

24 HAZİRAN 2018 CUMHURBAŞKANLIĞI VE MİLLETVEKİLİ GENEL SEÇİMLERİNİN ULUSAL YAZILI BASINDA SUNUMUNUN İÇERİK ANALİZİ YÖNTEMİYLE ÇÖZÜMLENMESİ

 Ahmet GÜNEŞ^a

Öz

Yazılı basının en temel işlevlerinden biri toplumu bilgilendirmektir. Yaşadığımız çevrede gelişen milyonlarca olay medya tarafından farklı biçim ve içeriklerde hazırlanıp haber şekline sokularak toplumun dikkatine sunulur. Siyasi içerikli haberler toplumsal yaşam içerisinde dikkatle izlenen haberlerin başında gelmektedir. Büyük bir çoğunlukla bu haberler yazılı basında ilk sayfalarda ve manşet olarak verilir. Siyasi seçimlerin toplumun geleceğini her bakımdan ilgilendirmesi ve insanların dikkatinin bu seçimlerde olması gibi nedenlerden dolayı medya açısından haber değeri oldukça yüksektir.

Bu çalışmanın konusu 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleridir. Çalışmanın amacı ise, Cumhuriyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gibi farklı mülkiyet yapıları ve ideolojik yönelimleri olan ulusal gazetelerin bu seçimlerde hangi ideolojik kodlarla haber oluşturduklarını analiz etmektir.

Çalışmanın analiz kısmında, Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleri'nin Cumhuriyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gibi ulusal gazetelerde ne kadar ve nasıl temsil edildiği içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu çalışma, belirlenen örneklerde Cumhurbaşkanlığı ve Genel Seçimlerin ne kadar önemli görüldüğü, haberlerin sayısı ile birlikte haberin manşet ve/veya sürmanşetten verilmesi bağlamında ölçmeyi ve eylemlere ilişkin haberlerin tutumlarını ortaya koymayı

^a Doç. Dr., Cumhuriyet Üniversitesi, İletişim Fakültesi, ahmetgunes5050@gmail.com

amaçlamaktadır. Bununla birlikte, ortaya çıkan verilerin hesaplanarak birbirleriyle ilişkilendirilerek açıklanmıştır.

Yapılan çalışma sonucunda Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin Cumhur ittifakını, Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerinin Millet İttifakını açıkça ve net bir şekilde destekleyen bir üslub kullandıkları ve seçim haberlerini ilgili çerçevede yansıttıkları görülmüştür. Bundan dolayı incelediğimiz ulusal gazetelerin haber üretim sürecinde tarafsız olmadıkları ve yakın oldukları ideolojik ve politik yapının eğilimlerini savundukları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, 24 Haziran 2018 seçimleri, Yaygın basın, İçerik analizi, Yöntem.



ANALYSIS OF THE PRESENTATION OF 24 JUNE 2018 PRESIDENTIAL AND DEPUTY GENERAL ELECTIONS IN THE NATIONAL PRESS THROUGH CONTENT ANALYSIS METHOD

Abstract

One of the main functions of the print media is to inform society. Millions of events developed around us are prepared by the media in different forms and content they are presented to the attention of the society. Political news is one of the most important news that attracts people's attention. Mostly, these news are given on the first pages of the printed media and as headlines. The value of the news related with elections is very high for the media due to the fact that they concern the future of the society in all respects and people pay much attention to them.

In the study, how June 24, 2018, Presidential and General Elections are served in Turkey's written press is examined. Cumhuriyet, Sözcü, Sabah and Yeni Şafak Newspapers were analyzed with the quantitative content analysis technique between 15-25 June 2018, when the news about the election was the most intense and the results of the election were announced, and it is analyzed how these newspapers reflect the ideological codes, the election process, and political parties.

As a result of the study, it is seen that Sabah and Yeni Şafak newspapers use a style that clearly supports the People's Alliance (CUMHUR İTTİFAKI) and Cumhuriyet and Sözcü newspapers and the Nation Alliance (MİLLET İTTİFAKI) and reflect the election news in this relevant framework. Therefore, it is determined that the national newspapers examined were not neutral in the news production process and advocate the tendencies of the ideological and political structure they are close to.

Keywords: Communication Sciences, 24 June 2018 Elections, Print Media, Content Analysis, Methodology



Giriş

Yazılı basının en temel işlevlerinden biri toplumu bilgilendirmektir. Yaşadığımız çevrede gelişen milyonlarca olay medya tarafından farklı biçim ve içeriklerde hazırlanıp haber şekline sokularak toplumun dikkatine sunulur. İnsanların en fazla dikkatini çeken haberlerin başında siyasi içerikli haberler gelir. Büyük bir çoğunlukla bu haberler yazılı basında ilk sayfalarda ve manşet olarak verilir.

Siyasi seçimlerin toplumun geleceğini her bakımdan ilgilendirmesi ve insanların dikkatinin bu seçimlerde olması gibi nedenlerden dolayı medya açısından haber değeri oldukça yüksektir. Siyasi otorite tarafından seçim tarihinin açıklanmasından itibaren bütün ülke genelinde liderlerin miting ve söylemleri, siyasi partilerin kampanyaları, propaganda faaliyetleri, kamuoyu yoklamaları gibi olaylar medya açısından haber değeri yüksek olaylar olarak kabul edilir (Yaylağül & Çiçek, 2012, s. 5).

Bu çalışmanın konusu 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleridir. Çalışmanın amacı ise, Cumhuriyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gibi farklı mülkiyet yapıları ve ideolojik yönelimleri olan ulusal gazetelerin bu seçimlerde hangi ideolojik kodlarla haber oluşturduklarını analiz etmektir.

Çalışmanın analiz kısmında, Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleri'nin Cumhuriyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gibi ulusal gazetelerde ne kadar ve nasıl temsil edildiği içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu çalışma, belirlenen örneklerde Cumhurbaşkanlığı ve Genel Seçimlerin ne kadar önemli görüldüğü, haberlerin sayısı ile birlikte haberin manşet ve/veya sürmanşetten verilmesi bağlamında ölçmeyi ve eylemlere ilişkin haberlerin tutumlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte, ortaya çıkan verilerin hesaplanarak birbirleriyle ilişkilendirilerek açıklanmıştır.

Bu süreçte haber değeri taşıyan siyasal olaylar gazeteler tarafından yazılı ve görsel olarak okuyucuyu etkileyecek şekilde hazırlanarak sunulur. Fakat burada birtakım sorular karşımıza çıkar. Haberler gerçeği ne kadar tarafsız bir şekilde yansıtmaktadır ve gazetelerde olayların yansıtılmasında birbirleri arasında farklılıklar var mıdır? Basın ideolojik bir aygıt olduğu gibi aynı zamanda toplumsal katman ve sınıflar arasında verilen siyasi mücadele alanı olarak ta kabul edilir.

Medya temel işlevlerinden biri olan toplumu haberdar etme işlevini gerçekleştirirken varlığını sürdürebilmesi için de maddi gelire ihtiyaç duyan bir yapıya sahiptir. Bunun da tek kaynağı reklamdır. Bu yüzden gazeteler satabilmek için olayları insanların dikkatini ve ilgisini çekecek şekilde hazırlamak zorundadır. Bazı etki teorilerinden ve iletişim tekniklerinden yararlanırlar. Bir haber medya için gelir getiren bir meta olarak kabul edilir. İlginç ve dikkat çekici haberler ne kadar fazla üretilirse o kadar çok gazete satılmasına neden olur. Bu durumda da reklam alma ve gelir sağlama açısından önemli bir avantaj sağlanmış olur.

A. Kavramsal Bir Çerçeve: İçerik Analizi

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, s. 121). Gökçe ise, içerik çözümlemesinin yaşanan bilimsel gelişmelere en uygun tanımının Mertens tarafından yapıldığını belirtmektedir. Mertens'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, s. 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, s. 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, s. 119). Bu kullanım pratikleri içinde özellikle haber metinleri üzerine yapılan çalışmalarda içerik çözümlemesi tekniği uygulanarak, haber metinlerindeki yanlışlık sergilenmeye çalışılmaktadır (İnal, 1995, s. 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, s. 120). Bir bakıma İçerik çözümlemesi bilimsel bir nesnellik iddiasını ortaya koymak ister (Fiske, 1996, s. 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 tümdengelim, eş deyişle çıkarım sayesinde, içeriklerde gözlenen sonuçlardan, yani metindeki göstergelerden hareketle, doğrudan gözlemlenemeyen etkenlere yorum getirmeye ilişkin bilgiler elde etmeye çalışır (2001, s. 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, s. 10).

İçerik çözümlemesi yöntemi birçok aşamayı içerisinde barındırmaktadır. Bu aşamalar şu şekildedir (Bilgin, 2006, s. 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 (Güneş, 2014, s. 6).

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, s. 70) olarak ifade edilir. 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, s. 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 (Yılmaz, 1998, s. 179).

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

B. Araştırmanın Metodolojisi

1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı toplumu etkileyen ve yönlendiren en önemli olaylardan biri olan siyasi seçimlere ilişkin haberler yazılı basında hangi sıklıkta yer aldığı, olayların nasıl incelendiği ve hangi derinlikte ve biçimde gündeme getirildiğini tespit etmektir. Bu noktadan hareketle toplumun hemen hemen tamamının takip ettiği ve ilgilendiği seçimlerin gazetelerin sayfalarına nasıl yansdığı incelenmeye çalışılmıştır. Seçimlerden 10 gün öncesinden ve 1 gün sonrasına kadar seçimlere ilişkin haberlerin içerik analizi yöntemiyle çözümlenmeye yönelik adımlar atılmıştır. Bu aşamalarda araştırma soruları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:

- Siyasi seçimler ulusal gazeteler için hangi düzeyde önem arz etmektedir ve birinci sayfada haber sayısı ne kadardır?
- Örneklem kapsamında olan gazetelerin seçimlere ilişkin haber sayılarında farklılık var mıdır?
- Seçimlerin gazetelerde manşet ve/veya sürmanşet haber olma sayısı ne kadardır?
- Gazetelerin seçimlere ilişkin yaklaşımları hangi düzeydedir?
- Gazetelerin seçimlere ilişkin haber tutumları nasıl dağılmıştır?
- Gazetelerin seçimleri olumlayan ve eleştiren tarafsız haberlerin sayısı kaçtır?
- Çalışma kapsamındaki gazetelerin haber gündemleri arasında farklılıklar var mıdır?

- Gazetelerin seçimlere ilgili haberlerin kaynakları arasında farklılık var mıdır?
- Gazetelerde seçimlere ilişkin manşet ve sürmanşetlerde en çok kullanılan kelimeler hangileridir?

Araştırmanın sonuca ulaştırılabilmesi için 15-25 Haziran 2018 tarihleri arasındaki 11 günlük zaman diliminde 4 ulusal gazetede seçimlerle ilgili haberler inceleme nesnesi olarak alınmıştır. İçerik analizi yöntemi ile incelen gazetelerin genel yayın politikaları göz önünde tutulmuştur. Ortaya çıkarılan soruları cevaplayabilmek için belirlenmiş olan gazeteler incelenmiştir. Bu araştırmada temel amaç, 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleri'nin ulusal gazetelerde nasıl temsil edildiğini nicel verilerle ortaya koymaktır. Ayrıca söz konusu gazetelerin genel yayın politikalarının belirlenmesi ve haberlerin hazırlanmasını etkileyen temel faktörlerin ortaya konabilmesi açısından nicel veriler çok ciddi önem arz etmektedir.

Çalışmada, 24 Haziran 2018 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 taraflılık ve yorumlama üzerinde daha fazla durulması gerekmektedir.

2. Araştırmanın Önemi

Bu araştırma seçim haberlerinin gazetelerde hangi boyut ve biçimlerde yer aldığı ve nicel olarak diğer göstergelerin tespit edilmesi açısından oldukça önem taşımaktadır. Görsel ve yazılı basın alanında haber analizi ile ilgili çalışmalar için önemli bir değer taşımaktadır. Bununla birlikte bu çalışma bu yönde ve kapsamda yapılacak olan araştırmalara da oldukça destek sağlaması açısından önemlidir.

Çalışmanın önemi, seçimlerin toplumsal yaşamda ne kadar önem arz ettiği ve toplumsal yaşamı ekonomik, kültürel, sosyal ve siyasi olarak ne kadar etkilediği ve bu gelişim ve değişimlerin ulusal basında nasıl yansıdığıdır. Kamuoyu oluşturma ve haber verme fonksiyonunu üstlenen basın, siyasi rekabet ortamında geçen seçimlerin siyasi bir kazanç elde etme çabasını ön plana çıkarmaktadır.

3. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki yazılı basın oluşturmaktadır. Bu

gazetelerin günlük ortalama toplam tirajları ise 5.5 milyondur (Özel & Deniz, 2015, s. 881). Bu araştırmada tiraj olarak oldukça yüksek olan ve belirli genel yayın politikaları da göz önünde bulundurularak Cumhuriyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gazeteleri alınmıştır. Bu kriterler de belirlenen örneklemin evreni temsil etmede yeterli olduğunu göstermektedir. Bu araştırmada 15-25 Haziran 2018 tarihleri arasında Cumhuriyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gazetelerinde yer alan Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleri haberleri analiz edilmiştir. Bu tarihlerin belirlenmesi seçime çok yakın bir dönem olması seçimlere ilişkin olayların basının gündeminin hemen hemen tamamını meşgul etmesi ve seçim sonuçlarının belli olmasındandır.

Örneklem olarak belirlenen gazetelerin benzer ideolojik yönelimlere sahip olduğu söylenebilir. Bazıları liberal demokrat ve/veya liberal muhafazakâr bir yapı içinde hareket ederken, diğer farklı bir grup basın ise sosyal demokrat ve/veya sosyalist bir dünya görüşü çizgisinde olabiliyor. Topluma hitap eden basın sektörüne bakıldığında sağ ve sol ayrımı ön plana çıkmakta ise de kendi aralarında mikro düzeyde başkalaşım da gösterebilmektedir. Türk toplumu diğer toplumsal yapılara göre kendine has bir dünya görüşüne sahiptir. Türkiye’de sağ kesim radikal sağ ve İslamcı kesim olarak kendisini ifade ederken, sol kesim ise radikal ve/veya marjinal olanlar ve Kemalistler görülmektedir.

Cumhuriyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak gibi ulusal gazetelerden oluşturulan örnekleme seçime katılan siyasi partilerin ve cumhurbaşkanı olarak aday gösterilen siyasilerin ideolojik olarak gazetelerde nasıl sunulduklarını analiz etmeye çalışacağız. Milletvekili genel Seçimleri’nde Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı ön plana çıkması ve yasal olarak bilinen baraj olayının olmaması nedeniyle çalışma boyunca özellikle bu iki ittifak göz önünde bulundurulacaktır. Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerinin Millet İttifakını, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin ise Cumhur İttifakını destekleyecek yönde haber yapıları ortaya koyacağı öngörülmektedir.

4. Araştırmanın Yöntemi

Türk basınında Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimleri sürecinin nasıl yer aldığı sorusundan hareket eden bu çalışmada içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel Seçimleri’nin ulusal basında nasıl yansıtıldığının araştırıldığı bu araştırmada, seçime ilişkin haberleri analiz etmek için nicel içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İletişim ve medya araştırmalarında haber metinlerinin nicel

analizi önemli bir yer kaplamaktadır. Nicel içerik analizinin en önemli amacı, araştırma konusu olarak belirlenen sorunun basında nasıl sunulduğunu ortaya koymaktır (Gökçe, 2001, s. 10). İçerik çözümlemesine genel bir tanımlandırma yapmak gerekirse, iletilerin açık, aşikâr içeriğinin nesnel, ölçülebilir ve doğrulabilir bir açıklamasını yapabilmek amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Başka bir tanımda ise içerik analizi, en genel ve yaygın tanımıyla, iletişimsel içeriklerle iletilmek istenen örtük ya da açık mesajların ortaya çıkarılmasını sağlayan ve iletişim araştırmalarında yaygın olarak kullanılan bir araştırma tekniğidir (Fiske, 1996, s. 176). Bir diğer tanımda ise, içerik analizi tekniği kullanılarak medya içeriklerinde yer alan fikir ve düşünceler, değer yargıları, tutumlar ve davranış kalıplarının ortaya çıkarılması amaçlanır. 20. yüzyılın ilk yarısında içerik analizi daha çok nicel bir analiz tekniği olarak kullanılmıştır (Yaylagül & Çiçek, 2012, s. 8). Anlamlandırmanın düz anlamsal yüzeyine bakar. Bir iletişim sisteminden seçilen birimlerin belirlenmesi ve sayılması biçiminde uygulanır. Sayılacak birimler incelenmek istenen her unsur olabilir. Bu noktada önemli olan bu birimlerin kolaylıkla seçilebilir olmasıdır.

Bu yöntemde nesnellik ön plandadır. Analizi gerçekleştiren farklı kişilerin aynı çözümleme nesnesini belirli sınıflamalar çerçevesinde belirlenen unsurları ortaya koyduklarında nesnellik sağlanmış olur. Başka bir deyişle kodlama aşamasını üstlenen kişilerin çözümleme nesnesini anlama ve algılama yaklaşımlarının aynı doğrultuda olması nesnelliği sağlamış demektir. Yani farklı kişilerin çözümleme nesnesini kategorilere ayırma işleminin sonuçları aynı olmalıdır. Sonuçların aynı yönde bir izlek oluşturması çözümlemesinin güvenilir olduğunu ispatlar (Ergeç, 2005, s. 56-57).

Bu çalışma kapsamında incelenen gazetelerdeki haberlerin; konumu, sunumu, vesilesi, kaynağı, niteliği, yönelimi ve yanlılığı 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 15-25 Haziran 2018 aralığını kapsamaktadır. Bu süreçte yer alan haberler analiz edilerek ve tablolastırılarak ulusal basında seçim algısı değerlendirilmeye çalışılmıştır. Cumhuriyet, Sözcü, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin ilk sayfalarında yer alan haberler ve bu haberlerin devamı niteliği taşıyan iç sayfalardaki haber, bilgi ve detaylar, konum, sunum, nitelik, kaynak, tarafılık, yorum, eksik yön, önyargı ve sonuç açısından inceleme altına alınmış,

yayın politikaları doğrultusunda seçimlerin yer alışı ve yorumlanışı karşılaştırmalı olarak ortaya konulmuştur.

Bu Araştırmada Cumhuriyet, Sabah, Sözcü ve Yeni Şafak 15-25 Haziran 2018 tarihleri arasında nicel içerik analizi yöntemi ile incelenerek, seçim sürecinde siyasi partilerin, liderlerin ve ittifaklar adına ortaya konan ideolojik fikir ve söylemlerin hangi kodlarla sunulduğu ortaya konulmuştur. İlk aşamada çözümleme nesnesi olan gazetelerin yazı ve resim alanına ne kadar yer verdikleri belirlenmiştir. Bir sonraki aşamada, liderlere ve siyasi partilere aynı zamanda ittifaklar adına hangi sıklıkta yer verildiği tespit edilmiştir. Bu aşamalarda yazılı ve görsel haber metinlerinde kelime, cümle ve paragraf gibi dil kullanımları analiz birimi olarak saptanmıştır. Bu analiz birimleri nicel olarak incelenmiş ve gazetelerin seçim sürecine ilişkin temel ideolojik kodları ortaya çıkarılmıştır. Ulusal basının haberler aracılığıyla seçmenlere gönderdikleri mesajlarla savunmuş oldukları değer ve ideolojik yaklaşımlar ortaya çıkarılmıştır.

Analiz boyunca kullanılacak ölçütlerin açılımı şöyledir:

- i. **Haberlerin sayısal dağılımı:** gazetelerdeki toplam haber sayısı (bkz. Tablo 1).
- ii. **Haberlerin tarihsel dağılımı:** haberlerin yayınlanma tarihleri (bkz. Tablo 2).
- iii. **Haberin konumu:** sayfa içerisindeki yeri (bkz. Tablo 3).
- iv. **Haberin sunumu:** yazı, fotoğraf, karikatür, grafik veya tablo şeklinde verilip verilmediği (bkz. Tablo 4).
- v. **Haberin kaynağı:** seçim döneminde yayınlanan haberlerin analiziyle habere esas teşkil eden bilgilerin kimden, nerelerden ve neye dayandırılarak elde edildiği (bkz. Tablo 5).
- vi. **Haberin niteliği:** haberin hangi şekilde aktarıldığının, iddia, bilgilendirme, açıklama özelliklerini taşıyıp taşımadığı (bkz. Tablo 6).
- vii. **Haberde tarafsızlık:** haber okunduğunda neden ya da kimden yana olup olmadığı (bkz. Tablo 7).
- viii. **Haberde yorum:** haberi yazan kişinin kişisel görüşlerini katıp katmadığı (bkz. Tablo 8).

- ix. **Haberde eksiklik:** habere esas teşkil eden olayın bütün yönlerinin ele alınıp alınmadığı (bkz. Tablo 9).
- x. **Haberde önyargı:** haberi yazanın olaya belirli bir amaç doğrultusunda ve sabit fikirle yaklaşıp yaklaşmadığı (bkz. Tablo 10).
- xi. **Haberde sonuç:** habere konu olan olayın gerçekte ilişkisinin ne düzeyde olduğunun tespiti (bkz. Tablo 11).

C. Bulgular ve Analiz

Örneklem olarak belirlenen gazetelerin taranması sonucunda elde edilen veriler tablolara aktarılmış ve gerekli yorumlar yapılmıştır:

1. Haberlerin Sayısal Dağılımı

Tablo 1. Haberlerin Sayısal Dağılımı

GAZETELER	SAYI	YÜZDE
Cumhuriyet	48	32.22
Sözcü	42	28.19
Sabah	26	17.45
Yeni Şafak	33	22.14
Toplam	149	100

24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimlerinde 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 48 haber ile Cumhuriyet yayınlamıştır. Bundan sonra Sözcü gazetesi 42, Yeni Şafak gazetesi 33 ve Sabah gazetesi ise 26 haber yayınlamıştır. Bu tablo 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimleri sürecinde belirlenen gazetelerin ilk sayfalarında yer alan haberlerin niceliksel olarak yoğunluğu gündemin gazeteler tarafından hangi düzeyde önemsendiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerinin seçim haberlerine daha çok yer vererek süreci diğer gazetelere göre daha çok gündeme taşımıştır.

Liberal anlayışın en önemli unsurlarından biri olan tarafsızlık olgusudur. Bu anlayışa göre gazetelerin seçim yarışında olan siyasi partilere ve

cumhurbaşkanı adaylarına eşit, yansız ve adil yaklaşması gerekir. Bu seçimlerde Sabah gazetesinin yapmış olduğu 26 haberin tamamı AKP ve Cumhurbaşkanı adayı Recep Tayyip Erdoğan'ı eylem ve söylem düzeyindeki bütün davranışlarını desteklerken, rakip olan diğer cumhurbaşkanı adaylarını ise özellikle Muharrem İnce'nin aleyhine bir yayın anlayışı belirlemiştir. Yeni Şafak gazetesi ise yayınladığı 33 haberin tamamında Sabah gazetesiyile aynı çizgide bir yayın politikası izlemiştir. Cumhuriyet gazetesi yayınladığı 48 haberde muhalif bir anlayışla cumhurbaşkanı adayı olan Recep Tayyip Erdoğan aleyhinde bir çizgi izlemiştir. Sözcü gazetesi ise benzer bir politika belirlemiştir.

2. Haberlerin Tarihsel Dağılımı

Tablo 2. Haberlerin Tarihsel Dağılımı

GAZETELER										
Tarih	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
15 Haziran	2	4.16	3	7.14	1	3.84	3	9.09	9	6.04
16 Haziran	5	10.41	4	9.52	1	3.84	2	6.06	12	8.05
17 Haziran	7	14.58	2	4.76	3	11.5	3	9.09	15	10.06
18 Haziran	4	8.33	5	11.90	1	3.84	1	3.03	11	7.38
19 Haziran	3	6.25	7	16.66	4	15.38	4	12.12	18	12.08
20 Haziran	6	12.50	3	7.14	2	7.69	5	15.15	16	10.73
21 Haziran	6	12.50	4	9.52	4	15.3	2	6.06	6	0.73
22 Haziran	6	12.50	4	9.52	4	15.38	4	12.12	18	12.08
23 Haziran	5	10.41	4	9.52	2	7.69	2	6.06	13	8.72
24 Haziran	1	2.08	2	4.76	1	3.84	2	6.06	6	4.02
25 Haziran	3	6.25	4	9.52	3	11.53	5	15.15	15	10.06
Toplam	48	100	42	100	26	100	33	100	149	100

Araştırma kapsamında örneklem olarak belirlenen Cumhuriyet, Sözcü, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin 15-25 Haziran 2018 tarihleri arasındaki nüshaları incelenmiştir. Tablo 2 de gazetelere göre 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimi haberlerinin yayınlandığı tarihler yer

almaktadır. Örneklem içinde bulunan bütün gazetelerde seçim haberlerine yer verdiği görülmektedir. Sayısal olarak bakıldığında Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinde yer alan haber sayıları diğer iki gazete olan Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerine göre daha fazla yer almaktadır.

3. Haberin Konumu

Tablo 3. Haberin Konumu

GAZETELER										
Haberin konumu	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Sürmanşet	1	2.08	1	2.38	0	0	4	12.12	6	4.02
Manşet	10	20.83	12	28.57	9	34.61	10	30.30	41	27.51
Diğer	37	77.08	29	69.04	17	65.38	19	57.57	102	68.45
Toplam	48	100	42	100	26	100	33	100	149	100

24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimleri haberlerinin örneklem olarak belirlenen ulusal gazetelerin birinci sayfalarının hangi konumunda yayımlandığı Tablo 3'te yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre Yeni Şafak gazetesinin yayınladığı haberler içerisinde sürmanşette yer alan haber sayısı 4 adettir. Cumhuriyet ve Sözcü gazetelerinde 1'er tane sürmanşetten haber yer alırken Sabah gazetesinde sürmanşetten habere yer verilmemiştir. Seçim haberleri ağırlıklı olarak manşetten verildiği görülmüştür. Örneklemimizim tamamında birbirine yakın sayıda manşetten verilen haberlere rastlanmıştır. Manşetten verilen seçim haberleri Cumhuriyet ve Yeni Şafak gazetelerinde 10 adet iken, Sözcü gazetesinde 12 Sabah gazetesinde ise 9 adet tespit edilmiştir. 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. Cumhuriyet 37, Sözcü 29, Sabah 17, Yeni Şafak ise 19 adet olduğu tespit edilmiştir. Sürmanşet ve manşetin dikkat çekme açısından en önemli konumlar olduğu dikkate alınrsa seçim haberlerini en önemli gündem maddesi halinde düşünen gazetenin Yeni Şafak olduğu, bunun yanında Cumhuriyet ve Sözcü

gazetelerinin de 1 er sürmanşet haberi mevcuttur. Sabah gazetesinin ise bu anlamda hiç sürmanşet seçim haberi vermediği görülmüştür.

4. Haberin Sunumu

Tablo 4. Haberin Sunumu

GAZETELER										
Haberin sunumu	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Yazı	15	31.25	2	4.76	0	0	0	0	17	11.40
Yazı + Foto	31	64.58	40	95.23	25	96.15	32	96.96	128	85.90
Yazı+Foto+ Grafik	0	0	0	0	1	3.84	0	0	1	0.67
Yazı + Grafik	2	4.16	0	0	0	0	1	3.03	3	2.01
Toplam	48	100	42	100	26	100	33	100	149	100

Yazılı basında haberin değerini ve ikna gücünü belirleyen en önemli unsurlardan biri de haber metniyle birlikte habere ilişkin görüntü ve görsellerin de kullanılmasıdır. Bu anlayıştan hareketle haberlerde yazı, yazı-fotoğraf, yazı-fotoğraf-grafik ve yazı-grafik parametreleri belirlenmiştir. Örneklem olarak seçilen gazetelere göre haberin sunumunu gösteren Tablo 4 de görüldüğü gibi gazetelerin tamamı genel bir eğilim göstermemiştir. Gazetelerin tamamında yazı+foto haberleri en fazla tasarladığı görülmüştür. Cumhuriyet 31, Sözcü 40, Sabah 25 ve Yeni Şafak 32 adet yazı+foto kullanmıştır. Yalnızca Cumhuriyet gazetesi 15 adet yazılı formatta haber koymuştur. Yazı+foto+grafik ise yalnızca 1 adet Sabah gazetesinde yer bulmuştur.

5. Haberin Kaynağı

Gazetelerde yayınlanan toplam yayın üzerinden inceleme yapıldığında yayınlanan haberlerin kaynaklarının yer aldığı Tablo 5’de de görüldüğü üzere seçim haberlerinde birbirine yakın bir oranın ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Cumhuriyet 42, Sözcü 35, Sabah 20 ve Yeni Şafak ise 25 haberin kaynağını açıkça ifade etmektedir. Basın birtakım haberlerde haber kaynaklarını kaybetmemek

ve/veya zarar görmesini engellemek gibi birtakım şartlardan dolayı zaman zaman haber kaynaklarını gizli tutma yoluna da gitmektedir.

Tablo 5. Haberin Kaynağı

GAZETELER										
Haberin kaynağı	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Var	42	87.50	35	83.33	20	76.92	25	75.75	122	81.87
Yok	6	12.50	7	16.66	6	23.07	8	24.24	27	18.12
Toplam	48	100	42	100	26	100	33	100	149	100

6. Haberin Niteliği

Tablo 6. Haberin Niteliği

GAZETELER										
Haberin niteliği	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Açıklama	18	37.5	1	26.1	9	34.6	11	33.	4	32.8
Beklenti	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Bilgilendirme	9	18.75	10	23.80	6	23.07	7	21.21	32	21.47
Cevap	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Destek	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Eleştiri	8	16.66	9	21.4	4	15.3	0	0	2	14.0
İddia	5	10.41	7	16.6	3	11.5	6	18.1	2	14.0
Korku	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ret	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vaat	0	0	0	0	2	7.69	4	12.1	6	4.02
Yorum	8	16.6	5	11.	2	7.6	5	15.1	2	13.
Toplam	48	100	4	100	2	100	33	100	1	100

Örneklem olarak belirlenen gazetelerde yayınlanan haberlerin nitelikleri Tablo 6'da yer almaktadır. Buna göre açıklama, bilgilendirme, eleştiri ve iddia niteliğindeki haberlerin gazetelerin tamamında kullanıldığı dikkat çekmektedir. Özellikle seçim sürecinde siyasi parti liderleri ve cumhurbaşkanı adaylarının aleyhte iddiaları ve seçmeni bilgilendirme söylemleri haberleştirilerek gündeme taşındığı tespit edilmiştir. Bu şekilde seçimler gazetelerde gündem olma özelliği kazanarak haber niteliğinde sunulmuştur. Seçim süreci boyunca bilgilendirici ve açıklayıcı ifadeler diğerlerine göre en fazla ön plana çıkan niteliklerdir. Beklenti, cevap, destek, korku ve ret gibi niteliklere haberlerde yer almayan nitelikler olarak tespit edilmiştir.

7. Haberde Tarafılık

Tablo 7. Haberde Tarafılık

GAZETELER											
	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam		
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	
Haberde Tarafılık											
Var	30	62.50	27	64.2	20	76.92	25	75.75	102	68.45	
Yok	18	37.50	15	35.7	6	23.07	8	24.24	47	31.54	
Toplam	48	100	42	100	26	100	33	100	149	100	

Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimlerinde örneklem olarak seçilen gazetelerde yer verilen haberlerde tarafılık olgusunun hangi yönde olduğu Tablo 7'de yer almaktadır. 24 Haziran Seçimlerinde Cumhuriyet gazetesinde toplam 48 haber yayınlanmıştır. Yayınlanan bu haberlerde iktidarın ve cumhurbaşkanı adayı olan Recep Tayyip Erdoğan aleyhine 30 haber yapılırken 18 haberde ise tarafsız ve kamu lehine bir tutum sergilenmiştir. Sözcü gazetesi de haberlerinde ağırlıklı olarak tarafılığını ortaya koyduğu görülmektedir. Bu gazete toplam 42 haberinden 27 adedinde tarafılık sezilirken 15 haberde ise herhangi bir siyasi ittifakın lehine ya da aleyhinde bir tutum sergilememiştir. Sabah gazetesinde toplam 26 haber yayınlanmıştır. Bu haberlerin Cumhuriyet ittifakı ve/veya iktidar lehine 20 haber yapılırken, 6 haber tarafsız olarak sunulmuştur. Yeni Şafak gazetesinde toplam 33 haberin 25 adedinde AKP lehine bir yapı ortaya konurken 8 haberde ise tarafsızlık ilkesi benimsendiği görülmüştür.

8. Haberde Yorum

Tablo 8. Haberde Yorum

GAZETELER										
	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Haberde yorum										
Var	28	58.33	30	71.42	16	61.53	22	66.66	96	64.42
Yok	20	41.66	12	28.57	10	38.46	11	33.33	53	35.57
Toplam	48	100	42	100	26	100	33	100	14	100

24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimlerinde örneklem olarak belirlenen gazetelerin yapmış olduğu haberlerin tamamında yoruma yer verildiği görülmüştür. Tablo 8 de görüldüğü üzere, Cumhuriyet gazetesinin yayınladığı 48 haberin 28 adedinde, Sözcü gazetesinin 42 haberinin 30 adedinde, Sabah gazetesinin 26 haberinin 16 adedinde ve Yeni Şafak gazetesinin ise 33 haberinin 22 adedinde siyasi yapıların lehinde ve/veya aleyhinde yorum yapıldığı tespit edilmiştir.

9. Haberde Eksiklik

Tablo 9. Haberde Eksiklik

GAZETELER										
	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Haberde Eksik Yön										
Var	30	62.50	25	59.52	20	76.92	21	63.63	96	64.42
Yok	18	37.50	17	40.47	6	23.07	12	36.36	53	35.57
Toplam	48	100	42	100	26	100	33	100	149	100

24 Haziran 2018 Seçimlerinde örneklem olarak belirlenen Cumhuriyet, Sözcü, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin yapmış olduğu haberlerin büyük bir bölümünde habere muhatap olan taraflara söz hakkı ve/veya açıklama yapma fırsatı tanınmadığından dolayı yayınlanan haberlerde eksik yön görülmektedir. Cumhuriyet gazetesinin yapmış olduğu toplam 48 haberin 30'unda, Sözcü

gazetesinin yaptığı toplam 42 haberin 25'inde, Sabah gazetesinin yaptığı toplam 26 haberin 20'inde ve Yeni Şafak gazetesinin yaptığı toplam 33 haberin 21'inde eksik yön tespit edilmiştir.

10. Haberde Önyargı

Tablo 10. Haberde Önyargı

GAZETELER										
Haberde önyargı	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Var	35	72.91	28	66.66	20	76.92	25	75.75	108	72.48
Yok	13	27.08	14	33.33	6	23.07	8	24.24	41	27.51
Toplam	48	100	42	100	26	100	33	100	149	100

24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimleri döneminde örneklem olarak seçilen gazetelerin yayınlamış olduğu haberlerin önyargılı ve özne değerlerin daha ön planda tutulduğu bir anlayışla hareket ettiği görülmektedir. Cumhuriyet gazetesi yapmış olduğu 48 haberin 35 adedinde özne ve önyargılı bir anlayış sergilediği görülmüştür. Sözcü gazetesi 42 haberinin 28 adedinde aynı çizgide tutum geliştirdiği anlaşılmıştır. Sabah gazetesi 26 haberinin 20 adedinde genel yayın politikaları gereğince ön yargılı bir tavır sergilemiştir. Yeni Şafak gazetesi ise 33 haberinin 25 adedinde ön yargılı ve özne bir pozisyon içinde kalarak bir tutum geliştirmiştir.

11. Haberde Sonuç

Tablo 11. Haberde Sonuç

GAZETELER										
Haberde Sonuç	Cumhuriyet		Sözcü		Sabah		Yeni Şafak		Toplam	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Var	38	79.16	35	83.33	19	73.07	23	69.69	115	77.18
Yok	10	20.83	7	16.66	7	26.92	10	30.30	34	22.81
Toplam	48	100	42	100	26	100	33	100	149	100

Bu çalışmada örneklem olarak seçilen gazetelerin yayınlamış olduğu toplam 149 haberin 115 adedinde okuyucuya yönelik bir sonuca varılarak hedef kitleye bir mesaj sunulurken, 34 haberde ise herhangi bir sonuç ortaya konulmayarak doyurucu bir mesaj oluşturulamamıştır.

Sonuç

Bu çalışmada, 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimleri'nin ulusal yazılı basın organlarının siyasi partilere yaklaşımı doğrultusunda Cumhuriyet, Sözcü, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin iki farklı ittifak adı altında mücadele eden siyasi partilere ve liderlerine yaklaşımları ve bu siyasi partilerle ilgili ortaya koymuş oldukları haberler incelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına bakıldığında 24 Haziran 2018 Seçimleri sürecinde örneklem olarak seçilen Cumhuriyet, Sözcü, Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri ana sayfalarında haber olarak en fazla seçim haberlerini verdikleri görülmüştür. Cumhuriyet gazetesi seçimlerle ilgili 48, Sözcü gazetesi 42, Sabah gazetesi 26 ve Yeni Şafak gazetesi ise 33 haber yayınlamıştır.

Örneklem olarak seçilen ulusal gazetelerde seçim haberlerine ne derece önem verdiğinin tespit edilebilmesi için haber sayılarıyla birlikte konunun manşet ile sürmanşette yer alma oranları da ölçülmüştür. Seçimlerin gazetelerin en önemli yeri olan manşet ve sürmanşette yer alma oranları da konunun ne kadar önemli olduğunu doğrulamaktadır. Araştırma sonuçlarına göre seçimler belirlenen süre içinde toplam 41 manşet ve 6 kez sürmanşet olmuştur. Manşet, sürmanşet ve haber sayıları göz önüne alındığında bu süre içinde gazeteler için en önemli gündem maddesi olduğu anlaşılmıştır.

Demokratik toplumlarda bireyin seçme ve seçilme haklarının en fazla işlemesi gereken seçim dönemlerinde basın unsurlarının tarafsızlık ilkesine bağlı kalarak yayın yapmaları, demokrasi olgusunun işlemesi 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.

Bu seçimlerde ulusal yazılı basının tarafsızlık ilkesi doğrultusunda yayın yapmadığı görülmüştür. Örneklem olarak seçilen gazetelerde somut bir tarafsızlık eğilimi tespit edilmiştir. Cumhuriyet ve Sözcü gazeteleri farklı bir yayın politikası izlemesi nedeniyle Millet İttifakını destekleyen bir tutum sergilerken, Cumhur İttifakını oluşturan iki siyasi partiye karşı haberler

oluşturduğu tespit edilmiştir. Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri ise Millet İttifakını eleştiren haberler kaleme alırken Cumhur İttifakını destekleyen taraflı bir pozisyon aldığı görülmüştür. Bu şekilde basının meslek ve etik ilkelerini ihlal ederek tarafsızlık ilkesini ön planda tutmadıkları görülmüştür.

İçerik analizi yöntemiyle gerçekleştirilen bu çalışmanın sonunda elde edilen bulgulara göre, seçim sürecinin ulusal basın tarafından tarafsız ve 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 değerlendirmek gerekmektedir.

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda belirlenen değişkenlerin gazetelere göre farklılık göstermesi her gazetenin kendine özgü bir yayın anlayışı olduğunu ve siyasi gündem ile seçim sürecinin buna uygun bir şekilde sunulduğunu göstermektedir. Örneğin seçimlere ilişkin yayınlanan haberlerin niceliksel olarak farklılık göstermesi bu seçimlere yüklenen önem ve anlamın çok farklılıklar gösterdiğini söylemek mümkündür. Bu anlayış farklılıklarını şöyle değerlendirmek gerekir:

- Örnekleme dahil edilen bütün gazetelerde seçim haberleri oldukça ön planda tutulmuştur.
- Cumhuriyet ve Sözcü gazeteleri ile Sabah ve Yeni Şafak gazeteleri arasında siyasal yapı bakımından taban tabana karşıt bir anlayış tespit edilmiştir.
- Basının tarafsızlık ve nesnellik ilke ve kuralları geri planda tutulmuştur.
- Cumhuriyet ve Sözcü gazeteleri Millet İttifakı çatısı altında bulunan Cumhuriyet Halk Partisi, İyi Parti ve Saadet Partisini destekleyen haberler üreterek aynı zamanda cumhurbaşkanı adaylarına yönelik olumlu haber düzeyinde tutum ve davranışlar geliştirmiştir.
- Sabah ve Sözcü gazeteleri ise Cumhur İttifakı çatısı altında bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi lehine bir pozisyon belirleyerek bu ittifakın cumhurbaşkanı lehine haberler üretmiştir.
- Analiz nesnesi olarak belirlenen gazetelerin tamamı seçmeni istedikleri yönde etkilemek ve algı oluşturabilmek için haberlerinde görsel unsurları kullanmışlardır.

Bu çalışma 24 Haziran 2018 Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Seçimleri'nin Cumhuriyet, Sözcü, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinde nasıl temsil edildiğini ve sunulduğunu nicel verilerle ortaya koymuştur. Ayrıca gazetelerin haber sunumlarında tarafsız ve nesnel olmadıkları görülmüştür. Aynı zamanda gazeteler yayın politikaları gereğince ideolojik bir duruş sergilemekle birlikte siyasi partilere karşı öznel bir tutum takınmışlar bu çerçevede olayları yeniden inşa ederek haber üretmişlerdir. Gazetelerin temel nesnelere seçimler olmasına rağmen haber yapma aşamalarında içerik oluşturma, yapılandırma ve sunuş biçimleri birbirinden farklılıklar göstermiştir.

Gazeteler haber üretim sürecinde ideolojik yapılarından dolayı kendine özgü bir yapı ortaya koyarlar. Bu yüzden haber nesnel ve objektif gerçekliği sunmak yerine öznel ve subjektif bir dünya ve yaşam kurar. Bu yüzden bireysel ve toplumsal yaşam anlayışı araçlar yoluyla anlamlandırılmış olmaktadır.



KAYNAKÇA

- Aziz, A. (1994). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri*. Nobel Yayınları.
- Berger, A. A. (1996). *Kitle iletişiminde çözümleme yöntemleri*. Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Yayınları.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi, teknikler ve örnek çalışmalar*. Siyasal Kitabevi.
- Ergeç, Nüket Elpeze, (2005). Amerika'nın Irak'a müdahalesine ilişkin televizyon haberlerinin içerik analizi yöntemi ile incelenmesi". *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* Sayı: 1, ss:51-73.
- Fiske, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş* (Çev. S. İrvan), Ark Bilim ve Sanat Yayınları.
- George, A. L. (2003). *İçerik Çözümlemesinde Nicel ve Nitel Yaklaşımlar İletişim Araştırmalarında İçerik Çözümlemesi* (Der. M. S. Çebi), Alternatif Yayınları.
- Geray, H. (2004). *Toplumsal araştırmalarda nicel ve nitel yöntemlere giriş*. Siyasal Kitabevi.
- Gökçe, O. (2001). *İçerik çözümlemesi, teori-metod-uygulama*. Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Güneş, A. (2014). "Gündem belirleme teorisi bağlamında 30 Mart 2014 yerel seçimlerinin basında sunumu: AKP ve CHP örneği". *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC*, 4(2), 1-15.

- Hansen, A. (2003). *İçerik çözümlemesi iletişim araştırmalarında içerik çözümlemesi* (Der: M. S. Çebi), Alternatif Yayınları.
- İnal, M. A. (1995). Yazılı basın haberlerinde yapısal yanlılık sorunu. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 67, 111-135.
- Mcquail, D. (1994). Kitle iletişim kuramı (Çev. A. H. Yüksel), *Kıbele Sanat Merkezi*.
- Özel, E. K. & Deniz Ş. (2015). Türk basınında gezi parkı eylemleri üzerine bir içerik analizi: Eylemler nasıl sunuldu? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8(36), 876-893.
- Yaylagül, L. & Çiçek, C. (2012). 12 Haziran 2011 seçimlerinin gazetelerde sunumu. *Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi Academia*, 2(4), 2-22.
- Yılmaz, R. A. & Uzoğlu, S. (1998). 4 Haziran 1995 yerel seçimlerinde yazılı basında yer alan haber ve köşe yazılarının içerik bakımından çözümlenmesi, *Kurgu Dergisi*, 15(15), 175-191.

Gazeteler

- Cumhuriyet Gazetesi, 15-25 Haziran 2018 nüshaları.
- Sabah Gazetesi, 15-25 Haziran 2018 nüshaları.
- Sözcü Gazetesi, 15-25 Haziran 2018 nüshaları.
- Yeni Şafak Gazetesi, 15-25 Haziran 2018 nüshaları.

