüncü güç olarak ta kabul edilmiş önemli bir kavramdır. Medya eleştirilirken başvurulan “yandaş medya” veya “tarafçılık/parti bülteni” gibi yakıştırmaların arttığı bu dönemde, medya siyaset ilişkisi tartışmaları da oldukça alevlenmiştir. Bu çalışma kapsamında yerel seçim süreci içerisinde Türk basınının siyasal gündemi Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazeteleri örneğinde belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada adı geçen gazeteler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda gazetelerin siyasal gündemi yansıtma tutumuyla ilgili anlamlı görüşler elde edilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** *2014 yerel seçimleri, gündem, haber, gündem belirleme teorisi, içerik analizi.*

## **THE PRESENTATION OF 30 MARCH 2014 LOCAL ELECTIONS IN PRESS WITHIN THE CONTEXT OF AGENDA-SETTING THEORY: THE EXAMPLES OF AKP AND CHP**

### **ABSTRACT**

Turkey is a country that has experienced local election process and/or phenomenon several times which is a political experience and takes place within the context of individual choice since the beginning of multiparty period. From the beginning of multiparty period onwards, the relation between media and politics has always been a matter of discussion. The media, which is an inseparable part of parliamentary democracies, is a concept which has played an important role in countries undergoing or having completed the process of democratization, and it is accepted as the fourth power according to pluralist liberalism approach. In this period when there are attributions such as "biased media" or "subjectivity/party bulletin" while the media is being criticized, the discussions regarding the relation between politics and media have also heated up. Within the context of this study, the political agenda of Turkish media was determined through the examples of Hürriyet, Sabah, YeniŞafak and Sözcü newspapers. The newspapers mentioned in the study has been analyzed through content analysis method. As a result of the study, we tried to obtain significant views concerning the newspapers' attitude to reflect the political agenda.

**Keywords:** *2014 local elections, agenda, news, agenda setting theory, content analysis.*

## GİRİŞ

Modern ülkelerin en gelişmiş yönetim tarzı demokrasidir. Günümüzde toplumsal, siyasal ve demografik koşullardan dolayı temsili demokrasi diğer demokrasi türlerine göre daha fazla uygulama imkanı bulmaktadır (Göker ve Doğan, 2011: 46). Söz konusu sistemin olumsuzluklarını gidermek ve doğrudan demokrasi sistemine yaklaşmak için yarı doğrudan demokrasi sistemine gidilmiştir. Yarı doğrudan demokraside seçmenlerin görevi temsilciler seçmek olduğu gibi gerek anayasa yapma ve gerekse yasama yetkisine oylarıyla katılırlar (Yıldırım, 1998: 44). Yarı doğrudan demokrasi halkın temsilcilerinin yanı sıra, bazı konularda halkoyuna da başvurulmasını öngören bir sistemdir.

Medya siyaset ilişkisinde sadece medyanın etkinliği söz konusu olabileceği gibi siyaset kurumunun da etkin olduğunu düşünmek gerekir. Siyasetin medyayı etkileme sürecinde siyaset kurumunun medyaya bağımlılığı önemli bir etken olarak süreci etkilemektedir. İktidara olmak isteyen grupların halkın güvenini kazanmak ve halkı kendi gerçekleri doğrultusunda bilgilendirmek amacı bir anlamda siyasi çevrelerin de basına belli oranda bağımlı kalmasını gerektirmektedir. Özellikle de baskı yerine iknayı ön plana alan demokratik rejimlerde bu daha da önemlidir. Gerçekten de gerek kendi iç işleyişinde, gerek yurttaşlarla ilişkilerinde iletişimde aksama, tıkanma ya da gecikme olması iktidarın ortak çabayı yönetme/yönlendirme yeteneğini sınırlar (Eyüboğlu, 1999: 44).

Yapılan araştırmalar ışığında halk ve/veya seçmen siyasal bilgiye ulaşmak için genellikle medyayı başka bir deyişle kitle iletişim araçlarını takip ettiği anlaşılmaktadır. Medya-siyaset ilişkisinde güncel duruma göre siyasi taraflardan herhangi birinin görüşleri ve faaliyetleri sayfalara veya haber bültenlerine daha fazla yansıtılmaktadır (Şimşek, 2009: 125). Çünkü medyanın/kitle iletişim araçlarının ülkenin ulusal ve uluslararası durum ve karar alma aşamalarında söz sahibi olacak siyasi parti veya partilerin alacakları oy miktarını belirleyecek seçmen kitlesini verdikleri haberlerle yönlendirmeleri mümkün olabilmektedir.

Basın ve siyasetin girdiği ilişki neticesinde basının işlevleri ve konumuna ilişkin her geçen gün yeni tanımlamalar ve konumlandırmalar yapılmaktadır. Bu tanımlamalar her ne kadar esas olarak aynı ilişki biçimine gönderme yapıyor olsa da siyasi çevrelere göre farklı anlamları içerisinde barındırmaktadır. Türk medyasında son dönemde en çok tartışılan ve basın siyaset ilişkisinin yeni bir görünümü olarak değerlendirilen konuların başında yandaş medya kavramı gelmektedir. Yandaşlık bir anlamda temel basın meslek ilkelerinden biri olan tarafsızlığın ihlaline yapılan ve üslup olarak alaycı bir ifadeyi barındıran göndermelerle doludur.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü'ne göre yandaş kavramı, birinden yana olan veya bir düşünceye, bir isteğe katılan, onu destekleyen kimse, yanlı, taraflı, taraftar olarak ifade edilmektedir (www.tdk.gov.tr, 29 Mart 2014). Yandaş medya, medya siyaset ilişkisi çerçevesinde bir siyasal görüş, parti ya da hareketten yana tavır alan, o siyasal yapıyı destekleyen, iktidarda ise iktidarının devamını, muhalefette ise iktidar olmasını isteyen bu yöndeki girişimlere destek veren medya için kullanılmaktadır. Bu kavramın bugün güncel olarak kullanım anlamı ise; hükümete yakın duran, onun hizmet, icraat, faaliyet ve söylemlerini destekleyen yayın organlarıdır. Bu bağlamda düşünüldüğünde medyanın gücü elinde bulunduran siyasi yönelimlerle girdiği ilişkilerin yandaşlık kapsamında değerlendirildiği anlaşılmaktadır. Bu durum bir anlamda medyanın eleştirel kimliğinin kaybına ya da göz ardı edilmesine de işaret etmektedir.

Bu çalışma, geleneksel kitle iletişim araçları içerisinde yazılı basın üzerine yoğunlaşarak, yerel seçimlerin ulusal basındaki yansımalarını ortaya koyma amacı taşımaktadır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada öncelikle medya siyaset ilişkisi ve yerel seçim algısının kavramsal çerçeveleri betimlenmiş, ardından bu konu çerçevesinde gerçekleştirilen çalışma ve araştırmalar sentezlenerek bir bütün ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın araştırma kısmını oluşturan son bölümde ise, farklı okuyucu kitlesine ve farklı yayın politikalarına sahip ulusal yayın yapan Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazeteleri içerik analizi yöntemiyle çözümlenip yerel seçimler algısına ilişkin elde edilen sonuçlar karşılaştırmalı olarak değerlendirilmektedir.

Yerel seçimler üzerine odaklanan bu çalışma, gazetelerin haber içerikleri doğrultusunda Türk basınının seçim algısını ortaya koyma amacı taşımaktadır. Ana kütleyi temsil ettiği düşünülen Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazeteleri analiz edilerek yazılı basının ortaya koyduğu tutum haber detaylarıyla incelenmektedir. Bu çalışmada incelemeye alınan gazetelerin yalnızca birinci sayfaları göz önünde bulundurulmuştur.

### **YEREL SEÇİM OLGUSU**

Demokratikleşmenin ve insan haklarının uygulandığı en önemli basamaklardan biri olan yerel yönetimler, siyaseti belirlemede ve yerel demokraside önemli sorumluluklara sahiptir (Tanyıldızı ve Karatepe, 2011: 57). Bu kuruluşlar, bütün ülkelerde kamu yönetiminin vazgeçilmez unsurlarını meydana getirmektedir. Bir ülkedeki demokrasinin düzeyini, o ülkedeki yerel yönetimlerin gücü ve etkinliğine bakarak söylemek mümkündür. Yerel yönetimler, yerel hizmetlerde verimliliği ve etkinliği sağlamada vazgeçilmez kuruluşlardır (Eryılmaz, 2005: 121). Çünkü yerel yönetimler günlük yaşamın bugünü ve yarını için özel bir öneme sahip birçok kararın alındığı, uygulamanın yapıldığı, ülkelerin ekonomik, politik ve hukuksal yapıları içinde önemli yer tutmaktadır. Yerel yönetimler, halkın beklentilerine yönetimin daha çabuk cevap vermesini sağlamaktadır. Yerel demokrasi ise ulusal ölçekteki demokratik yönetimin temelini oluşturmaktadır. Batılı ülkeler, demokrasi anlayışlarının bir gereği olarak, temsili nitelikteki yerel kuruluşları ve yerel özerklik ilkesini geliştirirken; Doğu Avrupa ülkeleri de temsili halk komiteleri hiyerarşisi kurarak, pratiklerini geliştirmeye çalışmışlardır (Keleş, 2006: 54). Gerçek demokrasi ancak yerel malzemelerle ve aşağıdan yukarıya doğru, tabanın demokratik yönetime bağlılığına ve katılımına dayalı bir biçimde oluşturulması ve sürdürülmesi ile mümkündür (Yıldırım, 1993: 90).

Yerel seçimler, nasıl bir yerel demokrasi istendiğinin, insanların kendi kendini yönetme hakkının tescillendiği ve hangi somut politikaların hayata geçirilmesinin talep edildiğinin öncelikli ve detaylı bir şekilde vurgulandığı bir zemin olmalıdır. Bu sebeple halkın yerel yönetimlere nasıl katılacağı önemli bir konudur (Mutlu, 2009: 781). Fakat yerel seçimleri eleştiren bazı görüşlere göre, yerel yönetimler konusunda önemli niceliklere ulaşılmamasına rağmen, seçim ve temsil anlamındaki siyasal boyut, hep yönetsel olanın arkasında kalmıştır. Yerel seçimler, her dönemde ulusal seçimlerin gölgesindedir (Tanyıldızı ve Karatepe, 2011: 58). Seçmenin yerel seçimlerde çoğunlukla adaylara değil partilere göre oy vermesi de bu durumun açık bir göstergesidir. Bu bağlamda yerel seçimlerde, siyasi partilerin konumunun ve işlevlerinin önemli olduğu söylenebilir.

### **GÜNDEM BELİRLEME TEORİSİ**

Medya ve siyasetin etkileşimi Gündem Belirleme Teorisi çerçevesinde değerlendirilebilir. Gündem Belirleme Teorisi, medya ve siyaset kurumu arasındaki ilişkiyi bu kurumların gündemindeki konular çerçevesinde değerlendirerek, her iki kurumun birbirlerine olan etkisini belirlemeye çalışmaktadır. Bu model, medyanın haberleri sunuş yoluyla, halkın düşündüğü ve konuştuğu konuları belirlediği düşüncesine dayanır. Cohen'in ifadesiyle, medya çoğu zaman insanlara ne düşüneceklerini söylemede başarılı olmayabilir. Ancak, izleyicilerine ne hakkında düşünmeleri gerektiğini ifade etme konusunda başarılıdır (Terkan, 2007: 563).

Gündem Belirleme Kavramı ile tanımlanmak istenen şey, medyanın insanlar üzerindeki etkilerine yönelik bir açıklamadır. Medyanın insanlar üzerindeki etkilerinden söz edildiğinde artık, belli düzeylerden söz edilir olmuştur (Göker ve Doğan, 2011: 50). İlk düzey, farkında olma ya da farkına varma/vardırma düzeyidir. Ardından ikinci düzey olan bilgi edinme düzeyine geçilir. Üçüncü aşamada ise tutum geliştirme düzeyine ulaşılır. Dördüncü düzey ise davranış değişikliği düzeyidir. O halde iletişimin beş ayrı düzeyde tanımlanan etkileri arasında, gündem belirleme yaklaşımı, hangi düzeyi açıklamaktadır? McCombs ve Shaw bu sorunun yanıtını bilişsel düzey şeklinde özetlemektedir (Yüksel, 2007: 577). Gündem Belirleme Kuramı bu çerçevede bireylerin bir şeyi fark etme, bir şeye ilişkin haberlere ulaşma düzeyi olan ilk düzeyi açıklamaya çalışmaktadır.

Medyanın bir konuya verdiği sıklık derecesi, haberin uzunluğu, başlığın genişliği, konumu gibi unsurlar bir konunun ne kadar önemli olduğunun algılanmasına etki etmektedir (Martin, 1989: 52). Gündem oluşturma kitle iletişim araçlarının halk üzerinde etkili olmasının olası yollarından birisidir ve

medyanın haberleri sunuş yoluyla, halkın düşündüğü ve konuştuğu konuları belirlediği düşüncesine dayanmaktadır. Ne kişiler, ne de kanaat önderleri kitle iletişim araçlarının konular arasında seçme etkinliğini kontrol edebilirler. Örneğin, kamunun gündemine medya tarafından özellikle seçimlerden önce getirilen olumlu ya da olumsuz yayınlar kamunun kanaatlerini ve düşüncelerini etkiler. Kitle iletişim araçları dünyayı kişiler için inşa edebilme yeteneğine sahiptirler ve bu yönde çalışırlar. Yani medya kamuoyu için gündem hazırlar. Böylece kitle iletişim araçlarının öncelikleri halkın öncelikleri haline getirilmiş olur (McCombs ve Shaw, 1972: 187). Medya, kendi önceliklerini etkili bir şekilde sunarak halkın da bu öncelikleri benimseyerek, kendi öncelikleri gibi hissetmesini ve halkın gündeminde bu önceliklerin yer almasını sağlar.

Medyanın kamuoyu gündemini belirleme gücü seçim dönemlerinde artmaktadır. Seçim kampanyasının yapıldığı dönemler medya kuruluşları kadar seçmenler açısından da önemlidir. Seçim dönemlerinde seçmenler kendilerinin ve ülkenin geleceğine yönelik olarak bir karar vermek zorunda kalırlar. Bu kararın verilebilmesinde adaylar ve siyasi partilerle ilgili belli sayıda kaynaktan bilgi almaya yönelirler ve bilgi kaynaklarının başında medyanın verdiği haber, yorum ve eleştiriler gelir. Adaylar ve partilerle ilgili bilgileri alan seçmen medya kuruluşunun öncelik sırasına göre hangi olayın önemli olduğunu belirlemeye çalışır (Güz, 2005: 52). Medya bireye dayalı siyasal sistem ve olaylar hakkında bilgi verir ve toplumdaki diğer etki merkezlerinden kanaat için ipuçları iletir. Böylece kamuoyunun oluşumuna geniş ölçüde olanak sağlar. Özkan (2006: 15) medyanın istediği haberleri önemseyip büyütmede ve istediği haberleri de önemsizleştirmede olduğunu belirtmektedir.

Medya bu politikayı kamuoyunun yönlendirilmesinde ve etkilenmesinde sıkça kullanmaktadır. Medyanın, siyasal gündemin belirlenmesi sürecinde çok çeşitli roller üstlenebildiği de bir gerçektir. Medya, eş zamanlı olarak olaylar ve hikâyeler üretirken, olayları haberleştirerek aktif bir rol içine girebilmektedir. Mevcut enformasyonu toplama ve yeni enformasyon aktarmanın ötesinde, hangi konuların politik gündemin bir parçası olacağını belirlemeye çalışmakta ve diğer politik aktörlerin yapabileceği gibi, gündemleri etkileyerek politika sürecinde politik oyuncular haline gelebilmektedir (Terkan, 2007: 562). Günümüzde siyasal kampanyaların kişisel ilişkilerden çok kitle iletişim araçları yoluyla insanlara ulaştığı bilinmektedir. Bu durum, kitle iletişim araçlardaki enformasyonun pek çok politikacı ile tek buluşma noktası haline gelmesine neden olmaktadır. Haber sütunları ve köşe yazılarının içindeki vaatler, retorik ve oy verme kararını ortaya çıkaran enformasyonun bir bölümünü teşkil etmektedir (McCombs ve Shaw, 1972: 78).

McQuail ve Windahl (1997: 127) medya gündeminin siyasal gündem üzerinde, siyasal gündemin de medya gündemi üzerinde etkisinin bulunduğunu ifade etmektedir. Medya siyaset ilişkisinde medyanın siyaset üzerindeki etkisi çoğu zaman siyasetin medya üzerindeki etkisinden daha fazla olmaktadır. Medya, Meyer'in ifadesiyle (2002: 72) siyaseti sömürgeleştirmede ve siyaseti koşulsuz bir şekilde teslim almaktadır.

Medya bir konuyu sürekli gündeme getirerek siyasal gündemi etkileyebilmektedir. Siyasetçiler, medyanın kamu üzerindeki etkilerini göz ardı edemeyecekleri ve yapmış oldukları çalışmaların medyada yer almasını isteyeceklerinden dolayı, medya ile sıkı ilişkiler içerisine girmektedirler (Terkan, 2007: 566). Medya, siyasi iktidarın, meşruiyetini sağlamada, gücünü ve iktidarını onaylama ve sürdürme sürecinde de etkili olabilmektedir. Medya, bir siyasi partiye o partinin basın yayın organı gibi hizmet edebilir. O partinin sesini kamuoyuna duyurarak, sıklıkla destek verdikleri siyasi grubun belirli konulardaki temel görüş ve fikirlerine, partinin ideolojisi ve politikalarına uygun doğrultuda yayınlar yaparak, o parti lehine kamuoyu yaratmak yolunda önemli hizmetler yerine getirebilirler.

### **HABER OLGUSU**

En genel tanımıyla haber, kitle iletişim araçlarının bir ürünüdür. Haber, kitle iletişim araçlarının ortaya çıkmasını sağlayan bir özelliğe sahip olduğu gibi, günümüz kitle iletişim araçları için de haber vazgeçilmez bir unsur olarak belirmektedir (Taşdemir, Akdağ ve Balcı, 2003: 22). 19. yüzyıl başlarında sanayileşmenin kendini göstermesiyle birlikte haber olgusunun meta olarak önemi ve değeri artmıştır. Bu gelişmeyle birlikte gazetecilik alanında haber verme yönünden önemli değişiklikler yaşanmıştır.

Toplumsal yaşamda bilgi edinme açısından önemli bir rol üstlenen haber olgusunun evrensel olarak değerlendirilebilecek tek ve tam bir tanımını ortaya koymak oldukça zordur. Genel olarak yapılan haber tanımlarını şöyle sıralamak mümkündür: “olan her şey haberdur”, “dün bilmediğimiz haberdur”, “haber okuyucuların bilmek istedikleridir”, “insanların üzerinde konuştuğu haberdur” (Tokgöz, 2000: 127).

Bununla birlikte kitle iletişim teknolojilerinde görülen gelişmeler sonucunda doğal olarak haber kavramı da kendini yeniden tanımlama fırsatını yakalamıştır. Bu tanımları da sıralamak gerekirse, haber, toplumun bilgi ve ilgisini geliştirecek, dönüştürecek, gerçekliğin kurgusal olarak yayımlanacak medya organizasyonunun yapısına, teknolojisine ve ideolojisine göre yeniden kurgulanmasıdır (Rigel, 2000: 177). Daha çok eleştirel yaklaşım içinde değerlendirilen bu yaklaşıma göre haber, yeniden yapılandırılabilen bir süreçtir. Literatürde kendine yeni tanımlamalar bulan haber, insanların ilgisini çekecek, güncel olan bir olayın veya olgunun ebedileştirilmiş özetidir (Güz, 1997: 48). Bu açıdan da değerlendirmek gerekirse haber güncel, olağandışı, gayri doğal, insanların ilgisini çeken, sistematik olmayan olaylar, fikirler ve sorunlar şeklinde tanımlandırılır (McQuail, 1994: 214).

Başka bir araştırmacı ise haberi bize ne bilmek istediğimizi, neyi bilmeye ihtiyacımız olduğunu ve ne bilmemiz gerektiğini ifade eden bir yapı olarak sunmaktadır (Tuchman, 1978: 1). İnsan yaşamına bir bakış olarak haber, yapılan diğer tanımlamalarda olduğu gibi gerçekleri ve olayları belli bir bakış açısıyla resmetmektedir. Bu bakımdan haberde geçerli olan unsur, onun ne zaman vuku bulduğundan daha çok, önceden bilinmeyen bir olayın gün ışığına yeni çıkmış olması veya bilinen bir olayın bilinmeyen bir yönünün öğrenilmesi ve bu yeni bilginin toplumun ilgisini çekecek, öğrenilmesinde kamu yararı bulunan bir olay olmasıdır (Oktay, 2000: 392). Yapılan bütün bu tanımlamalardan hareketle şöyle genel bir tanım ortaya koymak mümkündür: haber, tamamen gerçek, ilginç ve önemli olayları anlaşılır ve kesin bir biçimde yer ve zaman belirterek nesnel bir şekilde biçimlendirmek ve kitle iletişim araçları vasıtasıyla hedef kitleye ulaştırma işidir.

Ortaya çıkan en önemli yeniliklerin başında ise, öznel olarak haber verme yerine nesnel olarak haber yayınlama ilkesinin benimsenmesidir (Tokgöz, 2000: 307). Basın meslek ilkeleri ve etik çerçevesinde ortaya çıkan en önemli ilke, gazetecinin bağımsızlığı, haberin kutsallığı ve bu bağlamda haberde objektifliktir. Haberde tarafsızlık, yansızlık ya da objektiflik gibi anlamdaş kavramlar mesleğin en temel profesyonel normları olarak belirtilmektedir; bu ölçütlere uyulmadığı takdirde haberin objektif değil, yanlı olacağı kabul edilmektedir. Haber kavramında çok önemli olan bir unsur ise nesnellik olgusudur. Bu süreç yalnızca haberin kaleme alınış aşamasında değil, aynı zamanda alıcıya/hedef kitleye aktarım şekli ve zamanı gibi pek çok faktörün belirlenmesinde de söz konusudur (Erdoğan ve Alemdar, 1990: 57). Bu bakımdan haberin kaleme alımı sırasında nesnellik ilkesine uyulup uyulmadığını anlamak için, haberin muhabir ya da bir başkasının müdahale edip etmediği, haberin olayı tüm yönlerini anlatıp anlatmadığı, haberin yazım biçimine ön yargıları dikkate alıp almadığı, eksik kalan bir yönün olup olmadığı ve haberin hedef kitleye aktarılmasından sonra kimin lehinde ya da aleyhinde olduğuna bakmak gerekir (Güz, 1997: 50).

## YÖNTEM

Türk basınında yerel seçim sürecinin nasıl yer aldığı sorusundan hareket eden bu çalışmada içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. İçerik analizine yönelik yapılan tanımlamaların en eskisi, bu yöntemin bilimsel olarak kullanılmaya başlanmasında yoğun katkıları olan Bernard Berelson tarafından yapılmıştır. Berelson içerik çözümlemesini, iletişimin açık içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlarını yapan bir araştırma tekniği olarak tanımlamaktadır (Aziz, 1994: 121). Gökçe ise, içerik çözümlemesinin yaşanan bilimsel gelişmelere en uygun tanımının Merten tarafından yapıldığını belirtmektedir. Merten'in söz konusu tanımına göre içerik çözümlemesi, sosyal gerçeğin belirgin içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin olmayan özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçekliği araştıran bir yöntemdir (Gökçe, 2001: 25). İletişim içeriğinin genellikle önceden belirlenmiş sınıflamalar çerçevesinde sistematik bir şekilde gerçekleşmesini sağlayan bir araştırma tekniği olan içerik çözümlemesi, metinsel, görsel ve işitsel her türlü içerik ve belgeyi değerlendirmeye uygun bir tekniktir (Geray, 2004: 133). Sahip olduğu bu özellik itibarıyla, sosyal bilim araştırmalarında tercih edilen bir gözlem yeteneğidir. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla önem

kazanan bu yöntem daha çok kitle iletişim araçlarının içerikleri ve mesajları ile ilgili araştırmalarda kullanılmaktadır (Aziz, 1994: 119). Bu kullanım pratikleri içinde özellikle haber metinleri üzerine yapılan çalışmalarda içerik çözümlemesi tekniği uygulanarak, haber metinlerindeki yanlışlık sergilenmeye çalışılmaktadır (İnal, 1995: 112).

İçerik çözümlemesi üzerine en kapsamlı tanım Krippendorff tarafından bilime kazandırılmıştır: İçerik çözümlemesi bir mesajın içindeki verilerden nesnellik, tarafsızlık, dizge, tekrarlanabilirlik ve sonuç olarak bilimsel çıkarımlar ortaya koyabilen bir araştırma tekniğidir. Bu tanımda dikkat çeken en önemli nokta ise, daha önce üzerinde durulmayan ve bilimsel çalışmalarda kullanılan herhangi bir yöntemin güvenilir olmasının beklendiğidir. Yani, aynı verilere dayanarak söz konusu araştırma başka yerde, başka koşullar altında, değişik kişiler tarafından yapıldığında aynı sonuçların alınmasının gerektiğidir (Aziz, 1994: 120). Bir bakıma İçerik çözümlemesi bilimsel bir nesnellik iddiasını ortaya koymak ister (Fiske, 1996: 177).

İçerik çözümlemesinin temel amacı ise Gökçe tarafından şu şekilde ifade edilmektedir: İçerik çözümlemesi yöntemi bir takım nicel ve nitel göstergelerden hareketle, içerikten elde edilen bilgilerin ötesinde bazı sonuçlara ulaşmayı amaçlamaktadır. Araştırmacı mantıksal bir biçimde tündengelem, eş deyişle çıkarım sayesinde, içeriklerde gözlenen sonuçlardan, yani metindeki göstergelerden hareketle, doğrudan gözlemlenemeyen etkenlere yorum getirmeye ilişkin bilgiler elde etmeye çalışır (2001: 19). Kısacası içerik analizi, çözümleyicilerin gönderilen mesajların içeriğinden ileti kaynağının amaçlı davranışının açık veya örtülü görünüşleriyle ilgili ayrıntılı çıkarımlar yapmak için teşhis aracı gibi kullandıkları bir araştırma yöntemidir (George, 2003: 10).

İçerik çözümlemesi yöntemi birçok aşamayı içerisinde barındırmaktadır. Bu aşamalar şu şekildedir (Bilgin, 2006: 11): Yöntem olarak içerik analizini tercih eden araştırmacı başlangıç olarak araştırma hedeflerini belirlemek durumundadır. İkinci aşama ise örneklemin oluşturulması sürecidir. Üçüncü aşamada, örneklemin bölüneceği birimler, maddeler ya da kayıt birimleri ve bunların içinde toplanacağı kategorilerdir. Son aşamada ise, birimlerin ve kategorilerin frekansları nicel olarak belirlendikten ve gerekirse kategoriler arası ilişkiler çözümlendikten sonra değerlendirmeler yapılır, çıkarsamalar ortaya konur ve yorumlama aşamasına geçilir.

İçerik çözümlemesinin bir başka tanımında ise, araştırma evrenini oluşturan metin yığınınından seçilen ve bütünü temsil etme niteliğine sahip bir örneklemin incelenmesi ve içeriğin önceden belirlenen değişkenlerden oluşan bir kategori sistemine göre sınıflandırılması (Hansen, 2003: 70) olarak ifade edilir.

Bu çalışma kapsamında incelenen gazetelerdeki haberlerin; konumu, sunumu, vesilesi, kaynağı, niteliği, yönelimi ve yanlışlığı ile değerlendirilmiş ve buna uygun olarak kodlanmıştır. Kodlama aşamasından sonra veriler SPSS 14.0 istatistik programına aktarılarak frekans analizleri yapılmıştır. Veri sağlamanın daha kolay olması ve içeriklere ulaşma anlamında sıkıntı yaşanmaması için kitle iletişim araçları içinde yalnızca yazılı basınla sınırlandırılmış olan çalışma, yerel seçimlerin dönem olarak 25 Mart - 4 Nisan 2014 tarih aralığını kapsamaktadır. Yerel seçimlerin gerçekleştirildiği gün olan 30 Mart günüyle birlikte beş gün öncesinden ve beş gün sonrasında olmak üzere toplamda onbir gün süreyle örneklem içerisine dahil edilen basın kuruluşlarında yer alan haberler analiz edilerek ve tablolaştırılarak ulusal basında seçim algısı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinin ilk sayfalarında yer alan haberler ve bu haberlerin devamı niteliği taşıyan iç sayfalardaki haber, bilgi ve detaylar, konum, sunum, nitelik, kaynak, tarafsızlık, yorum, eksik yön, önyargı ve sonuç açısından inceleme altına alınmış, yayın politikaları doğrultusunda yerel seçimlerin yer alışı ve yorumlanışı karşılaştırmalı olarak ortaya konulmuştur.

Çalışmanın temel varsayımı, yerel seçimlerin toplumsal yaşamda ne kadar gündem yaptığı ve insanlık yaşamını ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasi olarak ne kadar etkilediği ve bütün bunların ulusal basında nasıl yansıdığıdır. Kamuoyu oluşturma ve haber verme fonksiyonu üstlenen yazılı basın, siyasi rekabet ortamında geçen yerel seçimlerin siyasi bir kazanç elde etme çabaları olarak ön plana çıkarmaktadır.

Bu haberlerde McCoombs ve Shaw'ın ifade ettiği gibi, kitle iletişim araçları toplum nezdinde ortaya çıkan konu veya olaylardan bazılarını seçerek ağırlık vermekte, izleyici için taşıdığı görece önemi vurgulamaktadır. Kitle iletişim araçları bu açıdan topluma ne düşünmesi gerektiğini anlatmak şeklinde değil, ne hakkında düşünmesi gerektiğini anlatmak biçiminde ortaya çıkmaktadır (1972: 177). Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının bakış açısının görülmesi ve ortaya çıkarılması bu araçları tercih edenlerin ne hakkında düşünmesi gerektiğini ortaya koyacağından, yapılan içerik analiziyle yerel seçimlerin ele alındığı dönemde yazılı basında kitle iletişim araçlarının konuya bakış ve yaklaşımlarıyla birlikte seçmen üzerinde oluşturdukları tercih etme noktasını etkileme çabalarını ortaya koymaya çalışmaktadır.

Bu metodun diğer çözümleme araçlarına göre önemli bir avantajı ise, maliyetinin düşük düzeylerde olması, materyal sağlamadaki kolaylığı, sıkıntı yaşanmaması, sayılabilir bilgilere dayalı olması ve şu anda varolan veya geçmiş olaylar ya da her ikisiyle ilgisi bakımından bir takım avantajlara sahip olmasıdır (Berger, 1996: 104). İçerik çözümlemesi sıralanan önemli avantajlarının yanı sıra farklı amaçlar için de kullanılabilir. Bunlar:

- Farklılık, değişim ve önemi ortaya çıkarmak,
- Propaganda yöntemleri ve tekniklerini ortaya koymak,
- Toplumun yönelimlerini tespit etmek ve iletişimin anlamını vurgulamak,
- İletişimin farklı biçimlerini, modellerini ve çeşitlerini karşılaştırmak,
- Okunabilirliği ölçmek (Hzsia, 1988: 322, aktaran, Yılmaz ve Uzoğlu, 1998: 179) .

Sıralanan bu yararlılıklarının yanı sıra haber metinleri üzerinde uygulanan içerik çözümlemesinin temel amacı, tarafsızlık olgusunu ortaya çıkararak gazetecileri, nesnel haber yazmaya davet etmek, böylece çoğulcu demokrasilerde basına atfedilen konumu pekiştirmektir (İnal, 1995: 112).

Çalışmada, 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri öncesi ve sonrası yazılı basında yer alan ilgili haberlerin sunuluş şekli, basının siyasal tutumu ve siyasal partilere yaklaşımının belirlenmesi amaçlanmaktadır. Özellikle yazılı basının siyasal partilere yönelik tutumu doğrultusunda tarafsızlık ve yorumlama üzerinde daha fazla durulması gerekmektedir. Aynı zamanda analiz boyunca kullanılacak ölçütlerin açıklımı şöyledir (McQuail, 1994: 191-218):

- *Haber dağılımı*: gazetelerdeki toplam haber sayısı (bkz. *Tablo 1*),
- *Haberde tarih*: haberlerin yayınlanma tarihleri (bkz. *Tablo 2*),
- *Haberin konumu*: sayfa içerisindeki yeri (bkz. *Tablo 3*),
- *Haberin sunumu*: yazı, fotoğraf, karikatür, grafik veya tablo şeklinde verilip verilmediği (bkz. *Tablo 4*),
- *Haberin kaynağı*: seçim döneminde yayınlanan haberlerin analiziyle habere esas teşkil eden bilgilerin kimden, nerelerden ve neye dayandırılarak elde edildiği (bkz. *Tablo 5*),
- *Haberin niteliği*: haberin hangi şekilde aktarıldığının, iddia, bilgilendirme, açıklama özelliklerini taşıyıp taşımadığı (bkz. *Tablo 6*),
- *Haberde tarafsızlık*: haber okunduğunda neden ya da kimden yana olup olmadığı (bkz. *Tablo 7*),
- *Haberde yorum*: haberi yazan kişinin kişisel görüşlerini katıp katmadığı (bkz. *Tablo 8*),
- *Haberde eksik yön*: habere esas teşkil eden olayın bütün yönlerinin ele alınıp alınmadığı (bkz. *Tablo 9*),
- *Haberde ön yargı*: haberi yazanın olaya belirli bir amaç doğrultusunda ve sabit fikirle yaklaşıp yaklaşmadığı (bkz. *Tablo 10*),
- *Haberde sonuç*: habere konu olan olayın gerçekte ilişkisinin ne düzeyde olduğunun tespiti (bkz. *Tablo 11*).

## AMAÇ VE VARSAYIM

Araştırmanın evrenini ulusal yazılı basını oluşturmaktadır. Ancak bu evren içerisinde amaçlı örneklem esasına göre Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazeteleri örneklem olarak alınmıştır. Amaçlı

örneklem, örnekleme seçilen kişilerin ya da objelerin araştırmacının amaçlarına en uygun yanıt verebilecek birey ve objeler arasından seçilmesidir (Aziz, 1986: 55). Bu sebeple araştırmacının temel amaçları çerçevesinde gazeteler tirajlarına ve genel yayın politikalarına göre belirlenmiştir. Hürriyet ve Sabah gazetelerinin tiraj sıralamasında en üst sıralarda olduğu bilinmektedir. Bunun dışında kalan Yeni Şafak ve Sözcü gazeteleri ise özellikle yayın politikası ve siyasal eğilimleri nedeniyle araştırmada incelemeye alınmıştır.

Gazetelerin seçiminde Hürriyet ve Sabah açısından merkezde yer alma ve tiraj yüksekliği esas alınırken; merkezden sola doğru bir çizgiyi temsil eden Sözcü ve aynı şekilde merkezden sağa doğru bir çizgiyi, daha da özel bir ifadeyle muhafazakar/tutucu kesimi temsil eden Yeni Şafak gazeteleri araştırmaya dahil edilerek çözümlene açısından bir denge oluşturulmaya çalışılmıştır. İncelemede merkezi temsilen Hürriyet ve Sabah gazeteleri ele alınmıştır. Bunun nedenlerinden bir başkası Türkiye’de varolan farklı medya tekellerinden her birine ait olmaları da tercih sebebidir.

Yazılı basının kendi görüşleri ışığında gerçekleştirdiği yayınlarla seçim sonuçlarına etki etme çabası içinde olup olmadığının test edildiği bu çalışmada, 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri döneminde yazılı basının kamuoyu araştırması sonuçlarına göre önde gözüken Adalet ve Kalkınma Partisi ile Cumhuriyet Halk Partisi’ne karşı tavır ve tutumları araştırmacının başlıca problemini oluşturmaktadır. Aynı zamanda insanların kendi düşüncelerine ve düşünce tarzlarına en uygun düşecek siyasal gazeteleri satın alma eğiliminde olduklarını söylemek gerekir (Duverger, 2002: 100). Her gazetenin haber metinlerine yansıyan yayın politikalarını süzmek gazetenin kamuoyunu etkilemekte taşıdığı amacı aydınlatmada bir takım yararlı bilgiler sağlayacaktır. İşte söz konusu çalışmanın amacı bu anlayışı ortaya koymaktır.

İçerik çözümlemesinin söz konusu bu mevcut olanaklarından faydalanarak değerlendirmelerde bulunmaya ve isabetli sonuçlar elde etmeye yönelik çalışma, insanların siyasal ve özellikle demokratik bir hakkı olan seçme özgürlüğüne dayalı yerel seçimlerin ulusal basındaki algısını ortaya koyma amacı taşımaktadır.

Tüm bu sorulara en sağlıklı yanıtları bulma noktasında, örnekleme yöntemi olarak rastlantısal olmayan yargısal örnekleme yöntemi uygulanmaya çalışılmaktadır. Yargısal örnekleme, ana kitleyi temsil edeceği varsayımı ile hareket eden bir örneklemedir. Yeterince deneyimli ve alanında uzman kişilerin bakış açısıyla hangi örneklerin ana kitleyi temsil edebileceği belirlenir (İslamoğlu, 2011: 174).

Amaca bağlı örnekleme olarak da adlandırılan yargısal örneklemede elde edilen bilgilere göre ana kitleyi en iyi temsil edeceğine karar verilen ya da inanılan bir alt grup örnek olarak alınır (Seyitoğlu, 2000: 42). Çalışmada, örneklem olarak ele alınan Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinin hitap ettikleri kitleleri en iyi şekilde ifade edeceği varsayılmaktadır. Özellikle bir alt grup olarak benimsedikleri yayın politikaları ve bu politikalar arasındaki farklılık çok farklı kesimlerin temsil yeteneğini beraberinde getirdiğinden, yerel seçimlerle ilgili oluşan durumu ve algıyı yansıtmaya adına adı geçen gazetelerin seçimlerinin ana kitleyi temsil edeceği düşünülmektedir.

Bu amaca yönelik olarak aşağıda belirtilen sorulara yanıt aranmaya çalışılacaktır:

- Yerel seçimler ulusal basında nasıl yer almaktadır?
- Basının kamuoyu oluşturma fonksiyonu doğrultusunda 30 Mart seçimleri öncesi ve sonrası siyasal partilere yaklaşımı nedir?
- Yerel seçim süreci ve bu sürecin getirdiği tartışma konuları ulusal basın için ne kadar önemlidir? Gündemdeki önem sıralaması nasıl ortaya konmaktadır?
- Yerel seçime ilişkin konular haberlerde en çok hangi nitelikte işlenmektedir?
- Yazılı basın genel yayın politikası doğrultusunda hangi partilere olumlu, hangi partilere olumsuz yaklaşmaktadır?
- Haberlerde en çok hangi kurum ve kişiler kaynak olarak kullanılmış ve anılmıştır?
- Haberlerin yerel seçimlerin içeriğini yansıtmadaki kapsayıcılığı nedir?
- Haberlerin yerel seçimlere ve ele aldığı konuya karşı yanlılığı var mıdır?



- Haberlerde en çok hangi siyasi parti ön plana çıkmaktadır?
- Örnekleme dahil edilen gazetelerde, seçim öncesi ve sonrası dönemde hangi konular ya da sorunlar ön plana çıkarılmaktadır?
- Elde edilen sonuçlar basın meslek ilkeleri özellikle son yıllarda önemli bir tartışma konusu olan “yandaş medya” ve “tarafsızlık” kavramları ekseninde nasıl değerlendirmek gerekir?

30 Mart Yerel Seçimleri öncesi siyaset-basın ilişkisi incelenerek ortaya konması bakımından da önem taşıyan bu çalışmada aşağıdaki sıralanan varsayımlardan hareket edilecektir:

- Yapılan kamuoyu araştırmalarına göre birinci sırada olan partiye yönelik yayınlar, özellikle parti bağımlılığı zayıf ve kararsız seçmenleri etkilemede önemli olabilmektedir.
- Çağımızda seçim sürecinde habercilik anlayışı, bir tür yarış niteliğine bürünmekte ve basın bütün enerjisini hangi partinin kazanacağı üzerinde odaklanmaktadır.
- Yazılı basın kendini nesnellik/tarafsızlık ilkesine koşut konumlandırmaktadır ve genel yayın politikasını menfaatine göre belirleyerek haberlerini tekrar şekillendirmektedir.

Genel olarak bu çalışma yazılı basının Adalet ve Kalkınma Partisi ile Cumhuriyet Halk Partisi’ne karşı yaklaşımı ve siyasal tutumu ile sınırlandırılmıştır. Kamuoyu araştırma sonuçları da bu iki partiyi önde gösterdiğinden, basının ilgisini bu partilere yöneltmesi ve söz konusu partilere yönelik haberlerin sıkça ve birinci sayfadan yayınlanması dikkat çekmektedir.

Araştırmada, belirtilen amaçlar doğrultusunda gazetelerin yalnızca birinci sayfaları incelemeye alınmış ve kodlama cetvelinde bu şekilde değerlendirilmiştir. Yine çalışma gazetelerin ilk sayfasında çıkan haberler ve bu haberlerin devamı olan sayfalarla sınırlı tutulmuştur. Çünkü gazetelerin ilk sayfaları vitrin sayfaları olarak kabul edilmektedir. Bu bağlamda gazete yönetimleri gazetenin içeriği ile ilgili önemli konuları ilk sayfada vererek okuyucuların dikkatini çekmeye çalışmaktadır. Ayrıca okuyucu gazeteyi eline aldığı anda ilk sayfayı görmekte ve buradaki haber başlıklarını okumaktadır. Dikkatinin yoğunluğuna göre haberinin içeriği ile ilgilenmektedir (Güz, 1996: 989; İnal, 1996: 102). Hal böyle olunca ülkenin geleceğini etkileyecek önemdeki erken seçim haberlerinin ilk sayfada manşetten verilmesi ve okuyucunun dikkatini çekecek önemde olması olağandır.

## BULGULAR VE ANALİZ

Gazetelerin taranması sonucunda elde edilen veriler tablolara aktarılmış ve gerekli yorumlar yapılmıştır.

Gazeteler	f	%
Hürriyet	14	24.14
Sabah	15	25.86
Yeni Şafak	17	29.31
Sözcü	12	20.69
<b>Toplam</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

**Tablo 1:** Haber Dağılımı

30 Mart 2014 Yerel Seçimleri’nde örneklem olarak belirlenen gazetelerde yayınlanan toplam haber sayısı Tablo 1’de yer almaktadır. Elde edilen verilere göre seçim sürecinde belirlenen çerçeve dahilinde en çok haberi 17 haber ile Yeni Şafak gazetesi yayınlamıştır. Hürriyet gazetesi 14, Sabah gazetesi 15 ve Sözcü gazetesi ise 12 haber yayınlamıştır. Bu tablo seçim süreci ile ilgili olarak gazetelerde yer alan haberlerin niceliksel olarak yoğunluğu gündemin gazeteler tarafından hangi düzeyde önemsendiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Yeni Şafak ve Sabah gazetelerinin seçim haberlerine daha çok yer vererek süreci diğer gazetelere göre daha çok gündeme almıştır.

Tarih	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
25 Mart	2	14.29	1	6.67	2	11.76	1	8.33	6	10.34
26 Mart	1	7.14	1	6.67	1	5.88	1	8.33	4	6.90
27 Mart	0	0	2	13.33	1	5.88	0	0	3	5.17
28 Mart	1	7.14	1	6.67	1	5.88	0	0	3	5.17
29 Mart	0	0	1	6.67	1	5.88	0	0	2	3.45
30 Mart	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
31 Mart	2	14.29	2	13.33	3	17.65	1	8.33	8	13.79
1 Nisan	3	21.43	3	20.00	3	17.65	3	25.00	12	20.69
2 Nisan	2	14.29	2	13.33	2	11.76	2	16.67	8	13.79
3 Nisan	2	14.29	1	6.67	2	11.76	3	25.00	8	13.79
4 Nisan	1	7.14	1	6.67	1	5.88	1	8.33	4	6.90
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Tablo 2: Haberde Tarih

Araştırma kapsamında örneklem olarak belirlenen Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinin 25 Mart- 4 Nisan 2014 tarihleri arasındaki nüshaları incelenmiştir. Tablo 2’de gazetelere göre 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri haberlerinin yayınlandığı tarihler yer almaktadır. Hürriyet gazetesinin 27 ve 29 Mart tarihlerinde birinci sayfada seçim haberlerine yer vermediği görülmektedir. Gündemin merkezinde seçimlerin olduğu bir dönemde Hürriyet gazetesinin iki gün seçim haberleri vermemesi dikkat çeken bir durumdur. Sözcü gazetesinin de 27-28-29 Mart tarihlerinde birinci sayfadan seçim haberi vermediği görülmektedir. Bununla birlikte 30 Mart tarihinde seçim yasaklarının uygulanmasından dolayı inceleme nesnesi olan bütün gazetelerde seçim haberlerine rastlanmamıştır.

Haberin Konumu	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Sürmanşet	0	0	2	13.33	2	11.76	0	0	4	6.90
Manşet	1	7.14	4	26.67	6	35.29	5	41.67	16	27.59
Diğer	13	92.86	9	60.00	9	52.94	7	58.33	38	65.52
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Tablo 3: Haber Konumu

Seçim haberlerinin gazetelerin birinci sayfalarının hangi konumunda yayınlandığı Tablo 3’te yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri yayınladığı haberler içerisinde sürmanşette yer alan haber sayısı 2 adettir. Bununla birlikte Hürriyet ve Sözcü gazeteleri ise sürmanşetten seçim haberi yayınlamadığı görülmüştür. Seçim haberlerinin manşetten verilmesi ise Hürriyet gazetesi dışındakiler birbirine yakın oranlardadır. Manşetten seçim haberi Hürriyet gazetesinde 1, Sabah gazetesinde 4, Yeni Şafak gazetesinde 6 ve Sözcü gazetesinde ise 5 adet olduğu görülmektedir. Sürmanşet ve manşet haberlerin dışında birinci sayfadan verilen haberlerin genellikle manşet altı veya manşet kenarında verildiği görülmektedir. Bu bağlamda incelenen gazetelerin tamamının seçim haberlerinin çoğunluğunu manşet altında verdiği tespit edilmiştir. Hürriyet 13, Sabah 9, Yeni Şafak 9 ve Sözcü ise 7 adet olduğu tespit edilmiştir. Sürmanşet ve manşetin dikkat çekme açısından en önemli konumlar olduğu dikkate alınır seçim haberlerini en önemli gündem maddesi

halinde düşünen gazetenin Yeni Şafak olduğu, bunun yanında Sabah gazetesinin de bu anlamda önemli bir oran teşkil ettiği elde edilen verilere dayanarak ifade edilebilir.

Haberin Sunumu	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Yazı	1	7.14	1	6.67	0	0	0	0	2	3.45
Yazı+Foto	13	92.86	14	93.33	14	82.35	11	91.67	52	89.66
Yazı+Foto+Grafik	0	0	0	0	2	11.76	1	8.33	3	5.17
Yazı+Grafik	0	0	0	0	1	5.88	0	0	1	1.72
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

**Tablo 4:** Haberin Sunumu

Haberin değerini ve vuruculuğunu gösteren en önemli unsurlardan biri de haber metninin yanında habere ilişkin görsellerin de kullanılmasıdır. Bu durum haberlerde yazı, yazı-fotoğraf, yazı-fotoğraf-grafik ve yazı-grafik ölçütlerinden hareketle tespit edilmeye çalışılmıştır. Gazetelere göre haberin sunumunu gösteren Tablo 4’de görüldüğü gibi gazetelerin tamamının genel eğiliminin olmadığı görülmüştür. Sözcü gazetesinin birinci sayfada haberleri en fazla yazı-fotoğraf şeklinde tasarladığı görülmüştür. Diğer üç gazetesinde hemen hemen birbirleriyle aynı oranda yazı-fotoğraf şeklini kullandığını söylemek mümkündür. Hürriyet ve Sabah gazeteleri bütün haberlerde yalnızca yazı ve yazı-fotoğraf şeklini kullanmıştır. Yeni Şafak gazetesi de yazı dışında diğer üç şekilde de haberlerini birinci sayfasına taşımıştır.

Haberin Kaynağı	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Var	13	92.86	13	86.67	13	76.47	8	66.67	47	81.03
Yok	1	7.14	2	13.33	4	23.53	4	33.33	11	18.97
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

**Tablo 5:** Haberin Kaynağı

Gazetelere göre yayımlanan haberlerin kaynaklarının yer aldığı Tablo 5’de de görüldüğü gibi gazetelerin Yerel Seçimler haberlerinde birbirine yakın bir oranın ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Hürriyet, Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri yayınladığı bütün haberlerinde 13 kaynak unsurunu açıkça gözler önüne sererken, Sözcü ise 8 kaynak ile bu oranın daha altında kalmıştır.

Haberin Niteliği	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Açıklama	5	35.71	2	13.33	2	11.76	2	16.67	11	18.97
Beklenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bilgilendirme	7	50.00	5	33.33	6	35.29	2	16.67	20	34.48
Cevap	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Destek	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Eleştiri	0	0	2	13.33	1	5.88	0	0	3	5.17
İddia	2	14.29	3	20.00	3	17.65	7	58.33	15	25.86
Korku	0	0	1	6.67	0	0	0	0	1	1.72
Ret	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vaat	0	0	1	6.67	0	0	0	0	1	1.72
Yorum	0	0	1	6.67	5	29.41	1	8.33	7	12.07
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

**Tablo 6:** Haberin Niteliği

Gazetelere göre yayınlanan haberlerin nitelikleri Tablo 6'da yer almaktadır. Buna göre açıklama, bilgilendirme ve iddia niteliğindeki haberlerin gazetelerin tamamında kullanıldığı dikkat çekmektedir. Özellikle seçim sürecinde siyasi parti liderlerinin diğer parti liderleri aleyhine iddiaları ve seçmeni bilgilendirme söylemleri haberleştirilerek gündeme taşınmıştır. Böylelikle siyasal gündem içerisinde yer alan karşılıklı polemikler, seçim haberleri niteliğinde sunulmuştur. Seçim sürecinde bilgilendirici ve açıklayıcı ifadeler en fazla ön plana çıkan niteliklerdir. Cevap, beklenti, destek ve ret gibi niteliklere haberlerde rastlanmamıştır.

Haberde Tarafılık	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Var	1	7.14	13	86.67	13	76.47	8	66.67	35	60.34
Yok	13	92.86	2	13.33	4	23.53	4	33.33	23	39.66
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

**Tablo 7:** Haberde Tarafılık

Yerel Seçimler'de gazetelerin haberlerinde tarafılık olgusunun hangi yönde olduğunu Tablo 7'de yer almaktadır. 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri'nde Hürriyet gazetesinde toplam 14 haber yayınlanmıştır. Yayınlanan bu haberlerden AKP lehine veya aleyhine haber yapılmazken, CHP lehine 1 ve tarafsız olarak 13 haber mevcuttur. "Kaset siyaseti kaybetti" manşetiyle Hürriyet gazetesi tarafılığını ortaya koyduğu görülmektedir. Sabah gazetesinde toplam 15 haber yayınlanmıştır. Bu haberlerin AKP lehine 9 haber yapılırken, CHP aleyhine ise 4 haber ve tarafsız olarak 2 haber yapılmıştır. "Sarigül okul bastı", "CHP'ye zaman ayarlı servis" ve "Kesin, büyük, kararlı zafer" sürmanşet haberleriyle Sabah gazetesinin tarafılığı görülmektedir. Yeni Şafak gazetesinde toplam 17 haberin AKP lehine 13 iken, 4 haber ise tarafsız olarak yapılmıştır. Yeni Şafak gazetesi "Ya kasetler ya da millet" haberi ve "Pensilvanya'ya sor o iyi bilir" manşeti ile AKP lehine haberlerinden bazılarıdır. Son olarak Sözcü gazetesinde 12 haberin 8'i AKP aleyhine iken geriye kalan 4 haberde ise tarafsız kalınmıştır. Sözcü gazetesinde ise, "AKP'nin miting tarifesini" ve "Bakan geldi sonuç değişti" haberleri ve "Sandığı da kirlittiler" manşet haberi ile CHP taraftarlığını ortaya koyduğu görülmektedir.

Haberde Yorum	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Var	0	0	9	60.00	11	64.71	8	66.67	28	48.28
Yok	14	100	6	40.00	6	35.29	4	33.33	30	51.72
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

**Tablo 8:** Haberde Yorum

30 Mart 2014 Yerel Seçimleri'nde Hürriyet gazetesinde toplam 14 haber yayınlanmıştır. Bu haberlerden hiçbirinde yorum yapılmadığı tespit edilmiştir. Sabah gazetesinde yapılan toplam 15 haberin 9'unda yorum yapılırken 6'sında ise yoruma rastlanmamıştır. Yerel Seçimler döneminde 17 haber ile en fazla haber yapan Yeni Şafak gazetesinde ise bu haberlerin 11'inde yorum yapılırken 6'sında yoruma rastlanmamıştır. Sözcü gazetesinde yapılan 12 haberin 8'inde yoruma yaklaşılrken 4'ünde ise yorum olmadığı görülmüştür.

Haberde Eksik yön	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Var	6	42.86	11	73.33	12	70.59	10	83.33	39	67.24
Yok	8	57.14	4	26.67	5	29.41	2	16.67	19	32.76
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

**Tablo 9:** Haberde Eksik yön

Seçim döneminde haber yapan Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinin yapmış olduğu haberlerin büyük bir bölümünde habere muhatap olan taraflara söz hakkı veya açıklama yapma fırsatı tanınmadığından dolayı yayınlanan haberlerde eksik yön görülmektedir. Hürriyet gazetesinin yaptığı toplam 14 haberin 6'sında, Sabah gazetesinin yaptığı toplam 15 haberin 11'inde, Yeni Şafak gazetesinin yaptığı toplam 17 haberin 12'sinde ve son olarak Sözcü gazetesinin yapmış olduğu 12 haberin 10'nunda eksik yön tespit edilmiştir.

Haberde Önyargı	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Var	1	7.14	12	80.00	11	64.71	8	66.67	32	55.17
Yok	13	92.86	3	20.00	6	35.29	4	33.33	26	44.83
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Tablo 10: Haberde Önyargı

Yerel seçimler döneminde örneklem olarak seçilen ulusal yazılı basından gazetelerin yayınlamış olduğu haberlerin önyargılı ve objektif olmaları arasında ortalama olarak bir yaklaşıklık görülmektedir. Haberlerin tamamına genel bir değerlendirme yapıldığında 32 haberde önyargılı bir yaklaşım var iken, 26 haberde ise önyargısız bir konumda kalılabildiği görülmektedir.

Haberde Sonuç	Gazeteler								Toplam	
	Hürriyet		Sabah		Yeni Şafak		Sözcü			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Var	14	100.00	11	73.33	10	58.82	10	83.33	45	77.59
Yok	0	0	4	26.67	7	41.18	2	16.67	13	22.41
<b>Toplam</b>	<b>14</b>	<b>100</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>	<b>12</b>	<b>100</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Tablo 11: Haberde Sonuç

Bu çalışmada örneklem olarak seçilen gazetelerin yayınlamış olduğu toplam 58 haberin 45'inde bir sonuca varılıp ve okuyucuya ve/veya hedef kitleye bir mesaj sunulurken, 13 haberde ise herhangi bir sonuca ulaşılp mesaj verilememiştir.

### SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri'nde ulusal yazılı basın organlarının siyasi partilere yaklaşımı doğrultusunda Hürriyet, Sabah, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinin Adalet ve Kalkınma Partisi'ne Cumhuriyet Halk Partisi'ne yaklaşımları ve bu siyasi partilerle ilgili ortaya koymuş oldukları haberler incelenerek tespit edilmiştir. 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri'nde ulusal yazılı basının Adalet ve Kalkınma Partisi ve Cumhuriyet Halk Partisi örneğinde yapılan bu çalışmada tarafsızlık ilkesi doğrultusunda yayın yapmadığı görülmüştür. Özellikle Hürriyet gazetesi haberlerinde somut bir taraflılık eğilimi hissedilmezken, Sözcü gazetesi genel yayın politikalarından dolayı iktidar karşıtı ve yanlı haberler yapmış, Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri ise yayınlarında tamamen iktidarı destekleyen yayınlar yaparak basının meslek ve etik ilkelerini ihlal ederek tarafsızlık ilkesini ön planda tutmadıkları tespit edilmiştir. Demokratik toplumlarda bireyin seçme ve seçilme haklarının en fazla işlenmesi gereken seçim dönemlerinde basın unsurlarının tarafsızlık ilkesine bağlı kalarak yayın yapmaları, demokrasi olgusunun işlenmesi ve toplumsal yaşamın menfaatine olan en temel dayanaklardan biridir. Basın, seçmenin vereceği kararı etkileme yönünde davranmaktan ziyade, insanları doğru ve tarafsız bir şekilde bilgilendirme ve haber verme görevlerini yerine getirmeye çalışmalıdır.

İçerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilen bu çalışmanın sonunda elde edilen bulgulara göre, yerel seçimler sürecinin tarafsız ve/veya nesnel bir şekilde sunulduğunu söylemek mümkün değildir. Bu sebeple basının ortaya koyduğu yaklaşımların her birinin, diğer basın unsuruna göre medyanın imajını olumsuz bir algıya dönüştürme gayreti olarak değerlendirmem gerekmektedir.

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda belirlenen değişkenlerin belirlenen gazetelere göre farklılık göstermesi her gazetenin kendine özgü bir yayın anlayışı olduğunu ve siyasi gündem ile yerel seçim sürecinin buna uygun bir şekilde sunulduğunu göstermektedir. Örneğin yerel seçime dair yayınlanan haberlerin niceliksel olarak farklılık göstermesi bu seçimlere yüklenen önem ve anlamın çok farklılıklar gösterdiğini görmek mümkündür. Bu anlayış farklılıklarını şöyle değerlendirmek mümkündür: Yeni Şafak ve Sabah gazetelerinin Hürriyet ve Sözcü gazetelerine oranla yerel seçimler haberlerine daha fazla yer vermesi bu gazetelerin bu seçimleri ve bu bağlamda gelişen gündemi daha fazla önemseydiğini ortaya koymaktadır. Bu yönelim bir taraflılık olarak değerlendirilebileceği gibi diğer gazetelerin bu gündeme ilişkin daha az haber yapması da bir taraflılık olarak değerlendirilebilir. Taraflılık düşüncesini destekleyen birçok bulgu elde edilmiştir. Örneğin gazetelerin yerel seçimlerle ilgili seçim öncesi ve seçim sonrası pozisyonlarından hangisini hangi sıklıkla haber konusu yaptığı belirtilebilir. Hangi gazetenin hangi kaynaktan gelen söylem ve olayları haberleştirdiği bir başka örnek olarak verilebilir. Bu açıdan bakıldığında ve gazetelerin gündemi olduğu gibi yansıtamayacağı da dikkate alındığında yaptıkları tercihler belirleyici olmaktadır.

### KAYNAKLAR

- Aziz, A. (1986). Kitleleşme İletişiminde İçerik Çözümlemesi. Ankara Üniversitesi B.Y.Y.O. Yıllık, Sayı: VIII, Ankara, ss.: 39-55.
- Aziz, A. (1994). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri. Ankara: Nobel Yayınları.
- Berger, A. A. (1996). Kitle İletişiminde Çözümleme Yöntemleri. Eskişehir: Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi, Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Duverger, M. (2002). Sosyal Bilimlere Giriş. Çev.: Ünsal Oskay, İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- Erdoğan, İ. and Alemdar, K. (1990). İletişim ve Toplum. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Eyüboğlu, E. (1999). İletişim-Siyaset-İktidar-Medya, Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar. Der: Korkmaz Alemdar, İstanbul: Afa Yayıncılık, 43-55.
- Fiske, J. (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş. Çev.: Süleyman İrvan, Ankara: Ark Bilim ve Sanat Yayınları.
- George, A. L. (2003). İçerik Çözümlemesinde Nicel ve Nitel Yaklaşımlar İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi. Der: Murat S. Çebi, Ankara: Alternatif Yayınları.
- Geray, H. (2004). Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gökçe, O. (2001). İçerik Çözümlemesi, Teori-Metod-Uygulama. Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Göker, G. and Doğan, A. (2011). 2010 Referandumunda Türk Basınının Siyasal Gündemi. Gümüşhane Üniversitesi, İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Eylül, Sayı: 2, ss.: 45-69.
- Güz, N. (1996). Türk Basınında Gündem Oluşturma. Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel Sayısı, Sayı: 2, ss.: 982-997.
- Güz, N. (1997). Türk Basınında Kamuoyu Araştırmalarının Yönlendirme Aracı Olarak Kullanılması. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi. Sayı: 1, ss.:45-73.
- Güz, N. (2005). Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Hansen, A. (2003). İçerik Çözümlemesi İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi. Der: Murat Sadullah Çebi, Ankara: Alternatif Yayınları.
- Hürriyet Gazetesi. 25 Mart - 4 Nisan 2014 Sayıları.
- İnal, M. A. (1995). Yazılı Basın Haberlerinde Yapısal Yanlılık Sorunu. Toplum ve Bilim Dergisi, Sayı: 67, ss.: 111-135.
- İnal, M. A. (1996). Haberi Okumak. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İslamoğlu, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. İstanbul: Beta Yayınları.
- Keleş, R. (2006). Yerinden Yönetim ve Siyaset. İstanbul: Cem Yayınları.
- Martin, L. J. (1989). Developments in Political Communication Theory on Mass Media Potential. Agee, Warren K. etc. (Ed.), Maincurrents in Mass Communications, New York: Harperow Publisher, 48-56.
- Meyer, T. (2002). Medya Demokrasisi: Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir?. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

- Mccombs, M. and Shaw, D. (1972). The Agenda Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- Mcquail, D. (1994). *Kitle İletişim Kuramı*. Çev.: Ahmet Haluk Yüksel, Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.
- Mcquail, D. and Windahl, S. (1997). *İletişim Modeller*. Çev.: Konca Yumlu, Ankara: İmge Kitabevi.
- Mutlu, A. (2009). *Yerel Demokrasi Bağlamında 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri: Büyük Şehir Belediye Başkan Adayları Üzerine Bir İnceleme*. Ankara: Today Yayınları.
- Oktay, M. (2000). *İletişimciler İçin Davranış Bilimlerine Giriş*. İstanbul: Der Yayınları.
- Özkan, A. (2006). *Küreselleşme Sürecinin Medya ve Kültür Üzerindeki Etkileri*. İstanbul: Tasam Yayınları.
- Rigel, N. (2000). *İleti Tasarımında Haber*. İstanbul: Der Yayınları.
- Sabah Gazetesi, 25 Mart - 4 Nisan 2014 Sayıları.
- Sözcü Gazetesi, 25 Mart - 4 Nisan 2014 Sayıları.
- Seyidoğlu, H. (2000). *Bilimsel Araştırma ve Yazma El Kitabı*. İstanbul: Gizem Yayınları.
- Şimşek, S. (2009). *Medya-Siyaset-İktidar Üçgeninde Medya Gerçeği*. Selçuk İletişim Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1, ss.: 124-143.
- Tanyıldızı, N. İ. and Karatepe, S. (2011). *Siyasi Partilerin Gazetelerde Yeralan Kamuoyunu Bilgilendirme Çalışmalarının Halkla İlişkiler Açısından İncelenmesi*. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, İlkbahar, Cilt: 2, Sayı: 1, ss.: 56-73.
- Taşdemir, E. and Akdağ, M. and Balcı, Ş. (2003). *3 Kasım 2002 Genel Seçimlerinde Yazılı Basının Siyasi Partilere Yaklaşımı (AKP ve CHP Örneği)*. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi. Temmuz, Cilt: 3, Sayı: 1, ss.: 20-34.
- Terkan, B. (2007). *Basın ve Siyaset İlişkisinin Gündem Belirleme Modeli Çerçevesinde Bir Analizi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. Sayı 17, 561-584.
- Tokgöz, O. (2000). *Temel Gazetecilik*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tuchman, G. (1978). *Making News*. New York: The Free Press.
- Yeni Şafak Gazetesi, 25 Mart - 4 Nisan 2014 Sayıları.
- Yıldırım, T. (1998). *Vatandaşlık Bilgisi*. Eskişehir: A.Ü. Açık öğretim Fakültesi Yayınları.
- Yıldırım, S. (1993). *Yerel Yönetim ve Demokrasi*. İstanbul: Kent Basımevi.
- Yılmaz, R. A. and Uzoğlu, S. (1998). *4 Haziran 1995 Yerel Seçimlerinde Yazılı Basında Yer Alan Haber ve Köşe Yazılarının İçerik Bakımından Çözümlemesi*, Kurgu Dergisi. Sayı: 15, ss.: 175-191.
- Yüksel, E. (2007). *Kamuoyu Oluşturma ve Gündem Belirleme Kavramları Nerede Kesişmekte, Nerede Ayrılmaktadır?*. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt: 7, Sayı: 1, 571-586.
- www.tdk.gov.tr Erişim Tarihi: 29 Mart 2014.