

**GÜNDEM BELİRLEME TEORİSİ BAĞLAMINDA
7 HAZİRAN 2015 GENEL SEÇİMLERİ SONRASI
KOALİSYON GÖRÜŞMELERİNİN TÜRK BASININDA SUNUMU**

And Algül¹

ÖZ

Siyaset, siyasi lider veya partilerin topluma ilettikleri mesaj ve bu mesajların medyadaki yansımaları, medya siyaset ilişkisi bağlamında araştırma alanı ortaya çıkarmaktadır. Demokrasilerde, medyanın asli işlevi verdikleri tarafsız haberler ile toplumu doğru bir şekilde bilgilendirmektir. Ancak medya siyaset etkileşimi kapsamında medya kuruluşları ideolojik eğilimlerine bağlı olarak kendilerine yakın bulunan siyasi görüşe ait haberlere daha fazla ağırlık vererek, destekledikleri siyasi görüş lehine gündem oluşturabilmektedir. Gündem Belirleme Kuramı kapsamında ele alınan araştırmada, 06 Temmuz – 31 Ağustos 2015 tarihleri arasında basılan Sabah, Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman, Yeni Şafak, Sözcü gazeteleri örnekleminde, gazetelerin birinci sayfalarında yer alan koalisyon görüşmeleri sürecine ait 57 günlük haber sunumları, içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmiş, böylece koalisyon görüşmelerinin Türk basınındaki sunumu ortaya konulmuştur. Araştırmada, gazete gündemlerinin gazeteden gazeteye farklılık gösterdiği, koalisyon görüşmelerine ait haber başlıklarında yoruma rastlanıldığı, haberlerin sayfadaki yeri-konumu, manşet yaklaşımları, sunumları, haber aktörleri, koalisyon görüşmelerine katılan partiler ve partiler arasındaki ilişkilerin ele alınış biçimleri bakımından taraflı tutumun sergilendiği, gazetelerin yayın politikalarına göre koalisyon görüşmelerini değerlendirdikleri, dolayısıyla gündem belirlemeyi etkin biçimde kullandıkları ortaya konmaktadır.

Anahtar kelimeler: Gündem Belirleme Kuramı, haber, 2015 koalisyon görüşmeleri, içerik çözümlemesi.

**PRESENTATION OF COALITION TALKS IN THE TURKISH PRESS AFTER THE GENERAL
ELECTIONS ON 7th JUNE 2015**

WITHIN THE CONTEXT OF AGENDA SETTING

ABSTRACT

The messages are transmitted/given to the public by politics, political leaders or parties and the reflections of these messages on the media reveals a research area in the context of the relationship between the media and politics. In democracies, the primary function of media organizations is to inform the public through the objective news accurately they covered. However, media give weight to news on political views up to their ideologies which they feel close to within the scope of the interaction between the media and politics. And they create an agenda in favor of the political view they support. The research which is dealt with within the scope of

¹ Yrd. Doç. Dr. İstanbul Aydın Üniversitesi İletişim Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, algul_a@yahoo.com

agenda setting theory, 57 daily news presentations which belong to the coalition talks given place to on the cover pages of Sabah, Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman, Yeni Şafak and Sözcü newspapers as samples, dated 06th July – 31st August, have been analyzed through content analysis and thus the presentation of the coalition talks in the Turkish press has been put forth. In the study, it is shown that the agendas of newspapers display differences from newspaper to newspaper, comments have been presented in the headlines on coalition talks, a subjective attitude has been displayed in terms of the placement of the news, headline approaches, their presentations, news actors, the manner with which the parties took part in the coalition talks and the relationships between the parties are handled and that newspapers evaluated coalition talks in accordance with their publishing policies, thus using agenda setting in an efficient manner.

Key Words: Agenda-Setting Theory, news, 2015 coalition talks, content analysis.

Giriş

Liberal yaklaşıma göre, demokrasilerde dördüncü kuvvet olarak kabul edilen medya, bireyin özgür haber almasında önemli bir role sahiptir. Parlamenter demokrasilerin temeli çok partili siyasette, medya siyaset ilişkilerinin oluşmasına uygun ortam sağlanırken, doğruları temsil eden, objektif, toplumun bilgi edinme hakkına dikkat eden, bağımsız medyanın önemine dikkat çekilir (Belsey ve Chadwick, 1998: 40; Şimşek, 2009: 125; Öncel, 2013: 56-64). Siyaset toplumsal hayatın önemli bir parçasını oluştururken, bireyin demokrasiye katılımında medya önemli bir unsur olarak karşımıza çıkar. Demokrasilerde bireyin siyasal sürece katılımında ihtiyaç duyduğu bilgi, medya tarafından sağlanır (Kiran 2000'den Akt., Uzun, 2011: 40). Bu medyanın toplumu bilgilendirme sorumluluğudur. Bu nedenle, seçim, seçim sonuçları, iktidar-muhalefet partileri ve liderlerinin söylemleri siyasal iletişimin önemli bir kısmını oluşturur.

Medya siyaset arasındaki ilişki çift yönlüdür. Bu çift yönlü ilişkide medyanın, siyaset üzerinde etkinliği söz konusu olabildiği gibi, siyasetin de medyaya etki edebilmesi mümkün olabilmektedir. İktidar olmanın yolu, halkın güvenini kazanmakla ilgili olduğundan, bu güvenin tesisinde gerçekleştirilen imaj ve söylem inşasında, siyaset medyaya ihtiyaç duymaktadır. Siyasetçilerin, iletişim alanındaki eksikliklerinin, yönetme yeteneğini sınırladığından bahsedilir (Eyüboğlu, 1999: 44). Çünkü siyaset, medya aracılığıyla toplumsal rıza oluşturabilmektedir (Herman ve Chomsky, 1999). Medyanın bu gücünü bilen siyaset, medyayı kuşatma altında tutmaktadır (Arabacı, 2004: 110-127).

Siyasetin medyaya ihtiyaç duyabildiği gibi, medya da siyasete ihtiyaç duyabilir. Yazar ücretlerinin ödenmesi, teknolojik gelişmeler karşısında ayakta kalma çabaları gazeteleri ekonomik baskı altına almaktadır. Ayrıca siyasetin medyayı denetleme ve kontrol etme gücü sadece siyaset ve hukuk alanlarıyla sınırlı kalmamakla beraber, mali ve ekonomik alanlarda da görülmektedir (Uzun, 2014: 130). Ekonomik baskılardan kurtulmak için siyasilere yakın olma çabası, bazı çevrelerin isteği yönünde yayın politikası uygulanmasına neden olmaktadır (Şimşek, 2009: 126-127). Medya siyaset ilişkisi kapsamında, taraflı medya kavramının varlığını açık bir şekilde gözler önüne seren çalışmalar mevcuttur (Sönmez, 2003: 19-20). Bu nedenle medya ve siyaset arasındaki etkileşimin nasıl gerçekleştiği, etkilerinin nasıl olduğu yönündeki sorgulamalar, tartışmalar araştırma alanı ortaya çıkarmaktadır.

Medya ve siyasetin birbiriyle iç içe girmeye başladığı süreçte, medyanın siyaset kurumuna yakınlığı, bağlılığı dikkat çekerken, özellikle seçim öncesi veya önemli siyasi olaylarda medyaya yapılan eleştiriler, medyanın tarafsızlığının, objektifliğinin sorgulanmasına neden olmaktadır. Bu sorgulamalar günümüzde basının konumuna ilişkin “yandaş medya”, “havuz medyası” gibi tanımlamaları Türkiye’de gündeme getirirken (Göker ve Doğan, 2011: 53; Güneş, 2014: 2), medya ve siyaset arasındaki ilişkilerin konu edildiği tartışmalarda da konunun güncelliğini koruduğu görülebilmektedir. Yandaş medyayı, savunucu gazetecilik olarak tanımlayan Uzun (2014: 130-131), bazı medya kuruluşlarına yapılan tanımlamaların döneme göre farklılık gösterdiği, bu tanımlamaların siyasetin kontrol mekanizmalarına göre şekillendiği ve kontrol mekanizmalarının farklı ilişki biçimleri oluşturduğundan bahseder. Yapılan tanımlamalar, bir taraftan sözü edilen medya kuruluşlarının tarafsızlığını sorgularken, diğer taraftan eleştirel yaklaşım getirmektedir.

Çalışma, 07 Haziran 2015 tarihinde gerçekleştirilen Türkiye Genel Seçim Sonuçlarının tek bir partinin iktidarına imkân vermemesinin ardından yürütülen koalisyon görüşmeleri sürecini ele almakta ve Sabah, Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman, Yeni Şafak ve Sözcü gazeteleri örneğinde, Türk basınının, siyasal gündemi nasıl yansıttığını ortaya koymaktadır. Çalışma kapsamında incelenen gazeteler farklı yayın

politikaları gösterip göstermediğine göre belirlenmiştir. Araştırmada, 06 Temmuz – 31 Ağustos 2015 tarihleri arasında Sabah, Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinin birinci sayfalarında yer alan koalisyon görüşmeleri sürecine ait 57 günlük haber sunumları, içerik çözümlemesi yöntemiyle incelenmiş, böylece koalisyon görüşmelerinin Türk basınındaki sunumu ortaya konmaya çalışılmıştır. Koalisyon görüşmelerine ait haberlerin tamamını araştırma kapsamına dâhil edebilmek amacıyla, görüşmelerin başlangıcının bir hafta öncesindeki ve bir hafta sonrasındaki gazeteler araştırma kapsamına dâhil edilmiştir.

1. Literatür İncelemesi

1.1. Koalisyon Görüşmeleri Süreci

Hükümetin nasıl şekilleneceği Türkiye'nin geleceği açısından önemli olduğundan, medya kuruluşları tarafından önemle takip edilmiş, parti liderlerinin yaptığı açıklamalar basında yer almıştır. Koalisyon görüşme sürecinin, görüşmelere katılan her siyasi parti açısından değerlendirilmesi, görüşmelerin nasıl gerçekleştiğinin anlaşılması açısından önemlidir.

Koalisyon görüşmeleri sürecinde, koalisyon mu yapılacak? Erken seçime mi gidilecek? Sorularına yanıt aranmaya çalışılmıştır. 07 Haziran 2015 Genel Seçimleri ardından oluşan siyasi tablo, hükümet kurmak için koalisyon gerçekleştirilmesini zorunlu kılmıştır. Koalisyon görüşmeleri başlamadan önce, AKP tabanının erken seçime sıcak bakması, koalisyon olacaksa da MHP ile koalisyon yapılması gerektiği, MHP'nin erken seçime sıcak bakmadığı ve hiçbir parti ile koalisyona girmek istemediğini belirtmesi, CHP'nin ise, AKP ile koalisyona sıcak bakmamaları, koalisyon yapılıncaksa da, CHP, MHP ve HDP ile birlikte koalisyon oluşturulması yönünde düşünceleri mevcuttu. 13 Temmuz 2015 tarihinde başlayan birinci tur koalisyon görüşmeleri, AKP'nin sırasıyla CHP, MHP ve HDP'yi ziyaret etmesiyle, 15 Temmuz 2015 tarihinde sonuç alınmadan tamamlanmıştır. 2015 Genel Seçim sonuçlarının, AKP'nin tek başına iktidar olmasına imkân tanımaması, AKP'nin en kısa zamanda erken seçime gidilebilmesi için erken seçim hükümetinin kurulması üzerinde yoğunlaşmasına neden olmuştur. AKP ile CHP arasında gerçekleştirilen koalisyon görüşmelerinde, AKP, koalisyon görüşmeleri akabinde kurulacak olan

hükümetin süresi ve niteliğini anlaşmazlık ve uzlaşma önündeki engeller olarak değerlendirirken, CHP, AKP'nin kendilerine koalisyon teklifiyle gelmediğini, seçim hükümeti önerisiyle geldiği yönünde açıklamalarda bulunmuştur. CHP tarafından yapılan açıklamalarda, Davutoğlu'nun, CHP liderine, kısa süreli seçim hükümeti ve azınlık hükümeti kurulmasına destek vermesi yönünde teklifte bulunduğu, Cumhurbaşkanı'nın koalisyon görüşmelerine etki ettiği ve demokratik olmayan üst irade oluşturduğu konusunda AKP'ye eleştiriler getirmiştir. AKP ile CHP arasında gerçekleştirilen koalisyon görüşmelerinin olumsuz sonuçlanması, gözlerin MHP'ye çevrilmesine neden olmuş, bu nedenle Devlet Bahçeli'nin, Ahmet Davutoğlu'nun randevu talebini kabul ettiği belirtilmiştir. MHP yönetimi, AKP ile CHP arasında gerçekleşen koalisyon görüşmelerinden sonuç alınamamasını üzüntü verici olarak değerlendirirken, Cumhurbaşkanı'nın Davutoğlu'nu yönlendirmesine karşı olduklarını, MHP'nin parti ilkeleri konusunda taviz vermeyeceği, Cumhurbaşkanı'nın 45 günlük süreyi doldurup erken seçime gitme eğiliminde olduğunu, gündem ve gerçekleşen terör olayları nedeniyle güvenli seçim ortamının gerçekleştirilemeyeceği kaygısıyla, yapılacak erken seçimlerin halkın iradesini net bir şekilde ortaya koyamayacağı yönünde açıklamalarda bulunmuştur. Bu nedenle, MHP, AKP ile yapılacak görüşmelerde, AKP'nin azınlık hükümeti veya erken seçim isteğiyle gelmemesi konusunda görüşlerini belirtmiştir. MHP ile gerçekleşen görüşmeden sonuç alınamaması nedeniyle, Davutoğlu erken seçime işaret etmiştir. Koalisyon görüşmeleri sonucunda, dört partinin hükümet kurmak için anlaşma sağlayamaması, siyaset kurumunu yıprattığı, seçim sisteminin yetersiz kaldığı, ancak seçim sisteminde değişiklik yapmak için anayasayı değiştirebilecek siyasi iradenin bu seçimlerde oluşturulmadığı yönünde yorumların yapılmasına neden olmuştur. Bu tartışmalar kapsamında koalisyon görüşmeleri sürecinde medya yayıncılığı konusu da eleştirilere maruz kalmıştır.

1.2. Gündem Belirleme Kuramı

Koalisyon görüşmeleri, hükümette hangi isimlerin görev alacağı ve kurulacak hükümetin nasıl bir politika izleyeceğine dair bilgileri yansıtmaları açısından hem medya hem de toplum tarafından önemli kabul edilmektedir. Her siyasi partinin kendilerine ait politikaları vardır. Seçim öncesi tabanlarına belirli konularda

vaatlerde bulunan ve bu vaatlere göre oy isteyen siyasi partilerin, iktidara geldiklerinde veya koalisyon görüşmeleri sırasında gösterdikleri siyasi duruş, taban kitlesine ait beklentileri gerçekleştirip gerçekleştirmediği açısından önem arz eder. Bu bağlamda, 2015 Temmuz ve Ağustos aylarında gerçekleştirilen koalisyon görüşmelerinde de siyasi partilerin kendilerine ait şartlarını, kriterlerini ortaya koyduğu görülmüştür. Medya, koalisyon görüşmeleri sırasında, her siyasi parti tabanına yönelik görüşmelerin nasıl yürütüldüğüne dair mesaj, haber iletiminde önemli rol üstlenir. Gazeteler yayın politikaları gereği, bir taraftan koalisyon görüşme süreçlerine ait haberleri siyasi parti tabanları ve okuyucularına iletirken, diğer yandan da koalisyon görüşmelerine ilişkin gelişmeleri, okuyucu hedef kitlelerinin beklentilerine yönelik haberleştirerek politik aktöre dönüşebilmektedir. Bu nedenle koalisyon görüşme sürecinde, gazeteler yayın politikaları gereği kendilerine yakın bulunan siyasi partilere ilişkin haberleri ön plana çıkarmaktadır. Medyanın siyasete destek sağlamak amacıyla gerçekleştirdiği yayınlar kapsamında Gündem Belirleme Kuramı önemli görülmektedir.

Gündem Belirleme Kuramı, bağlamında gerçekleştirilen ikinci düzey gündem belirleme araştırmalarında medya siyaset etkileşimi ortaya konulmaya çalışılmıştır. İlk gündem belirleme araştırmalarıyla haber sunumlarının, toplum gündemini belirleyip belirlemediği araştırılmış ve araştırmalar sonucunda medyanın kamunun gündemini belirlediği yönünde bulgular ortaya konulmuştur. İkinci düzey gündem belirleme çalışmalarında ise, medya, gündem ve siyasal gündem arasındaki ilişki sorgulanmış, siyasal gündemin medya gündemi tarafından belirlendiği ortaya konulmuştur (Özer, 2013; 68). Özetle, gündem belirleme, kitle iletişim araçlarının belirli konulara daha fazla ağırlık vermesiyle, kamuoyunu ve siyasal gündemi etkilediğini ortaya koymaktadır (McQuail ve Windahl, 1994: 95). Böylece medyada yer alan konular, sanki toplumun birincil meselesiymiş gibi algılanır ve gündemin oluşturulması sağlanır. Gündem Belirleme Kuramı'nın önemli isimleri McCombs ve Shaw, medyanın insan üzerinde bilişsel düzeyde etkisi olduğunu belirtir (1972: 185-186). İnsanlar daha önce bildikleri bilgileri hatırlama eğiliminde olduklarından, alınan eğitim veya özel ilginin, anlama ve hatırlamayla olan ilgisine dikkat çekilmektedir (Van Dijk, 1988: 168). Bu nedenle medya kuruluşları hedef kitlelerine

yönelik yayın politikaları izlerken, gelişmeleri okuyucu beklentileri veya kendilerine yakın bulunan siyasi görüşe uygun olarak yansıtır.

Gündem Belirleme Kuramı, insanların öğrenme ve bilgilenme istekleri üzerinde yoğunlaşır. Buna ek olarak, insanlar kitle iletişim araçlarının gündemle ilgili ağırlık verdiği konular hakkında bilgi edinmek istemektedir. Çünkü gündem belirleme, öğrenmenin kitle iletişim araçları vasıtasıyla gerçekleştiği düşüncesine dayanır. Okur/izleyici, kitle iletişim araçları yoluyla bilgi edinme ve öğrenme edimini gerçekleştirirken, bir taraftan da medya tarafından inşa edilen ve bunlara yüklenen anlamları algılar (McQuail ve Windahl, 1994: 95). Böylece medya, gündemi oluşturarak, toplumun düşüncelerini etkileyen konularda bilgi üretir ve kendi yayın politikası gereği ele alınan konuların hangi bakış açılarından ele alınması gerekliliği üzerine vurgulamalarda bulunur (Güz, 2005: 51).

Medya ve siyaset etkileşim içindedir. McQuail ve Windahl (2010: 137) medya ve siyaset gündeminin karşılıklı etkileşiminden bahsetmekte, bu etkileşim içinde çoğu zaman medyanın daha ağır bastığı ve siyaseti teslim aldığına vurgu yapılmaktadır (Meyer, 2014: 77). Ayrıca bir konunun medya tarafından sürekli ele alınması gündem üzerinde etkili olabilmektedir. Bu nedenle medya, iktidar meşrutiyetinin sağlanması ve gücün devamlılığında önemlidir. Medya, siyaset gereksinimleri doğrultusunda, kamuoyunda gündem oluştururken, diğer bir yandan da rızanın imalatını sağlar. Buna göre, bir amaç doğrultusunda taraflı, yanlı yayın yapan medyayı inceleyen propaganda modelini, gündem belirlemenin bir uzantısı olarak değerlendirmek mümkündür (Herman ve Chomsky, 1999: 21-22).

1.3. Haber Olay İlişkisi Bağlamında Nesnellik

Medya, olayları haber olarak şekillendirmektedir. Haber/olay ilişkisi üzerinden haberin tanımını yapan Schramm, haberin olay olmadığı, olay olduktan sonra algılanabilecek, olgu olduğunu ve olayın esas çerçevesinin yeniden oluşturulabilme girişimiyle ilgili olduğundan bahseder (1949: 259). Ayrıca farklı bakış açılarına göre, haberin çeşitli tanımlarının olduğu görülebilmektedir (Bülbül, 2001: 75-83; Tokgöz, 2010: 208; Girgin ve Özay, 2013: 3-9). Kısaca haber “olay” olarak, olay ise ortaya çıkan durum olarak tanımlanmaktadır. Haberın bilgilenme,

duygulanım, eyleme yönlendirme veya yönlendirme ile bağı olduğuna işaret edilir (Girgin ve Özay, 2013: 2). Ayrıca haber, haber/gerçek ilişkisi bakımından ele alındığında, haberin gerçeği ne kadar yansıttığı sorgulanır ve haber ile gerçeğin birbirinden ayrıldığı belirtilir (Lippmann, 1922: 190).

Olay genelde, bir olgunun bir yer ve zaman içinde gerçekleşmesidir. Ancak haberin oluşturulması ve üretiminde insan faktörünün devreye girmesi ve birçok tanımının olması, aslında habere eleştirel yaklaşımın olduğuna da işaret etmektedir. Eleştirel yaklaşım, gerçekliğin kurgusal olarak medya kuruluşlarının yapısı ve yayın politikalarına göre yeniden inşa edilmiş hali olması nedeniyle, habere eleştiri getirmektedir (Rigel, 2000: 179). Haber medyasının taraflı olduğuna dikkat çekerken, medya ürünlerinin iktidara fayda sağlamakta olduğu üzerinde durur. Eleştirel yaklaşımda, haber-yorum ayrımı ve tarafsızlık/yansızlığa dikkat edilmesi nesnellığı sağlamada önemlidir (Uzun, 2014: 131-133). Haberdeki her öge belli anlam taşır. Gazetecilerin, bir olay hakkında kendi duygu, çıkar ve değer yargılarından bağımsız olarak olay hakkındaki çeşitli görüşleri vermeye çalışması nesnellığe ulaşma çabası olarak belirtilirken, taraf tutma ve seçiciliğin haber üretiminin tüm aşamalarında etkili olduğundan söz edilmektedir (Girgin, 2008: 126-129). Stevenson, haberlerin tarafsızlığından söz edilemeyeceğinden bahseder (2008: 52-53). Her ne kadar gazeteci veya medya kuruluşları belli olaylarda gerçeğin aktarılmasında çarpıtma meydana getirirler de, gündem hakkında gerçeğin aktarılmasını gazeteciliğin temel görevleri arasında görmektedirler (Mepham 1991'den Akt., Belsey ve Chadwick, 1998: 36).

Okuyucu/izleyici, nesnellik ve tarafsızlığın sağlandığı haber içeriklerine güven duymakta dolayısıyla yönelmektedir. Bu nedenle medyadaki haber güvenilirliğinin sağlanmasında nesnellik ve tarafsızlık olgularının önemli olduğu açıktır. Dürüstlük, doğruluk, objektiflik, tarafsızlık, dengelilik, hakkaniyet, profesyonel standartlar, kamusal yararın gözetilmesi, çıkar ilişkilerine girilmemesi, editöryel bağımsızlık, şeffaf mülkiyet ve sahiplik yapısı vb. unsurların medya ve haber güvenilirliğini etkileyen önemli unsurlar olduğu belirtilmektedir (Balcı ve Bekiroğlu, 2014: 194). Nesnellığın temelinde haberi doğru iletmek vardır. Habere doğru yaklaşmanın ilk şartında ise, haberi yapan kişi, yani gazetecinin nesnellik

ölçütleri devreye girmektedir. Haber açısından, nesnellik, haberi, bireysel etkilerden uzak, doğru, yansız, olduğu gibi vermek ve gerçeklerden ayrılmamak olarak tanımlanır (Bülbül, 2001: 269). Haberde nesnelliğin sağlanabilmesi için, gazetecinin tarafsızlıktan kaçınma kuralları olarak tanımlanan, belirli düzeyde ve çağdaş biçimde eğitilmiş olması, yetkin bir kültür düzeyine sahip olması, yakın çevreyle ilgili olması, ülkenin sorunlarını bilmesi, uluslararası gelişmelerden haberdar olması, vicdani ve toplumsal değerlere sahip olması, önyargılı olmaması, gerçeği belgelemesi, olaya duygularını katmaması, olaya politik ya da ekonomik görüşlerini katmaması, olayı saptırmaması, olayı abartmaması, özel bir amaca hizmet etmemesi, yorum yapmaktan kaçınması konularına dikkat etmesi gerektiği belirtilmektedir (Girgin, 2008: 131; Girgin ve Özay, 2013). Diğer açıdan haber etiğinin sadece gazetecinin kişisel yaklaşımıyla ilgili olmadığını belirten Saxer'i hatırlamakta fayda vardır (Saxer 1988'den Akt., Morresi, 2006: 31). Bu nedenle nesnellığe ulaşmada, gazetecinin çalıştığı medya kuruluşunda izlenen yayın politikalarının da önemli olduğu açıktır. Kovach ve Rosenstiel'in (2007: 77-89) nesnellik konusunda Lippmann'dan aktardığına göre, gazetecinin objektif olmaması, yöntemin objektif olması nesnelliğin anlamının kaybolmasına neden olmaktadır. Buna göre, medya kuruluşlarının izledikleri yayın politikalarına göre haberleri yeniden şekillendirip şekillendirmediği konusu önem arz etmektedir.

Yazılı basındaki haberlerde nesnellik ve tarafsızlık çeşitli araştırmalarda ele alınmıştır. 29 Mart 2009 Yerel Seçimleri öncesi Cumhuriyet, Yeni Şafak, Sabah, Hürriyet örneğinde, gazetelerin birinci sayfalarını içerik çözümlemesi yöntemiyle inceleyerek yazılı basının siyasete yaklaşımını ortaya koyan çalışma, medya kuruluşlarının kendilerine yakın buldukları siyasi görüş lehinde ya da kendilerine zıt gördükleri siyasi görüş aleyhinde yayın politikaları izlediği sonucunu ortaya koyarak, siyaset, iktidar, medya üçgeninde, medyanın asıl işi olan halkın sesi olmaktan uzaklaştığını ve medyanın güvenilirliğini kaybettiğinden bahsetmektedir (Şimşek, 2009: 124). Benzer şekilde, 2010 Referandumunda, Hürriyet, Habertürk, Zaman ve Yeni Şafak örneğinde, Türk basınının siyasal gündemini içerik çözümlemesiyle ele alan çalışma, gazetelerin siyasal gündemi yansıtma konusunda farklı yayın politikaları izlediğini ortaya koymaktadır (Göker ve Doğan, 2011: 45). Adalet ve

Kalkınma Partisi ve Cumhuriyet Halk Partisi örneğinde, 30 Mart 2014 Yerel seçimlerinin yaygın basındaki yansımaları içerik çözümlemesi yöntemiyle analiz eden çalışma, yaygın basının tarafsızlık ilkesi doğrultusunda yayın yapmadığı, bu yaklaşımın ise basının imajını olumsuz etkilediği tespitinde bulunmaktadır (Güneş, 2014: 13).

Yukarıda belirtilen literatür kapsamında araştırmanın sorusu ve oluşturulan varsayım şu şekildedir;

Araştırma sorusu: Gündem Belirleme Kuramı kapsamında, Türk basınında 2015 koalisyon görüşmeleri nasıl sunulmaktadır?

Varsayım: Gündem Belirleme Kuramı kapsamında, yazılı basın nesnellik, tarafsızlık ilkesine uymayarak, koalisyon görüşmeleri haberlerini verirken ideolojik olarak kendine yakın bulduğu siyasi partileri öne çıkarmaktadır.

2. Araştırma Yöntemi

Çalışma kapsamında gazetelerin birinci sayfalarındaki koalisyon görüşmelerine ait haberler ana manşet yaklaşımları, haberlerin sayfadaki yeri-konumu, sunumu, haber aktörü, niteliği, haber başlığında yorum olup olmadığı, habere yaklaşımı, koalisyon görüşmelerine katılan partiler ve partiler arasındaki ilişkilerin ele alınma biçimleri açısından ele alınmış, veriler kodlanarak SPSS 16.0 programında frekans analizleri yapılmıştır. Araştırma kapsamında farklı zamanlarda araştırmacı tarafından yapılan kodlamalarda, elde edilen veriler arasında uyumluluk olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada, 06 Temmuz-31 Ağustos 2015 tarihleri arasında, farklı yayın politikalarına sahip Sabah, Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinde, hükümet kurma çalışmalarısıyla ilgili 57 gün boyunca yayımlanan haberlerin sunumları incelenmiştir.

Bir konunun medya gündemine oturmadan önce gündeme gelme süreci vardır. Aynı şekilde medyanın gündeminden düştüğünde de bir süre daha o konuyla ilgili haberlere yer verildiği görülür. Dolayısıyla, koalisyon görüşmelerine ait daha fazla haberleri araştırma kapsamına dâhil edebilmek amacıyla, görüşmelerin başlangıcının bir hafta öncesindeki ve bir hafta sonrasındaki gazeteler araştırma kapsamına dâhil edilmiştir. Böylece, örnekleme dâhil edilen gazetelerdeki haberlerin

içerik çözümlemesi yapılarak, yazılı basında koalisyon görüşmeleri değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Gazetelerin okur kitlesi üzerindeki gündem yaratma etkilerini ortaya koymak amacıyla nicel içerik çözümlemesini kullanan ilk kişi Delos F. Wilcox'tur (1900) (Mutlu, 2010: 30-31). Laswell'de iletide yüklü anlamı ortaya koymak için içerik çözümlemesini kullanmıştır (McQuail ve Windahl, 2010: 28). Bu yönüyle içerik çözümlemesinde, mesaja yüklenen anlam çözümlenmiş olmaktadır. İçerik çözümlemesi, aslında iletişim kuramının, iletiye, mesaja ilişkin bakışıdır (O'Sullivan vd., 1994: 52). Orhan Gökçe'nin (2001: 25), Merten'den aktardığına göre, içerik çözümlemesi, sosyal gerçekliğin belirgin içerik özelliklerinden, belirgin olmayan özellikleri hakkında çıkarımda bulunarak sosyal gerçekliğin araştırılması olarak tanımlanır. John Fiske'ye göre ise, içerik çözümlemesi, çözümlenecek metinde, kolay tanımlanabilen, yeterli sıklıkta tekrar eden iletilerin belirlenerek, sayılması biçiminde uygulanır ve nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir açıklamasının yapılması olmaktadır (1996: 176). Örneğin, John Fiske (1996: 177), Paisley'nin çalışmasından aktardığına göre, 1960 seçimleri sırasında, Nixon ve Kennedy'nin dört televizyon tartışmasında bazı sözcükleri kaç kez kullandığına ilişkin gerçekleştirmiş olduğu içerik çözümlemesinde, Nixon'un daha kavgacı, Kennedy'nin daha uzlaşmacı olduğuna ilişkin bulgular ortaya koyduğunu belirtmektedir. Bu yönüyle içerik çözümlemesi, niceliksel verilerin gruplandırılarak açıklanması olarak tanımlanabilir.

Araştırma örneklemini, Sabah, Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman, Yeni Şafak ve Sözcü gazetelerinden oluşmaktadır. Bu nedenle araştırma örneklemine alınan gazeteler tiraj ve farklı yayın politikaları gösterip göstermediğine göre belirlenmiştir. Yeni Şafak ve Sabah gazeteleri, Türkiye'de iktidarda bulunan Adalet ve Kalkınma Partisi'ne yakın yayın politikası izlemekte olup, sahiplik yapısı da mevcut Cumhurbaşkanı'na yakın kişi ve akrabalarından oluşmaktadır. Sabah gazetesi, merkezde yer alırken, Yeni Şafak muhafazakâr sağ yayın politikası izlemektedir. Diğer dört gazete ise mevcut iktidara eleştirel yayın politikası izlemektedir. Ana akım medyada yer alan Hürriyet gazetesi, merkezde yer alırken, Türkiye'nin en büyük medya grubu Doğan Yayın Holding bünyesinde yayımlanmaktadır. Tiraj raporlarında ilk sırada yer alan Zaman gazetesi ise Gülen Cemaati olarak bilinen

yapının yayın organı olup, cemaat iktidar anlaşmazlığı ile birlikte, iktidara muhalif yayın çizgisi benimsemiştir. Ulusalçı yayın politikasını benimsemiş, merkez solda konumlanan Sözcü gazetesinin sahibi ise eski bir CHP milletvekilidir. Gazete 2000’li yılların ortasında iktidar baskısıyla ana akım medyadan uzaklaştırılan gazeteci ve köşe yazarlarını bünyesinde toplayarak, Türkiye’nin ilk beş gazetesinden biri olmayı başarmıştır. 1924 yılında Yunus Nadi tarafından kurulan Cumhuriyet gazetesi ise, bugün, sol bir yayın politikasını benimsemiş olarak yayın hayatını sürdürmektedir. Dolayısıyla, çalışmanın evreni yaygın basından oluşmaktadır.

Gazetelerin ana sayfaları, okuyucuların dikkatini çekmekte önem arz eder. Dolayısıyla araştırmada, koalisyon görüşmeleriyle ilgili haberlerin yalnızca gazetelerin ana sayfalarında nasıl yer aldığı incelenmiştir.

Van Dijk’in Schultz’dan aktardığına göre, televizyon haber programlarının bir olay hakkındaki yayın sıklığı ve haber hikâyesi uzunluğu izleyici dikkatlerinin belirli bir yöne çekilmesinde önem taşır. Buna ek olarak, bir haberin değerinin, haberin verilişindeki konum ve uzunluğuyla pozitif ilişkili olduğu belirtilmektedir (Van Dijk, 1988: 155). Haber hikâyesinin veriliş sıklığı, uzunluğu, konumu, haberin ele alınış biçimi gibi özelliklerin haberin önemine dair okuyucu/izleyici de algılama oluşturmaktadır. Bu nedenle analiz kapsamında kullanılan ölçütler aşağıda belirtilmektedir:

- Gazetelere göre koalisyon görüşmelerine ait haber dağılımları.
- Gazetelerin ana sayfalarındaki koalisyon görüşmelerine ait haber başlıklarında yorum yapılıp yapılmadığı.
- Gazetelerin ana sayfalarındaki koalisyon görüşmelerine ait haberlerin konumu (haberın sayfadaki yeri açısından manşet, alt manşet, sürmanşet olarak verilmesi).
- Gazetelerin ana manşet yaklaşımları (iktidara yakın olup olmamalarına göre manşeti ele alış biçimleri).
- Gazetelerin ana sayfalarındaki koalisyon görüşmelerine ait haberlerin sunumu (yazı, fotoğraf, grafik ve tablo kullanılıp kullanılmadığı).

- Gazetelerin ana sayfalarındaki koalisyon görüşmelerine ait haberlere yaklaşımı (habere olumlu/tarafsız/olumsuz yaklaşım yaklaşmadığı).
- Gazetelerin ana sayfalarındaki koalisyon görüşmelerine ait haber aktörleri (haber iletiminde kime yer verdikleri).
- Gazetelerin ana sayfalarındaki koalisyon görüşmelerine ait haberlerin niteliği, haberin hangi şekilde aktarıldığı (iddia, bilgilendirme, açıklama özelliklerinin kullanılıp kullanılmadığı).
- Gazetelerin ana sayfalarındaki haberlerde koalisyon görüşmelerine katılan partilere bakışı.
- Gazetelerin ana sayfalarındaki koalisyon görüşmelerine ait haberlerde partiler arasındaki ilişkilerin ele alınış biçimi.

3. Bulgular ve Analiz

Koalisyon sürecinde örneklem olarak seçilen gazetelerdeki koalisyon görüşmelerine ait haber dağılımları Tablo 1’de yer almaktadır. Hürriyet gazetesinin, 60 haberle koalisyon görüşmelerine ait en fazla haberi yayımladığı görülmektedir. Koalisyon süreciyle ilgili haberlerin, gazetelerdeki niceliksel yoğunluğu, gündemin farklı yayın politikaları izleyen gazeteler tarafından ne ölçüde önemsendiğini ortaya koymaktadır. Buna göre Hürriyet gazetesinin koalisyon sürecine ait haberleri diğer gazetelere göre daha çok gündeme getirdiği görülmektedir.

Tablo 1: Gazetelere Göre Koalisyon Görüşmelerine Ait Haber Dağılımları.

Gazeteler	f	%
Sabah	36	53,7
Hürriyet	60	72,3
Cumhuriyet	39	54,9
Sözcü	25	39,1
Yeni Şafak	38	55,9
Zaman	30	46,9
Toplam	228	100

Gazetelerin koalisyon görüşmelerine ait haber başlıklarında yorum kullanıp kullanmadığı Tablo 2’de verilmektedir. Koalisyon görüşmeleri süresince toplam 124 adet haber başlığında yoruma rastlanmıştır. Cumhuriyet gazetesinin 26 haberde, haber başlığına yorum yapmasıyla en çok haber başlığına yorum yapan gazete

olduğu görülmektedir. Gündem belirleme kapsamında, Cumhuriyet gazetesinin koalisyon görüşmelerine ait haber başlıklarında en fazla mevcut siyasal iktidara eleştiri, suçlama getiren yorumlarda bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2: Gazetelerin Ana Sayfalarındaki Koalisyon Görüşmelerine Ait Haber Başlıklarında Yorum Yapılıp Yapılmadığı.

	Sabah		Hürriyet		Cumhuriyet		Sözcü		Yeni Şafak		Zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Başlıkta yorum yok	20	29,9	36	43,4	13	18,3	7	10,9	14	20,6	14	21,9	104	24,9
Başlıkta yorum var	16	23,8	24	28,9	26	36,6	18	28,1	24	35,3	16	25	124	29,7
Toplam	36	53,7	60	72,3	39	54,9	25	39	38	55,9	30	46,9	228	54,7
Koalisyon görüşme haberi olmayan	31	46,3	23	27,7	32	45,1	39	61	30	44,1	34	53,1	189	45,3
Toplam	67	100	83	100	71	100	64	100	68	100	64	100	417	100

Tablo 3: Gazetelerin Ana Sayfalarındaki Koalisyon Görüşmelerine Ait Haberlerin Konumu.

	Sabah		Hürriyet		Cumhuriyet		Sözcü		Yeni Şafak		Zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Manşet	8	11,9	30	36,1	22	31	3	4,6	11	16,2	7	11	81	19,4
Manşet altı	15	22,4	16	19,3	14	19,7	4	6,2	11	16,2	20	31,2	80	19,2
Sayfa altı	12	17,9	10	12	1	1,4	4	6,2	4	5,9	3	4,7	34	8,1
Sürmanşet	1	1,5	4	4,9	2	2,8	14	22	12	17,6	0	0	33	7,9
Toplam	36	53,7	60	72,3	39	54,9	25	39	38	55,9	30	46,9	228	54,7
Koalisyon görüşme haberi olmayan	31	46,3	23	27,7	32	45,1	39	61	30	44,1	34	53,1	189	45,3
Toplam	67	100	83	100	71	100	64	100	68	100	64	100	417	100

Koalisyon görüşmelerine ait haberlerin gazetelerin birinci sayfalarının hangi konumunda yayınlandığı Tablo 3’de yer almaktadır. Elde edilen bulgulara göre, Hürriyet gazetesi koalisyon görüşmelerine ait 30 haberi manşetten verirken Sözcü gazetesinin 14 haberi sürmanşetten verdiği görülmektedir. Zaman gazetesinin ise, 20 koalisyon görüşme haberini manşet altından verdiği görülmektedir. Manşet ve sürmanşetin bir gazete açısından çok önemli konumlar olduğunu hatırlarsak, koalisyon görüşmelerine en çok Hürriyet gazetesinin daha sonra da Sözcü gazetesinin önem verdiği söylenebilir. Gündem belirleme kapsamında, Hürriyet

gazetesinin koalisyon görüşmelerine ait 35 haberi tarafsız olacak şekilde manşetine taşıdığı görülmektedir (Bknz. Tablo 4.) Ancak, Sözcü gazetesinin koalisyon görüşmelerine ait haberleri sürmanşetten verirken, gazete manşetinin daha çok siyasal iktidara eleştiri ve suçlama getirmek amacıyla kullanıldığı tespit edilmiştir.

Gazetelerin ana manşet yaklaşımları Tablo 4’de verilmiştir. Araştırma kapsamında ele alınan tarih aralığında gazetelerin ana manşet yaklaşımları analiz edildiğinde Sözcü gazetesinin mevcut siyasal iktidarı eleştiren, suçlayan, iktidara karşı 59 haberi ana manşetten verdiği, Sabah gazetesinin, iktidara destek verme ve var olan siyasal iktidara kamuoyu oluşturma adına 57 haberi manşetine taşıdığı tespit edilmiştir. Hürriyet gazetesinin ise, 35 haberi tarafsız olacak şekilde manşetine taşıdığı görülebilmektedir. Gündem belirleme kapsamında, gazete manşet yaklaşımlarına göre, Sabah gazetesinin iktidara destek verdiği, Sözcü gazetesinin iktidara karşı tutum sergilediği, Hürriyet gazetesinin ise, tarafsız olmaya çalıştığı söylenebilir.

Tablo 4: Gazetelerin Ana Manşet Yaklaşımları.

	Sabah		Hürriyet		Cumhuriyet		Sözcü		Yeni Şafak		Zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
İktidara karşı	3	4,5	15	18,1	41	57,8	59	92,2	0	0	57	89,1	175	42
Tarafsız	7	10,4	35	42,2	28	39,4	5	7,8	12	17,6	6	9,4	93	22,3
İktidara destek	57	85,1	11	13,2	2	2,8	0	0	55	80,9	0	0	125	29,9
Diğer	0	0	22	26,5	0	0	0	0	1	1,5	1	1,5	24	5,8
Toplam	67	100	83	100	71	100	64	100	68	100	64	100	417	100

Tablo 5: Gazetelerin Ana Sayfalarındaki Koalisyon Görüşmelerine Ait Haberlerin

Sunumu.

	Sabah		Hürriyet		Cumhuriyet		Sözcü		Yeni Şafak		Zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Yazı	14	20,9	23	27,7	14	19,7	2	3,1	10	14,7	14	21,9	77	18,5
Yazı+Foto	22	32,8	27	32,6	18	25,4	22	34,4	27	39,7	15	23,4	131	31,5
Karikatür	0	0	2	2,4	2	2,8	0	0	0	0	0	0	4	0,9
Yazı + Foto + Karikatür	0	0	7	8,4	1	1,4	0	0	0	0	0	0	8	1,9
Yazı + Grafik	0	0	0	0	3	4,2	1	1,5	1	1,5	1	1,6	6	1,4
Yazı + Karikatür	0	0	1	1,2	1	1,4	0	0	0	0	0	0	2	0,4
Toplam	36	53,7	60	72,3	39	54,9	25	39	38	55,9	30	46,9	228	54,7
Koalisyon görüşme haberi olmayan	31	46,3	23	27,7	32	45,1	39	61	30	44,1	34	53,1	189	45,3
Toplam	67	100	83	100	71	100	64	100	68	100	64	100	417	100

Bir haber görselinin haber metniyle birlikte kullanılması habere verilen önemi göstermektedir. Araştırma kapsamında analiz edilen gazetelerin haber sunumları Tablo 5’de yer almaktadır. Gazetelerin koalisyon görüşmelerine ait haberlerin 131’inde görsele yer verdiği görülmektedir. Tabloya göre, Yeni Şafak ve Hürriyet gazetelerinin 27 haberde görsel kullandığı tespit edilmiştir. Ancak Yeni Şafak gazetesinde yayımlanan görsel içeren haberlerin toplam haberlere oranı Hürriyet gazetesinden daha yüksektir. Yeni Şafak gazetesinin koalisyon görüşmelerine ait haber sunumlarını, gündem belirleme kapsamında değerlendirdiği açıktır.

Tablo 6: Gazetelerin Ana Sayfalarındaki Koalisyon Görüşmelerine Ait Haberlere Yaklaşımı.

	Sabah		Hürriyet		Cumhuriyet		Sözcü		Yeni Şafak		Zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Olumlu	12	17,9	12	14,5	15	21,1	5	7,8	19	28	8	12,5	71	17
Tarafsız	17	25,4	25	30,1	13	18,3	5	7,8	9	13,2	9	14,1	78	18,7
Olumsuz	7	10,4	23	27,7	11	15,5	15	23,4	10	14,7	13	20,3	79	19
Toplam	36	53,7	60	72,3	39	54,9	25	39	38	55,9	30	46,9	228	54,7
Koalisyon görüşme haberi olmayan	31	46,3	23	27,7	32	45,1	38	61	30	44,1	33	51,6	189	45,3
Toplam	67	100	83	100	71	100	64	100	68	100	64	100	417	100

Koalisyon görüşmeleri sürecinde gazetelerin koalisyon görüşmelerine ait haberlere yaklaşımının nasıl olduğu Tablo 6’da verilmiştir. Tabloya göre, 79 haberde koalisyon görüşmelerine ait gelişmelere olumsuz yaklaşıldığı görülmektedir. Bu durum, koalisyon görüşmelerinin gidişatına yönelik kamuoyunu bilgilendirme görevinde taraflı olduğunu ortaya koymaktadır. Hürriyet gazetesi yayımladığı 23 haberde koalisyon görüşmelerine olumsuz yaklaşmıştır. Görüşme sürecinin uzun sürmesi, parti lider ve yöneticilerinin bir, iki görüşme sonrası uzlaşma sağlayamaması, koalisyon görüşmelerinin gidişatının ne yönde geliştiğine dair taraflardan net bir açıklama gelmemesi, kamuoyunda partilerin uzlaşma sağlayamayacağı kanaatinin oluşmasına neden olmuştur. Görüşmelerin seyrine ait haberlere Hürriyet’in olumsuz yaklaşmasının nedeni bu olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, Hürriyet gazetesinin 25 habere tarafsız yaklaşması dikkat çekicidir. Buna ek olarak, Yeni Şafak gazetesinin, görüşme sürecinde siyasal iktidara yakın durması, destek sağlama ve güçlü siyasal iktidar imajı çizmek amacıyla gelişmelerin seyrine ait 19 habere olumlu yaklaştığı görülmektedir. O dönemde meydana gelen terör

olayları karşısında mevcut siyasal iktidarı güçlü göstermek amacıyla, Yeni Şafak gazetesinin koalisyon görüşmelerinin seyrine ait 19 habere olumlu yaklaştığı söylenebilir. Bu nedenle koalisyon görüşmelerine ait haber yaklaşımlarının, gündem belirleme kapsamında kullanıldığı görülmektedir.

Gazetelerin haber aktörü olarak kimlere yer verdiği, yani medyada o kişiye yayın açısından yer ve zaman ayırması, o kişiye verilen önem, değer ve desteğe işaret etmektedir. Tablo 7’de gazetelerin hangi parti liderlerine daha fazla yer verdiği görülmektedir. Sabah gazetesinin haber aktörü olarak koalisyon görüşmelerine katılan parti liderlerinden en fazla Ahmet Davutoğlu’na yer ayırması, Sabah gazetesinin AKP’ye ve Ahmet Davutoğlu’na destek verdiğini gösterirken, Sabah gazetesinin haber aktörlerini gündem belirleme amacıyla dikkate aldığını göstermektedir.

Tablo 7: Gazetelerin Ana Sayfalarındaki Koalisyon Görüşmelerine Ait Haber Aktörleri.

	Sabah		Hürriyet		Cumhuriyet		Sözcü		Yeni Şafak		Zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
AKP ve CHP’li yöneticiler	1	1,5	2	2,4	1	1,4	0	0	0	0	2	3,1	6	1,4
AKP’li yöneticiler	3	4,5	3	3,6	0	0	0	0	1	1,5	2	3,1	9	2,1
CHP’li yöneticiler	1	1,5	3	3,6	1	1,4	2	3,1	0	0	1	1,5	8	2
Muhabir	15	22,3	23	27,7	27	38,1	17	26,5	25	36,7	9	14,1	116	28
Devlet Bahçeli	2	3	5	6	3	4,2	1	1,6	1	1,5	7	10,9	19	4,5
Ahmet Davutoğlu	9	13,4	8	9,6	1	1,4	2	3,1	8	11,7	7	10,9	35	8,5
Kemal Kılıçdaroğlu	5	7,5	12	14,6	5	7	3	4,7	2	3	2	3,1	29	7
MHP’li yöneticiler	0	0	1	1,2	0	0	0	0	1	1,5	0	0	2	0,4
HDP’li eş başkanlar	0	0	2	2,4	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0,4
Celal Doğan	0	0	0	0	1	1,4	0	0	0	0	0	0	1	0,2
Tusiad	0	0	1	1,2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,2
Toplam	36	53,7	60	72,3	39	54,9	25	39	38	55,9	30	46,9	228	54,7
Koalisyon görüşme haberi olmayan	31	46,3	23	27,7	32	45,1	39	61	30	44,1	34	53,1	189	45,3
Toplam	67	100	83	100	71	100	64	100	68	100	64	100	417	100

Tablo 8’de koalisyon görüşmeleri süresince gazetelerin koalisyon görüşmelerine ait haber nitelikleri yer almaktadır. Koalisyon görüşmeleri medyaya kapalı gerçekleştirildiği için, görüşme sonrası lider veya parti yöneticilerinin kamuoyunu bilgilendirmeye dair açıklamaları doğaldır. Başka bir açıdan, hükümeti kurmaya yönelik sürdürülen görüşmelerin neticesinde parti lider veya yöneticileri

tarafından potansiyel ortakları hakkında çeşitli iddia, eleştiri, korku ifadelerinin yer alması pek uygun durum olarak değerlendirilmemektedir. Tabloya göre, Hürriyet gazetesinin 35 haberi açıklama niteliğinde sunması, Hürriyet gazetesinin koalisyon görüşmelerine katılan taraflara olabildiğince yer verme çabası olarak değerlendirilebilir. Çünkü Hürriyet gazetesinin 35 adet haber manşetini mevcut siyasal iktidara yönelik tarafsız bir şekilde oluşturduğu görülmüştü (Bknz. Tablo 3.) Buna göre, Hürriyet gazetesinin koalisyon görüşmelerine ait haber niteliklerini, gündem belirleme kapsamında değerlendirdiği görülmektedir.

Tablo 8: Gazetelerin Ana Sayfalarındaki Koalisyon Görüşmelerine Ait Haberlerin Nitelikleri.

	Sabah		Hürriyet		Cumhuriyet		Sözcü		Yeni Şafak		Zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Açıklama	22	32,7	35	42,2	12	16,9	9	14	14	20,6	23	35,9	115	27,6
Beklenti	1	1,5	1	1,2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0,4
Bilgilendirme	6	9	13	15,7	10	14,1	3	4,7	14	20,6	0	0	46	11
Değerlendirme	1	1,5	1	1,2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0,4
İddia	0	0	0	0	0	0	1	1,6	0	0	0	0	1	0,2
Yorum	6	9	10	12	17	23,9	12	18,7	10	14,7	7	11	63	15
Toplam	36	53,7	60	72,3	39	54,9	25	39	38	55,9	30	46,9	228	54,7
Koalisyon görüşme haberi olmayan	31	46,3	23	27,7	32	45,1	38	61	30	44,1	33	53,1	189	45,3
Toplam	67	100	83	100	71	100	64	100	68	100	64	100	417	100

Tablo 9: Gazetelerin Ana sayfalarındaki Haberlerde Koalisyon Görüşmelerine Katılan Partilere Bakışı.

	Sabah		Hürriyet		Cumhuriyet		Sözcü		Yeni Şafak		Zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
AKP Olumsuz	0	0	5	5,5	4	12,5	13	40,5	0	0	7	36,8	29	13,9
AKP Nötr	3	25	21	23,1	6	18,7	3	9,4	3	12,5	0	0	36	17,1
AKP Olumlu	2	16,6	8	8,9	4	12,5	0	0	6	25	3	15,8	23	11
CHP Olumsuz	0	0	5	5,5	0	0	0	0	3	12,5	0	0	8	3,8
CHP Nötr	2	16,6	21	23,1	6	18,7	5	15,6	4	16,6	3	15,8	41	19,5
CHP Olumlu	1	8,4	10	10,9	6	18,7	4	12,5	0	0	4	21	25	12
MHP Olumsuz	3	25	4	4,4	1	3,2	1	3,2	6	25	1	5,3	16	7,6
MHP Nötr	1	8,4	12	13,1	3	9,3	5	15,6	0	0	0	0	21	10
MHP Olumlu	0	0	0	0	1	3,2	0	0	2	8,4	0	0	3	1,4
HDP Olumsuz	0	0	2	2,2	0	0	0	0	0	0	1	5,3	3	1,4
HDP Nötr	0	0	2	2,2	1	3,2	1	3,2	0	0	0	0	4	1,9
HDP Olumlu	0	0	1	1,1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0,4
Toplam²	12	100	91	100	32	100	32	100	24	100	19	100	210	100

² Gazetelerin haber başına koalisyon görüşmelerine katılan partilere bakış tablosundaki toplam sayı, bir haberde birden fazla bakış açısını yansıtabilmektedir.

Haber başına gazetelerin koalisyon görüşmelerine katılan partilere bakışının nasıl olduğu Tablo 9’da yer almaktadır. Bu tabloya göre, Hürriyet gazetesi, 21 haberde AKP’ye tarafsız, 8 haberde AKP’ye olumlu, 5 haberde CHP’ye olumsuz, 21 haberde CHP’ye tarafsız, 10 haberde CHP’ye olumlu, 12 haberde MHP’ye tarafsız bakış yansıtmıştır. Hürriyet gazetesinin bir parti hakkında hem olumlu hem olumsuz, hem de tarafsız bakış açılarını yansıtmaması, koalisyon görüşmelerine katılan partilere karşı eşit mesafede durma çabası olarak değerlendirilebilir. Ancak Sözcü gazetesinin 13 haberde AKP’ye olumsuz ya da AKP hakkında hiç olumlu haber yapmaması, Yeni Şafak gazetesinin ise 6 haberde MHP’ye olumsuz, AKP’ye ise olumlu bakış açısı yöneltmesi koalisyon görüşmeleri sürecinde yapılan haberlerde taraflı tutumun sergilendiğine işaret etmektedir. Bu nedenle, gazetelerin koalisyon görüşmelerine ait haberlerde görüşmelere katılan partilere bakışında gündem belirlemenin etkin biçimde kullanıldığını söylemek mümkündür.

Tablo 10: Gazetelerin Ana Sayfalarındaki Koalisyon Görüşmelerine Ait Haberlerde Partiler Arasındaki İlişkilerin Ele Alınış Biçimi.

	Sabah		Hürriyet		Cumhuriyet		Sözcü		Yeni Şafak		Zaman		Toplam	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
AKP-CHP Olumsuz	5	13,9	14	29,1	8	20,5	2	8	11	32,4	8	26,7	48	22,7
AKP-CHP Nötr	5	13,9	6	12,5	6	15,5	6	24	6	17,6	5	16,7	34	16
AKP-CHP Olumlu	10	27,8	14	29,1	7	18	4	16	4	11,8	8	26,7	47	22,2
AKP-MHP Olumsuz	5	13,9	9	18,8	6	15,5	6	24	4	11,8	7	23,3	37	17,5
AKP-MHP Nötr	5	13,9	2	4,2	1	2,5	0	0,0	4	11,8	1	3,3	13	6,2
AKP-MHP Olumlu	2	5,5	0	0,0	7	18	1	4	2	5,9	0	0,0	12	5,7
AKP-HDP Olumsuz	0	0,0	2	4,2	1	2,5	1	4	1	2,9	1	3,3	6	2,8
AKP-HDP Nötr	2	5,5	1	2,1	1	2,5	0	0,0	1	2,9	0	0,0	5	2,4
AKP-HDP Olumlu	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0
CHP-MHP Olumsuz	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	2,9	0	0,0	1	0,4
CHP-MHP Nötr	1	2,8	0	0,0	0	0,0	1	4	0	0,0	0	0,0	2	0,9
CHP-MHP Olumlu	0	0,0	0	0,0	1	2,5	2	8	0	0,0	0	0,0	3	1,4
CHP-HDP Olumsuz	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0
CHP-HDP Nötr	1	2,8	0	0,0	0	0,0	1	4	0	0,0	0	0,0	2	0,9
CHP-HDP Olumlu	0	0,0	0	0,0	1	2,5	1	4	0	0,0	0	0,0	2	0,9
MHP-HDP Olumsuz	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0
MHP-HDP Nötr	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0
MHP-HDP Olumlu	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0
Toplam³	36	100,0	48	100,0	39	100,0	25	100,0	34	100,0	30	100,0	212	100,0

³ Koalisyon görüşmelerinde gazetelerin partiler arasındaki ilişkileri ele alma biçimi tablosundaki toplam sayı, bir haberde birden fazla ilişkiyi ele alma şeklini yansıtabilmektedir.

Gazetelerde yer alan haberlerin, koalisyon görüşmelerinde partiler arasındaki ilişkileri nasıl ele aldığı Tablo 10'da yer almaktadır. AKP-CHP arasındaki ilişkileri olumsuz ele alan toplam 48 haber mevcuttur. Hürriyet gazetesinin 14 haberde AKP-CHP arasındaki ilişkileri olumsuz değerlendirdiği görülmektedir. Ancak yine 14 haberde AKP-CHP arasındaki ilişkileri olumlu değerlendirdiği görülmektedir. Hürriyet'in 14 haberde AKP-CHP arasındaki ilişkileri hem olumlu hem olumsuz değerlendirmesi, koalisyon görüşmelerinde partiler arasındaki ilişkileri tarafsız bir şekilde yansıtmaya çabası olarak değerlendirilebilir. Sabah gazetesinin 10 haberde AKP-CHP arasındaki ilişkileri olumlu ele aldığı görülmektedir. Benzer şekilde Yeni Şafak gazetesinin 11 haberde AKP-CHP arasındaki ilişkileri olumsuz ele aldığı görülmektedir. Buna ek olarak, Sabah gazetesinin AKP-CHP arasındaki ilişkileri olumsuz ele aldığı haber sayısı 5, Yeni Şafak gazetesinin AKP-CHP arasındaki ilişkileri olumlu ele aldığı haber sayısı 4'tür. Ortaya çıkan durum, Sabah ve Yeni Şafak gazetelerinin koalisyon görüşmeleri sürecinde partiler arasındaki ilişkileri ele alma biçiminde taraflı tutum sergilediklerini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, koalisyon görüşmelerine ait haberlerde gazetelerin partiler arasındaki ilişkileri ele alış biçimi bakımından gündem belirlemenin etkin kullanıldığı söylenebilir.

Yukarıda belirtilen bulgular ışığında, koalisyon görüşmeleri kapsamında, araştırmada yer verilen gazetelerin nesnellik ilkesine uymayarak, yayın politikasını kendisine yakın bulduğu siyasi parti lehine oluşturduğu ve buna bağlı olarak, gündem belirlemeyi etkin biçimde kullanmaya çalıştığı varsayımı doğrulanmaktadır.

Sonuç

Gazeteciliğin en önemli görevi olayların tüm gerçekliğiyle aktarılmasıdır. Liberal anlayışa göre, bağımsız, eleştiriye dayanan ve toplumun bilgi edinme hakkını önemseyen medya için en uygun ortam serbest piyasadır. Liberal yaklaşım, serbest piyasaya imkân sağlarken, piyasada güçlü olanın lehine, (medya açısından) tekelleşmeye neden olmaktadır. Bağımsız ve çoğunluğun sağlanmadığı demokratik ortamlarda, tekelleşme, demokrasi adına olumsuz olarak değerlendirilir. Seçim, seçim sonrası ve koalisyon görüşmeleri sırasında, medyadaki tartışmaların bir kısmını, medyanın taraflı yayın politikaları izlemesi oluşturmaktadır. Yapılan yayınlar nedeniyle gazetecilik meslek ilkelerinin eleştiri konusu yapılması, medya ve

demokrasi açısından olumsuz değerlendirilirken, ortaya çıkan durumun medyanın kalitesizleşmesine, dolayısıyla basının işlevsizleştirilmesine neden olmaktadır.

7 Haziran 2015 Genel Seçimleri ardından oluşan siyasi tablo, hükümet kurmak için koalisyon gerçekleştirilmesini zorunlu kılmıştır. Araştırma, hükümeti kurma çalışmaları kapsamında gerçekleştirilen koalisyon görüşmelerinde, Sabah, Hürriyet, Cumhuriyet, Zaman, Yeni Şafak ve Sözcü gazeteleri örneğinde, Türk basınının, siyasi gündemi nasıl yansıttığını yani koalisyon görüşmelerinin Türk basınında sunumunu ele almaktadır.

Araştırma sonucu, en çok Cumhuriyet gazetesinin haber başlığında yoruma yer verdiğini; Sözcü ve Zaman gazetelerinin koalisyon görüşmelerine ait haberleri daha çok manşet altı ve sürmanşetten vermeyi tercih ettiklerini; Sözcü gazetesinin en çok AKP'yi eleştiren ve Sabah gazetesinin en çok AKP'ye destek veren haberlere ana manşette yer vermeyi tercih ettiğini; AKP'nin koalisyon görüşmelerini uzun süreye yayması ve o dönemde meydana gelen terör olayları nedeniyle Yeni Şafak gazetesinin koalisyon görüşme haberlerine olumlu yaklaştığını; Sabah gazetesinin AKP-CHP arasındaki ilişkileri olumlu, Yeni Şafak gazetesinin AKP-CHP arasındaki ilişkileri olumsuz ele almasının, gazetelerin yayın politikalarına göre haber yaptıklarını ortaya koymaktadır.

Gazete gündemlerinin gazeteden gazeteye farklılık göstermektedir. Özellikle de gazetelerin koalisyon görüşmelerine ait haber başlıklarında yoruma yer vermeleri, haberlerin konumu, manşet yaklaşımları, haber sunumları, kullanılan haber aktörleri, haber yaklaşımları, haber başına koalisyon görüşmelerine katılan partilere bakışı ve partiler arasındaki ilişkileri ele alma biçimleri bakımından, gazetelerin taraflı tutum sergilediği görülmekte, gazetelerin yayın politikalarına göre konuları değerlendirdikleri ve sundukları, dolayısıyla gündem belirlemeyi etkin biçimde kullandıkları görülmektedir. Örneğin, koalisyon görüşmelerine ait haber sayılarının gazeteden gazeteye farklılık göstermesi, koalisyon görüşmelerine gazetelerin verdiği önemi göstermektedir. Araştırma sonucunu destekler diğer bir bulgu ise, gazetelerde partiler arasında gerçekleştirilen koalisyon görüşmelerinin seyrinin ne yönde geliştiğine dair bilgilendirici net bir ifadeye rastlanmaması, Sözcü gazetesinin koalisyon görüşmelerine ait haberleri daha çok sürmanşetten vermesi, manşetini ise

AKP'yi eleştirmek amacıyla kullanması, Sabah gazetesinin yaklaşımının ise bu durumun aksi yönde olmasıdır.

Araştırmada, Sabah gazetesinin toplumu birleştirici bir tutum sergilemeye çalıştığı, Hürriyet gazetesinin koalisyon görüşmelerine katılan partilere karşı tarafsız olmaya çalıştığı, Yeni Şafak gazetesinin AKP'ye olumlu bakış sergilerken, AKP-CHP arasında gerçekleşen koalisyon görüşmelerine olumsuz yaklaştığı, Cumhuriyet, Zaman ve Sözcü gazetelerinin ise AKP'ye karşı eleştirel duruş sergiledikleri saptanmıştır.

KAYNAKÇA

- ARABACI, Caner (2004). Basın ve Siyaset Üzerine, (Editör), Metin Işık. Medyada Yeni Yaklaşımlar, Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları, s.105-128.
- BALCI, Şükrü ve BEKİROĞLU, Onur (2014). “Medyanın Kritik ve Süreğen Dönemeci: Üniversite Öğrencilerinin Gözünden Medya Haberlerinin Güvenilirliği”, Selçuk İletişim, 8(2), s.192-217.
- BELSEY, Andrew ve CHADWICK, Ruth (1998). Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar, (Çev: Nurçay Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BÜLBÜL, A. Rıdvan (2001). Haberin Anatomisi ve Temel Yaklaşımlar, Ankara: Nobel Yayınevi.
- EYÜBOĞLU, Ercan (1999). İletişim, Siyaset, İktidar, Medya, (Editör), Korkmaz Alemdar, Medya Gücü ve Demokratik Kurumlar, İstanbul: Afa Yayıncılık, s.43-55.
- FİSKE, John (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş, (Çev: Süleyman İrvan) Ankara: Ark Bilim ve Sanat Yayınları.
- GİRGİN, Atilla ve ÖZAY, Seçil (2013). Haber Yazmak, İstanbul: Der Yayınları.
- GİRGİN, Atilla (2008). Gazeteciliğin Temel İlkeleri, İstanbul: Der Yayınları.
- GÖKÇE, Orhan (2001). İçerik Çözümlemesi, Teori-Metod-Uygulama, Konya: Selçuk Üniversitesi Yaşatma ve Geliştirme Vakfı Yayınları.

- GÖKER, Göksel ve DOĞAN, Adem (2011). “2010 Referandumunda Türk Basınının Siyasal Gündemi: Hürriyet, Haber Türk, Zaman ve Yeni Şafak Örneğiyle”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(2), s.45-69.
- GÜNEŞ, Ahmet (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, 4(2), s.1-15.
- GÜZ, Nurettin (2005). Haberde Yönlendirme ve Kamuoyu Araştırmaları, Ankara: Nobel Yayınevi.
- HERMAN, Edward S. ve CHOMSKY, Noam (1999). Medya Halka Nasıl Evet Dedirtir, (Çev: Berfu Akyoldaş, Tamara Han, Metin Çetin ve İsmail Kaplan) İstanbul: Minerva Yayınları.
- KOVACH, Bill ve ROSENSTIEL, Tom (2007). Gazeteciliğin Esasları, Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- LIPPMAN, Walter (1922). Public Opinion, <http://www.collier.sts.vt.edu/5314/lippmannpublicop.pdf>, Erişim Tarihi: 22.09.2015.
- McCOMBS, Maxwell E. ve SHAW, Donald L. (1972). “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, The Public Opinion Quarterly, 36(2), p.176-187.
- McQUAIL, Denis ve WINDAHL, Sven (1994). Kitle İletişim Çalışmaları İçin İletişim Modelleri (Çev: Banu Dağtaş ve Uğur Demiray), Anadolu Üniversitesi, Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırmalar Çalışmalar Vakfı Yayınları.
- McQUAIL, Denis ve WINDAHL, Sven (2010). İletişim Modelleri (Çev: Konca Yumlu), Ankara: İmge Kitabevi.
- MEYER, Thomas (2014). Medya Demokrasisi: Medya Siyaseti Nasıl Sömürgeleştirir?, İstanbul: Köprü Kitapları.
- MORRESI, Enrico (2006). Haber Etiği: Ahlaki Gazeteciliğin Kuruluşu ve Eleştirisi (Çev: Fırat Genç), Ankara: Dost Kitabevi.
- MUTLU, Erol (2010). Kitle İletişim Kuramları, Ankara: Ütopya Yayınevi.

- O'SULLIVAN, Tim; HARTLEY, John; SAUNDERS, Danny; MONTGOMERY, Martin ve FISKE, John (1994). *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, London: Routledge.
- ÖNCEL, Gülen Kurt (2013). *Türkiye'de Soruşturmacı Gazetecilik*, İstanbul: Evrensel Basım Yayın.
- ÖZER, Ömer (2013). *Medyanın Etkilerine Yönelik Yaklaşımlar*, (Editör), Erkan Yüksel. *İletişim Kuramları*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 2803, s.60-83.
- RİGEL, Nurdoğan (2000). *İleti Tasarımında Haber*, İstanbul: Der Yayınevi.
- SCHRAMM, Wilbur (1949). "The Nature of News", *Journalism Quarterly*, 26(3), p.259-269.
- SÖNMEZ, Mustafa (2003). *Filler ve Çimenler*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- STEVENSON, Nick (2008). *Medya Kültürleri, Sosyal Teori ve Kitle İletişimi*, Ankara: Ütopya Yayınevi.
- ŞİMŞEK, Sedat. (2009). "Medya-Siyaset-İktidar Üçgeninde Medya Gerçeği", *Selçuk İletişim Dergisi*, 6(1), s.124-143.
- TOKGÖZ, Oya (2010). *Temel Gazetecilik*, Ankara: İmge Kitabevi.
- UZUN, Ruhdan (2011). *İletişim Etiği: Sorunlar ve Sorumluluklar*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- UZUN, Ruhdan (2014). "Medya Siyaset ilişkileri: Türkiye'de Savunucu Gazetecilik Olgusunun İncelenmesi", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 39, s.129-147.
- Van DIJK, Teun A. (1988). *News As Discourse*, New Jersey: Lawrence Erlbaum.