

30 MART 2014 YEREL SEÇİMLERİNDE YEREL BASININ GÜNDEM BELİRLEMESİ: GÜMÜŞHANE ÖRNEĞİ

Fatma NİSAN¹

ÖZET

Ulusal basın ve ulusal siyaset arasında olduğu gibi yerel basın ve yerel siyaset arasında da koparılmayacak bir ilişki vardır. Bu ilişkinin temelinde siyasetin basını bir propaganda ve ikna aracı olarak kullanması yatmaktadır. Yerel basın da siyasetin bu amacını özellikle seçimler döneminde siyaseti sayfalarında çokça işleyerek yerine getirmektedir. 30 Mart 2014 yerel seçimlerinde yerel basının gündem belirlemesi olayının Gümüşhane örneğinden yola çıkılarak işlendiği bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada, 30 Mart 2014 yerel seçimlerinin Gümüşhane yerel basınının gündemini ne derecede işgal ettiğini belirlemek amaçlanmıştır. Çalışmada ayrıca yerel basının yerel seçimlerle ilgili haberlere yer verirken nesnellik kriterine uygun davranıp davranmadığına da bakılmıştır. Çalışmada Gümüşhane’de günlük yayın yapan Gümüşkoza, Kuşakkaya ve Gümüşkent gazetelerinin bir aylık süreçleri incelenmiştir. Çalışmanın bulguları, her üç gazetenin de yerel seçimlere önemli derecede yer ayırdığını ve seçimleri gündemde tuttuğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Yerel Seçimler, Yerel Basın, İçerik Analizi, Gündem Belirleme Kuramı

AGENDA SETTING BY LOCAL MEDIA IN MARCH 30TH LOCAL ELECTIONS: GÜMÜŞHANE SAMPLE

ABSTRACT

There is an indispensable relationship between local media and local politics just as in national media and national politics. What underlies this relationship is that politics make use of media as a means of campaign and persuasion. In this respect, local media fulfills this goal by handling political issues in their newspapers, especially during the local elections period. In this study, content analysis was used in order to determine how effective the local media is in agenda setting in March 30th, 2014 Local Elections based on Gümüşhane sample. In the study, it was aimed to determine how and to what extent March 30th Local Elections was included in the agenda. It was also analyzed whether the local media was subjective or not while making news about local elections. Regarding this, three daily local newspapers of Gümüşhane- Gümüşkoza, Kuşakkaya and Gümüşkent- were analyzed for a month. Findings of the study suggest that all of these newspapers gave wide publicity to local elections and kept it on the agenda.

Keywords: Local Elections, Local Media, Content Analysis, Agenda Setting Theory

¹ Yrd. Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, ftmnsn@gmail.com, fnisan@gumushane.edu.tr

Giriş

Yerel basın bir ülkede yapılan yerel seçimlerin gündeme getirilmesi aşamasında çok önemli görevler üstlenir. Bu durum yerellik açısından değerlendirildiğinde yerel basının asıl işlevi olarak görülmektedir. Bu noktada, siyaset ve medya arasındaki ilişki kabul edildiği gibi yerel basın ve yerel siyasi partiler arasındaki ilişki de inkâr edilemeyecek bir boyuttadır.

Yerel seçim dönemlerinde yerel basın, ulusal basında olduğu gibi siyasetle ilgili gündemi belirlemektedir. Yerel basın bu işlevini siyasi haberlere birinci sayfasında manşetten ya da sürmanşetten sık bir şekilde vererek yerine getirmektedir. Böylelikle kitleler gündemden uzak kalmamakta ve seçim dönemlerinde yerel yönetimlerden ve faaliyetlerinden haberdar olarak bilgilenmektedir.

Bu çalışmanın amacı, 30 Mart 2014 yerel seçimlerinin Gümüşhane yerel basınının gündemini ne derecede işgal ettiğini belirlemektir. Çalışmada ayrıca yerel basının yerel seçimlerle ilgili haberlere yer verirken nesnellik kriterine uygun davranıp davranmadığına da bakılmıştır. Gümüşhane yerel basınıyla ilgili daha önce öyle bir çalışmanın yapılmamış olması çalışmanın önemini artırmaktadır. Gümüşhane ilinde günlük yayın yapan Gümüşkoza, Gümüşkent ve Kuşakkaya gazetelerinin 1-31 Mart 2014 tarihleri arasındaki bir aylık sayılarının incelendiği çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışma bir aylık bir süreçle sınırlandırılmış olup çalışmada sadece üç gazetenin incelenmiş olmasının nedeni Gümüşhane’de günlük yayın yapan sadece bu üç gazetenin var olmuş olmasından kaynaklanmaktadır. Bir aylık süreçteki tüm günlerin incelenmiş olduğu çalışmada, gazetelerin baskılarının o gün olmamasından dolayı, Pazar günleri inceleme dışı bırakılmıştır. Analiz kısmında köşe yazıları incelemeye dahil edilmemiş olup sadece haber materyalleri üzerinde durulmuştur. Gazetelerin sadece birinci sayfaları değil tüm sayfaları incelemeye dâhil edilmiş ve gündem belirleme derecesini ölçmek amacıyla birinci sayfa haberleri –özellikle manşet- derinlemesine bir incelemeye tabi tutulmuştur.

1. Gündem Belirleme Kuramı

Ana akım yaklaşımların içerisinde yer alan Gündem Belirleme Kuramı, “halkın çeşitli güncel sorunların görece önemini algılamasının kökenini açıklamaya çalışan bir kitle iletişim kuramıdır” (Mutlu, 2008: 121). Kuramın yakın dönemlerdeki öncüleri arasında Amerikalı araştırmacılar McCombs ve Shaw gibi önemli isimler yer almaktadır. Bu kuram, “kitle iletişim araçları, halka ‘ne düşüneceklerini söylemede’ çoğu kez başarılı olmayabilir; fakat izleyicilerine ‘ne hakkında düşüneceklerini’ anlatmada çok başarılıdır” (Cohen, 1963, 38; Yüksel, 2001: 34) savını ortaya atmaktadır. Bu savdan da anlaşılacağı gibi, Gündem Belirleme Kuramı, “medya etkilerinin bir şeylerden haberdar olma ve o şeyin farkına varma anlamındaki ilk düzeyini açıklamaya çalışmaktadır” (İrvan, 2001: 69).

Bu kuram daha çok kitle iletişim araçlarının gündem oluşturması üzerinde durmaktadır. “Gündem belirleme kitle iletişim araçlarının halk üzerinde etkili olabileceğinin olası yollarından biridir. Gündem belirleme, medyanın haberleri sunuş yoluyla, halkın düşündüğü ve konuştuğu konuları belirlediği düşüncesine dayanmaktadır” (Severin ve Tankard, 1994: 364). Kitle iletişim araçları, toplumu ilgilendiren çok sayıda konuyu gündemlerine taşıyarak konular hakkında farkındalık yaratmaktadır. “İzleyiciler, kitle iletişim araçları vasıtasıyla sadece toplumu ilgilendiren konuların ve diğer sorunların neler olduğunu değil ayrıca, kitle iletişim araçları üzerine verdikleri vurgudan hareketle bir sorun veya konuya ne kadar önem vereceklerini de öğrenmektedir” (McQuail ve Windahl, 1993: 91; Yaylagül, 2008, 68). Zaten “Gündem Belirleme Kuramına göre “gündem” kavramı, zamanın belirli bir noktasında önemlilik sırasına göre dizilmiş konu ya da olayların listesi biçiminde tanımlanmaktadır” (Dearing ve Rogers, 1996: 2).

Gündem Belirleme Kuramına göre, kitle iletişim araçları, toplumun gündemini oluşturması istenilen birtakım konuları izleyici kitlelere aktararak onların ilgisini kısa sürede o konuya çekmektedir. İzleyici kitleler de eğer konuya yeterince ilgi gösterirlerse toplumda kısa süre içerisinde o konuyla ilgili bir takım kanaatlerin ortaya çıktığı, o kanaatler doğrultusunda da bir kamuoyu oluştuğu gözlenmektedir (Güngör, 2013: 113). Bu durumun farkında olan siyasi partiler kitle iletişim araçlarını kendi amaçlarına hizmet etsin diye kullanmaktadır. “Siyasal seçim

dönemlerinde siyasal partiler toplumun kendilerine ilgisinin sürekliliğini ve canlılığını sağlamak için topluma durmaksızın, gündem oluşturacak birtakım bilgiler aktarmaktadır. Böyle durumlarda da etkinin hemen ortaya çıkmasından çok zamana yayılarak sürekliliğini koruması önemsenmektedir” (Güngör, 2013: 113).

2.Yerel Yönetimler ve Yerel Seçimler

Ülke genelinde yapılmakta olan genel ve yerel seçimler demokratik sistemin bir gerekliliğidir. “Yöneticileri belirlemek amacıyla yapılmakta olan seçim; bir kamu görevini yürütecek olan kişi veya kurulun, seçmenler tarafından, birden fazla aday arasında yapılacak olan tercihlerle belirlenmesi olayıdır” (Türk, 2006: 76). Türkiye’de seçimler genel ve yerel düzeyde olmak üzere iki şekilde gerçekleşmektedir. “Yerel yönetimler, siyaseti belirlemede ve yerel demokraside önemli sorumluluklara sahiptir” (Murray, 1999: 33). “Yerel siyaset, genel siyasetin hedeflemiş olduğu amacı, kent ölçüsünde ve kent yönetiminde gerçekleştirmeye çalışır. Dolayısıyla yerel siyasetin amacı, mevcut olanaklarla yerel halka hizmet götürmek ve onları yönetebilmektir” (Özel, Eren ve İnal, 2009: 37). Burada, “Kent ve kent yönetimleri, yerel siyasetin merkezi kavramları” (Türküne, 2003: 7) olarak ortaya çıkmaktadır.

Yerel yöneticiler, yerel seçimlerle seçilmekte ve yerel siyaset yerel seçimler sonucunda sürdürülebilmektedir. “Yerel seçimler, katılım oranları, seçmen eğilimleri, sonuçları ve ilgilileri gibi konularda genel seçimlerden ayrılmaktadır. Buna göre, yerel seçimler, yerel yöneticilerin seçilmesi eylemi kadar aynı zamanda seçmenlerin merkezi iktidara bir mesaj verme biçimi olarak da değerlendirilmektedir. Bu çerçevede yerel seçimleri genel seçimlerden farklı düşünmek çoğu zaman mümkün görülmemektedir” (Doğan ve Göker, 2010: 160).

Yerel siyasetin önemli kurumlarından biri de belediyelerdir. “Belediyelerde iktidar gücünü ele geçirerek yerel topluluğu yönetmek ve yerel düzeydeki kaynakların kullanımı, yeniden üretimi ve dağıtımında karar verici konumunda olmak ve kalmaya devam etmek amacıyla iktidar olmak isteyen aktörler, yerel halkın memnuniyetini önemsemek durumundadır” (Özel, Eren ve İnal, 2009: 34). Bu noktada, “belediye yönetimlerinin, yeniden seçilerek iktidarlarını sürdürebilmeleri ile

yerel halkın memnuniyeti arasında doğrudan bir ilişkinin bulunduğu söylenebilmektedir” (Özel, Eren ve İnal, 2009: 38).

Yerel yönetimlerde belediye yönetimleri seçilirken siyasi partiler için de bir tercih söz konusudur. “Siyasi partiler, bir program çerçevesinde siyasal kararları etkilemek ve bu amaçla siyasal iktidarı ele geçirmek üzere örgütlenmiş kuruluşlardır” (Kışlalı, 1997: 238). Seçmenlerde memnuniyeti oluşturma çabası içerisinde olan “siyasi partiler kendilerine yakın siyasi görüşe sahip bireyleri parti örgütü içinde ya da etrafında toplamaya çalışmaktadır” (Atabek, 2000: 31). Siyasi partiler bunu yaparken kitle iletişim araçlarını gündem belirleme, propaganda noktasında bir araç olarak kullanmaktadır. “Kitle iletişim araçları gündem oluşturma ve kamuoyunu yönlendirmede etkili olmaktadır” (Bal, 2004: 155). “Siyasi seçim dönemlerinde seçmenlerin kitle iletişim araçlarından etkilenme oranı artmakta çünkü seçmen, tercihini belirlerken siyasi konular, seçime ilişkin kampanyalar, adaylar, partiler ve programlar hakkında bilgi sahibi olma ihtiyacı duymaktadır” (Damlapınar, 2000: 90). Bu noktada seçmenin ilk başvurduğu kaynak, kitle iletişim araçları olmaktadır.

3.Yerel Seçimlere Yerel Basının Etkisi

Demokrasilerde siyasi partiler ve vatandaşlar arasında bir aracı olan kitle iletişim araçları vatandaşları siyasalar, siyasal önerileri ve siyasaları yürürlüğe koyma ile bunlara eşlik eden diğer konular hakkında bilgilendirirken; hükümet ve siyasi partileri de halkın sorunları hakkında bilgilendirmektedir. Ayrıca bunu yaparken eleştiri işlevini de yerine getirmektedir (Cuilenburg, 2010: 104). Kitle iletişim araçlarının habercilik açısından kullanımı uluslar arası, ulusal ve yerel düzeyde gerçekleşmektedir. “Bir bölgede gündemin, haberin ne olduğu veya ne olması gerektiğinin bilinmesi o yöre halkı için çok önemlidir. Bu açıdan bakıldığında da son yıllarda, hızlı bir gelişim gösteren yerel medya olgusu ve yerel medyanın işlevleri giderek önem kazanmaktadır” (Temel, Korkmaz vd, 2012: 127). “Bir kentte meydana gelen olayların büyük bölümü, ulusal ya da uluslar arası basın kuruluşları açısından haber değeri taşımaz ve dolayısıyla yayınlanma şansı bulamamaktadır. Yerel basının haber verme işlevi işte tam olarak bu noktada başlamaktadır. Görece daha önemsiz, ancak bir kentte yaşayan insanların yaşamını olumlu-olumsuz

etkilemesi olasılığı bulunan olaylar, yerel basın kuruluşları tarafından haberleştirilmekte ve hedef kitleye iletilmektedir” (Şeker, 2007: 11). “Yerel basın yaygın basının kentle ilgili olarak bıraktığı büyük enformasyon boşluğunu doldurarak birey ile kent arasındaki köprüyü kurmaktadır” (Birsen, 2011: 138).

Yerel medya; tek bir basım-yayın kuruluşu tarafından aynı isimle tek bir yerleşim biriminde basılan ya da yayınlanan ve yalnızca o yerleşim biriminde dağıtılan ya da izlenen gazete, dergi, bülten, radyo ve televizyon yayınlarını ve bunları yapan kuruluşları kapsamaktadır (Altun, 2005: 79- 80). Yerel medya yalnızca belli bir bölgede yayın yapan, ulusal haberlerden farklı olarak yerel haberlerin ve konuların yoğun olarak yer aldığı, ya da genel olarak bir kasaba, kentte yaşayan insanları ilgilendiren haberleri yayımlayan medyadır. Bölgesel ve yaygın medyadan farklı olarak, yerel medya yayımlandığı bölgede, bireylerin sorunlarını çözmelerine yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkilerin olumlu gelişmesini sağlamak, yerel düzeydeki kamuoyunun oluşmasına katkı sağlamak ve yerel yönetimleri denetlemek gibi işlevlere sahiptir (Temel, Korkmaz vd, 2012: 126).

Burada, radyo ve televizyon gibi işitsel ve görsel kitle iletişim araçları da devreye girdiği için ‘yerel medya’ kavramının kullanılması yerinde bir kullanımdır. Ancak bu çalışmada yerel basın üzerinde yani gazeteler üzerinde durulmuş olması ‘yerel medya’ yerine ‘yerel basın’ kavramının kullanılmasını gerekli kılmaktadır. Yerel basınla da ilgili çok sayıda tanım yapılmıştır.

09 Haziran 2014 tarihli Basın Kanunu’nda yerel basın şu şekilde tanımlanmıştır: “yerel basın, tek bir yerleşim biriminde yayımlanan süreli yayınlar ile haftada bir veya daha uzun aralıklarla yayınlanan yaygın ve bölgesel yayınlardır” (<http://www.tbmm.gov.tr>, 2004). Ayrıca, Ünal, “Yerel basın, ülkenin çeşitli yörelerinde, özellikle büyük kentler dışındaki yerleşim birimlerinde, il, ilçe ve beldelerde, günlük, haftalık ya da daha fazla aralıklarla yayımlanan, yayımlandıkları yörenin haberlerini veren, sorunlarını dile getiren, halkın isteklerini ilgililere aktarmayı hedefleyen basın organlarıdır” (1996: 1068-1072) şeklinde tanımlamıştır. Vural’a göre ise, “Yerel basın, bir anlamda içinde yaşadığı kültürün gazeteciliğini yapan, verdiği haber ve yorumlarla kanaatlerin oluşmasını ya da değişmesini ve böylelikle kamuoyunun bilinçlenmesini sağlayan bir kurumdur” (1999: 125). Hem

Ünal'ın hem de Vural'ın tanımlarında da görüldüğü gibi akademik çevrelerinin tanımının da Basın Kanunu'ndaki tanımla benzer özellikler taşımaktadır. Yerel basının “yöneten ve yönetilen ilişkilerinde kamu hizmetlerinin halka doğru ve eksiksiz bir biçimde duyurulmasını sağlamak; halk adına yönetenlerin denetimini yapmak; kamuoyu oluşumunu sağlamak, yerel yönetim ile yurttaşlar arasında köprü olarak bir iletişim kanalı olmak, eğitim işlevi aracılığıyla kentlilik bilincinin, toplumsal sorumluluk bilincinin yerleşmesine yardımcı olmak gibi işlevleri bulunmaktadır (Gezgin, 2007: 178-179). Şeker, yerel gazetelerin işlevlerini; bilgilendirme, öğretme, demokratik katılımın sağlanmasında öncülük yapma, yerel yönetimleri denetleme, yerel kültürel mirasın ve farklılıkların korunması” (2007: 66) şeklinde açıklamaktadır.

“İnsanoğlu, doğası gereği aşına olduğu, tanıdığı yerler, kişiler hakkında bilgi aramaktadır” (Tokgöz, 2000: 179). “İnsanların haber alma ihtiyaçlarının temelinde, öncelikle yakın çevrelerinde meydana gelen olayları öğrenme isteği bulunmaktadır. Bu istek, insanların kendilerini ve yakınlarını tehdit edebilecek gelişmeleri bilmek ve bunlara karşı önlem almak dürtüsünden kaynaklanmaktadır” (Şeker, 2007: 11). “Bireylerle yerel halk arasında kamuoyu oluşturma gücü en yüksek olan ve en etkili kitle iletişim aracı (Utkan, 2007: 3) olan yerel basın organları bireylere daha yakındır ve onların sorunlarıyla daha yakından ilgilenebilmektedir. Bulunduğu her bölgenin her sorununu, her aksaklığı haber konusu yaparak ulusal basına kaynak oluşturmaktadır” (Güleç, 2005: 27). “Yerel basın bireyin yöresinde yaşadığı sorunlara çözüm aramak, yardımcı olmak, bireyler arasındaki ilişkinin ve iletişimin artmasını sağlamak, yerel kamuoyunun oluşumuna katkı sağlamak, yerel yönetimleri kamu adına denetlemek ve eleştirmek görevlerini yerine getirmektedir” (Girgin, 2007: 247).

Yerel basın, seçimlerin meydana geldiği yerin gündemini seçimle ilgili haberleri sıklıkla sayfalarında işleyerek gündeme getirmektedir. “Yerel basın, özellikle mahalli yönetimlerde, kamu yönetimiyle halk arasında bir köprü görevi üstlenmektedir. Bilgilerin aktarılması yoluyla veya çeşitli haberlerle, yorumlarla yöneticilerin belirli konular veya sorunlar hakkında dikkatleri çekilebilmektedir” (Kalender, 2002: 60). Yerel basın yolsuzlukları, çarpıklıkları gündemde oturarak bir

yerde siyasi aktörleri denetlemektedir. Bu noktada “yerel basının özgün işlevi, ulusal basının merkezi iktidar üzerindeki denetim görevini, yerel iktidar üzerinde yapması, yerel iktidarın icraatları hakkında halkı bilgilendirmesi, gerektiğinde olumsuzlukları gündeme getirerek yerel iktidarın el değiştirmesini sağlamasıdır” (Şeker, 2007: 12). “Yerel basın, yerel yönetimlerin işlevlerini yerine getirip getirmediğini denetleyerek ve gerektiğinde eleştirerek; hem seçim öncesinde siyasi partilerin adaylarını ve politikalarını yerel halka tanıtarak hem de seçim sonrasında seçilen yöneticilerin politikalarının, çalışmalarının yerel halka duyurulmasını sağlayarak demokrasinin gelişmesinde yardımcı olmaktadır” (Temel, Korkmaz vd, 2012: 128).

4. 30 Mart 2014 Yerel Seçimlerinde Gümüşhane Yerel Basının Gündem Belirlemesi

Yerel basının yerel seçimler sırasında gündem oluşturması konusunun incelendiği bu çalışmada, Gümüşhane’de günlük yayın yapan Gümüškoza, Gümüşkent ve Kuşakkaya gazetelerinin 1-31 Mart 2014 tarihleri arasındaki sayıları incelenmiştir. Söz konusu çalışmada gazetelerin siyasi partileri ve parti adaylarını gazete sayfalarına ne sıklıkta taşıdığına bakılmıştır.

4.1. Metodoloji

30 Mart 2014 yerel seçimlerinde yerel basının gündemi belirlemesinin Gümüşhane örneğiyle incelendiği bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. 1940’lı yıllardan beri kullanılan içerik analizi (Gökçe, 2001: 1) Berelson tarafından; “iletişimin belirgin içeriğinin objektif, sistematik ve niceliksel tanımlarını yapan bir araştırma tekniği” (Akt: Gökçe, 2001: 7) şeklinde tanımlanmıştır. İçerik analizinin daha modern tanımını yapan Merten ise, içerik analizi için, “sosyal gerçeğin belirgin içeriklerinin özelliklerinden, içeriğin belirgin olmayan özellikleri hakkında çıkarımlar yapmak yoluyla sosyal gerçeği araştıran bir yöntem” (Akt: Gökçe, 2001: 25) ifadelerini kullanmıştır. “İçerik analizi, metinlere ve kullanıldıkları bağlamlara yönelik anlamlı ve geçerli çıkarımlar yapabilmek için kullanılan bilimsel bir araştırma yöntemidir” (Krippendorff, 2004: 18). İçerik analizini, araştırmacının temel varsayımı çerçevesinde oluşturulan bir kategorileştirme işlemi olarak ifade eden Holsti’ye göre, söz konusu kategorileştirme; “Kategorilerin kesişmemesi yani sınıflanacak birimlerin (sözcük, cümlecik, tema vb.) araştırma sorusu çerçevesinde

hazırlanmış kategorilerden yalnızca birine girmesi, kategorilerin konuya ilişkin incelenen tüm materyali kapsamaması, kategorilerin birbirinden bağımsız olması yani herhangi bir birimin bir kategoriye sınıflanması diğer birimlerin sınıflama işlemini etkilememesi, belirlenen tüm kategorilerin tek bir sınıflandırma prensibine dayanarak kurulması, kategorilerin araştırmanın amacını yansıtması” (Akt.: İnal, 1996: 78-79) şeklinde yapılmaktadır.

Çalışmada; haberin hangi siyasi partiyle (Ak Parti, MHP, CHP, SP, DP, BBP ve diğerleri) ilgili olduğu, haberin içeriği, haberin çıkış kaynağı, haberin ilgili siyasi partiyle ilgili yargısı, haberin uzunluğu, haberin gazetedeği yeri ve sayfadaki yeri, haberin kaynağı, haberde atıf yapılan kişi sayısı, haberde kullanılan ana kaynak, haberde kullanılan diğer kaynaklar, haber başlığının türü ve haber başlığının yargısıyla ilgili çözümlenme yapılmıştır. Çözümlemeden elde edilmiş olan veriler SPSS 15.0 programında analiz edilerek tablolştırılmıştır.

Çalışmada bir haberin olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirilmesinde gazetenin ifadelerinde ilgili siyasi partiyle ilgili öznelliğe dayalı sıfatların, nitelemelerin kullanılıp kullanılmadığına bakılmıştır. Gazetenin kullanmış olduğu öznel dil bir haberin olumlu ya da olumsuz yargı taşıyıp taşımadığıyla ilgili bir kriter olarak göz önünde bulundurulmuştur. Haberlerin sunumunda nötr şeklinde bir değerlendirme yapılmak istendiğinde ise, okuyucunun zihninde ilgili parti hakkında olumlu ya da olumsuz herhangi bir kanaat uyandırmayan ve olayların aktarımında öznel bir dil yerine nesnel bir dil kullanılarak aktarılan haberler temel alınmıştır.

Çalışmada gündemde yer almış olan partiler olmalarından dolayı MHP, Ak Parti, BBP, CHP, SP ve DP'ye ve söz konusu partilerin adayları incelemeye konu olmuştur. Çalışmada incelenen siyasi partiler ve adayları; Adalet ve Kalkınma Partisi (Ak Parti) ile adayı Ercan Çimen, Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) ile adayı Mustafa Canlı, Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) ile adayı Cem Köksal, Büyük Birlik Partisi (BBP) ile adayı Turgut Şahinöz, Saadet Partisi (SP) ile adayı Hüseyin Duman, Demokrat Parti (DP) ile adayı Şerif Akıntürk ve diğerleridir. Çalışmanın ana kaynak ve diğer kaynaklar kısmında siyasi partilerin belediye başkan adayları temel alınmış

olup partiyle ilgili olup ancak belediye başkan adayı olmayan ve söz konusu partiden olan kişilerin haberleri ise, ‘diğerleri’ kategorisinde değerlendirilmiştir.

4.2.Bulgular

2014 yerel seçimlerinin Gümüşhane yerel basınında gündem belirlemesinin incelendiği çalışmanın bulguları önemlidir. Tablo 1’e bakıldığında Gümüşhane yerel basını, 30 Mart 2014 yerel seçimlerini 202 kez gündeme taşımıştır. Bu sonuçlara göre; Gümüşkoza 65, Gümüşkent 68, Kuşakkaya 69 kez yerel seçimlere sayfalarında yer ayırmıştır. Gazetelerin konuya sayısal olarak yer verme sıklığı birbirlerine yakın olmakla birlikte konuya en fazla yer ayıran gazete Kuşakkaya gazetesidir. Üç gazete de Pazar günü dışında haftanın her günü seçimle ilgili haberlere yer vermiştir. Gazetelerin Pazar günü yerel seçimlere yer vermeme nedeni ise, yukarıda da açıklandığı üzere, gazetelerin söz konusu günde baskılarının olmamasından kaynaklanmıştır.

Tablo 1: 2014 Yerel Seçimlerinin Gümüşhane Basınında Yer Alış Sıklığı

Gazete	Frekans	Yüzdellik (%)
GÜMÜŞKOZA	65	32,2
GÜMÜŞKENT	68	33,7
KUŞAKKAYA	69	34,2
TOPLAM	202	100,0

Siyasi partilerin gazete ayrımı yapmaksızın Gümüşhane yerel basınında yer alış sıklığı ise; MHP 54 (%26,7), Ak Parti 79 (%39,1), BBP 22 (%10,9), CHP 26 (%12,9), SP 10 (%5,0) ve diğerleri 8 (%4,0)’dir. Bu değerlere göre Gümüşhane yerel basını siyasi partiler içinde en çok Ak Parti’ye yer verirken Ak Parti’yi takip eden parti ise, MHP olmuştur.

Tablo 2: Siyasi Partilerin Gümüşhane Yerel Basınında Yer Alış Sıklığı

Parti	Frekans	Yüzdellik (%)
MHP	54	26,7
AK PARTİ	79	39,1
BBP	22	10,9
CHP	26	12,9
SP	10	5,0
DP	3	1,5
DİĞERLERİ	8	4,0
TOPLAM	202	100,0

Köşe yazılarının dâhil edilmeyip sadece haberlerin incelendiği çalışmada; 163 siyaset, 21 hizmet, 5 kültür-sanat, 2 altyapı, 1 ulaşım, 10 diğerleri şeklinde haber içeriklerine yer verildiği görülmüştür. Haberin kaynağına bakıldığında yerel seçimlerle ilgili haberlerin çoğunun kaynağının basın bildirisi ve toplantısı (103 kez) olduğu görülmüştür. Geriye kalan haberlerin elde edilmiş kaynaklarına göre sıklıkları ise; ziyaret 67, parti etkinliği 9, partiyi ilgilendiren bir sorun 2, gazeteciye açıklama 4, açılış 5, icraat 4 ve diğerleri ise 8'dir. Dolayısıyla haberlerin en çok çıkış kaynağı basın bildirisi ve toplantıları oluşturmaktadır. İkinci sırayı siyasi liderlerin ziyaretleri oluştururken en az çıkış noktası ise; partiyi ilgilendiren bir sorun kategorisi olmuştur. Konunun siyasi seçimlerle ilgili olması siyaset faktörünün daha ön plana çıkmasına neden olmuştur.

Tablo 3: Haberin Çıkış Kaynağı

Kaynak	Frekans	Yüzdeler (%)
Basın bildirisi/toplantısı	103	51,0
Parti etkinliği	9	4,5
Partiyi ilgilendiren bir sorun	2	1,0
Gazeteciye açıklama	4	2,0
Açılış	5	2,5
İcraat	4	2,0
Ziyaret	67	33,2
Diğerleri	8	4,0
Toplam	202	100,0

Habercilikte nesnellik kriteri evrensel düzeyde kabul edilen bir kriterdir. Bu anlamda Gümüşhane basınının yerel seçimlerle ilgili haberlerde nesnellik kriterine ne kadar bağlı kaldığı inceleme konusu olmuştur. Aşağıda yer alan tabloya göre, Gümüşhane yerel basını; 22 haberde 'olumlu', 3 haberde 'olumsuz' bir yargı geliştirirken 177 habere ise 'nötr' yani 'nesnel' yaklaşmıştır. Bu sonuca göre; nicel çoğunluğu nötr kriterinin oluşturmasından dolayı Gümüşhane yerel basınının 30 Mart 2014 yerel seçimleriyle ilgili haberleri verirken çoğunlukla nesnel, yani gazetecilik kurallarına uygun davrandığını söylemek mümkün görülmektedir.

Tablo 4: Haberde Partilere Yönelik Yargı

	Frekans	Yüzdelik (%)
Olumlu	22	10,9
Olumsuz	3	1,5
Nötr	177	87,6

Haberin gazetenin hangi sayfasında ve sayfanın hangi yerinde verildiği önem derecesini de belirlemektedir. Aşağıdaki tabloya göre, 2014 yerel seçimlerinin gazete ayırımı yapmadan Gümüşhane gazetelerinde yer alış tarzına bakıldığında, 128 haberin birinci sayfada, 74 haberin ise, iç sayfalarda ve birinci sayfa ya da iç sayfa ayırımı yapmadan 90 haberin manşetten 112 haberin ise, sürmanşet, sayfa eteği gibi yerlerde yer aldığı görülmüştür. Haberin birinci sayfada ve manşette yer alması gazetede en önemli haber olma özelliğine sahip olduğu göz önünde bulundurulduğunda Gümüşhane yerel basının 2014 yerel seçimlerini çok fazla önemseydiği ve sayfalarında önemli derecede yer verdiği görülmektedir.

Tablo 5: Haberin Gazetede ve Sayfadaki Yeri

	Haberin gazetede yeri		Haberin sayfadaki yeri	
	Birinci sayfa	İç sayfa	Manşet	Diğerleri
Frekans	128	74	90	112
Yüzdelik	63,4	36,6	44,6	55,4

Haberin önem derecesini belirleyen bir diğer kriter ise, gazete sayfasında habere ne kadar yer verildiğidir. Gümüşhane yerel basını 2014 yerel seçimleriyle ilgili haberleri sayfalarında işlerken 110 haberi kısa haber, 52 haberi orta büyüklükte haber ve 39 haberi ise, uzun haber şeklinde yansıtmıştır. Konuyla ilgili yayınlanan haberlerin çoğunluğunun kısa haberlerden oluşması, yukarıdaki yargı göz önünde bulundurulduğunda, yerel basın açısından, nicel çokluğa rağmen, konuyu önemsiz gibi gösterse de bu durum Gümüşhane basını açısından doğru bir yaklaşım olmamaktadır. Kısa haberlerin çoğunluğunun birinci sayfadan verilmiş olması haberlerin kısalığından ziyade yer aldığı sayfa itibariyle daha önemli olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla, ‘Gümüşhane yerel basını söz konusu dönemdeki yerel seçimleri önemsemiştir’ çıkarımında bulunmak doğru bir çıkarım olmaktadır.

Tablo 6: Haberin Uzunluğu

	Frekans	Yüzdeler (%)
Kısa haber (100 kelimedenden az)	110	54,5
Orta büyüklükte haber (100-199 kelime)	52	25,7
Uzun haber (200 kelimedenden çok)	39	19,3

Gazetelerde yer alan haberlerin kaynağına bakıldığında 197 haberin kaynağının belirsiz, 3 haberin kaynağının kendi muhabiri, 2 haberin kaynağının ise diğerleri olduğu görülmüştür. Haberlerin çoğunda kaynak kullanılmaması Gümüşhane yerel basının eksik yönü olarak yorumlanabilmektedir. Haberlerde atıf yapılan kaynak kişi sayısı incelendiğinde 185 haberde tek kaynağın, 15 haberde iki kaynağın, 2 haberde ise üç ve üzeri kaynağın olduğu görülmüştür.

2014 yerel seçimlerinin Gümüşhane yerel basınında ne kadar gündem konusu olduğunun incelendiği bu çalışmada, siyasi parti adayları temel alınmıştır. Gazeteler incelendiğinde adaylardan farklı olarak partilerin genel başkanları ya da il temsilcileri başta olmak üzere partinin yerel ya da ulusal otoritelerinin de habere konu olduğu görülmüştür. Çalışmada, belediye başkan adayları temel alındığı için, bu kişiler parti ayrımı gözetmeksizin ‘diğerleri’ kategorisinde değerlendirilmiştir. Dolayısıyla aşağıdaki tabloya bakıldığında haberlerde ana kaynak kısmı incelendiğinde, yukarıdaki sebepten dolayı, yerel haberlerdeki ana kaynağın en çok diğerleri (125) kısmında yer aldığı görülmüştür. Bu durum tam anlamıyla ‘diğerleri’ kısmında değerlendirilen haberlerin partiyle ilgili olup ancak incelemeye alınan partinin adayıyla ilgili olmamasından kaynaklanmıştır.

Tabloya göre; MHP adayı Mustafa Canlı 41, Ak Parti adayı Ercan Çimen 15, BBP adayı Turgut Şahinöz 9, CHP adayı Cem Köksal 6, SP adayı Hüseyin Duman ile DP adayı Şerif Akıntürk ise, 3'er kez ana kaynak olmuşlardır. Genel değerlendirmede, Gazetelerin Ak Parti'ye en çok yer ayırırken parti adayı Ercan Çimen'i ikinci sırada yer vermeleri Çimen'le ilgili çok sayıda haberin ortaya çıkmamasından kaynaklandığını söylemek yanlış olmamaktadır. Ak Parti'nin en çok habere konu olma nedeni ise, özellikle Ak Parti milletvekillerinin seçim çalışmalarını daha yoğun sürdürmüş olmalarından kaynaklanmıştır. Haberde kullanılan diğer kaynaklara bakıldığında ise, yine 126'yla ‘diğerleri’ olurken, MHP adayı Mustafa Canlı 40, Ak Parti adayı Ercan Çimen 15, BBP adayı Turgut Şahinöz 9, CHP adayı

Cem Köksal 6, SP adayı Hüseyin Duman ile DP adayı Şerif Akıntürk ise, 3'er kez diğer kaynak olmuşlardır. Bu sonuçlara göre, 'diğerleri' kategorisi bir kenara bırakılırsa MHP'nin adayı Mustafa Canlı hem ana kaynak hem de diğer kaynaklar kategorisinde birinci sırada yer almıştır.

Tablo 7: Haberde kullanılan Ana Kaynak ve Haberde Kullanılan Diğer Kaynaklar

	Ana kaynak		Diğer kaynaklar	
	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)
Mustafa Canlı(MHP)	41	20,3	40	19,8
Ercan Çimen(AK PARTİ)	15	7,4	15	7,4
Turgut Şahinöz(BBP)	9	4,5	9	4,5
Cem Köksal(CHP)	6	3,0	6	3,0
Hüseyin Duman(SP)	3	1,5	3	1,5
Şerif Akıntürk(DP)	3	1,5	3	1,5
DİĞERLERİ	125	61,9	126	62,4
TOPLAM	202	100,0	202	100,0

2014 yerel seçimlerinin Gümüşhane basınında genel anlamda ne kadar ve nasıl yer aldığı konusunun araştırıldığı bu çalışmaya göre; gazeteler haber başlıklarını kullanırken 136 betimleyici, 54 alıntı ve 12 yorum başlık türünü kullanmıştır. Betimleyici başlık türü, aynı zamanda nötr yani yorum katılmadan konulan, nesnel olan başlık türünü de ifade etmektedir. Başlıkların nicel olarak bu türden seçilmiş olması haberdeki nesnelliği de ifade etmektedir.

Tablo 8: Haberde Kullanılan Haber Başlığı Türü

	Frekans	Yüzdellik (%)
Betimleyici	136	67,3
Alıntı	54	26,7
Yorum	12	5,9

Söz konusu haber başlıklarının yargılarına bakıldığında ise; 33 haber başlığının olumlu, 4 haber başlığının olumsuz ve 165 haber başlığının ise, nötr yani nesnel bir yargıyla verildiği görülmüştür. Bu durum, gazetecilik kriteri olan nesnelliğin zorunlu varlığı noktasında Gümüşhane yerel basının genel manada nesnelliklerini koruduklarını göstermektedir.

Tablo 9: Haberde Kullanılan Haber Başlığının Yargısı

	Frekans	Yüzelik (%)
Olumlu	33	16,3
Olumsuz	4	2,0
Nötr	165	81,7
Toplam	202	100,0

Siyasi partilerin yerel basında ne sıklıkta yer aldığına bakıldığı bu çalışmanın sonuçlarına göre; Gümüşkoza gazetesi sayfalarında en çok 35 haberle Ak Parti'ye yer verirken 11 haberinde MHP, 8 haberinde CHP, 5 haberinde BBP, 3 haberinde SP, 1 haberinde ise DP'ye yer vermiştir. Seçimle ilgili olup partilerle ilgili olmayan haber sayısı ise 2'dir. Gümüşkent gazetesine bakıldığında ise; gazete sayfalarında en çok 28 haberle Ak Parti'ye yer vermiştir. Gazetenin 17 haberi MHP, 12 haberi BBP, 7 haberi CHP, 2 haberi SP, 1 haberi DP, 1 haberi diğerlerine aittir. 26 haberle sayfalarında en çok MHP'ye yer veren Kuşakkaya gazetesinin parti haberleriyle ilgili diğer dağılımları ise şu şekilde: Ak Parti 16, BBP 5, CHP 11, SP 5, DP 1 ve diğerleri 5. Üç gazetenin karşılaştırması yapıldığında Gümüşkoza ve Gümüşkent gazetelerinin en çok Ak Parti'nin haberlerine, Kuşakkaya gazetesinin ise, en çok MHP'nin haberlerine yer verdiği görülmektedir. Tablodan çıkan bir diğer sonuç ise üç gazetenin de DP'nin haberlerine en az yer verdikleridir.

Tablo 10: Gazetelere Göre Siyasi Partilerin Yerel Basında Yer Alış Sıklığı

	GÜMÜŞKOZA		GÜMÜŞKENT		KUŞAKKAYA	
	Frekans	Yüzelik (%)	Frekans	Yüzelik (%)	Frekans	Yüzelik (%)
MHP	11	16,9	17	25,0	26	37,7
AK PARTİ	35	53,8	28	41,2	16	23,2
BBP	5	7,7	12	17,6	5	7,2
CHP	8	12,3	7	10,3	11	15,9
SP	3	4,6	2	2,9	5	7,2
DP	1	1,5	1	1,5	1	1,4
DİĞERLERİ	2	3,1	1	1,5	5	7,2
TOPLAM	65	100,0	68	100,0	69	100,0

Gazetelere göre haberin sayfada yer alış uzunluğuyla ilgili sonuçlara bakıldığında, Gümüşkoza'da 26 kısa, 21 orta büyüklükte ve 18 uzun habere, Gümüşkent'te 41 kısa, 15 orta büyüklükte, 11 uzun habere, Kuşakkaya'da ise, 43 kısa, 16 orta büyüklükte, 10 uzun habere yer verildiği görülmüştür. Genel anlamda sonuçlara bakıldığında tüm gazeteler konuyla ilgili en çok kısa haber kullanmıştır.

Tablo 11: Gazetelere Göre Haberin Sayfada Yer Alış Uzunluğu

	Kısa Haber (100 kelimedenden az)		Orta Büyüklükte Haber (100-199 kelime)		Uzun Haber (200 kelimedenden çok)	
	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)
GÜMÜŞKOZA	26	40,0	21	32,3	18	27,7
GÜMÜŞKENT	41	60,3	15	22,1	11	16,2
KUŞAKKAYA	43	62,3	16	23,2	10	14,5
TOPLAM	110	54,5	52	25,7	39	19,3

Konuyla ilgili haberlerin gazete ve sayfadaki yeri de konuya verilen önemin belirlenmesi açısından inceleme kapsamına dahil edilmiştir. İlk olarak haberin gazetede yerine bakıldığında Gümüşkoza gazetesinin konuyu 33 kez birinci sayfa, 32 kez iç sayfalarına taşıdığı görülürken Gümüşkent, 55 kez birinci sayfa, 13 kez iç sayfalarına taşımış Kuşakkaya gazetesi ise, 40 kez birinci sayfasında 29 kez ise, iç sayfalarında yer vermiştir. Konuyla ilgili haberlerin sayfadaki yeri açısından bakıldığında ise, Gümüşkoza'nın konuyu 32 kez manşetten, 33 kez diğerleri kısmından, Gümüşkent'in 23 kez manşetten 45 kez diğerleri kısmından Kuşakkaya'nın 35 kez manşetten, 34 kez ise diğerleri kısmından yer verdiği görülmüştür. Haberin gazetede yeriyle ilgili gazeteler arasında karşılaştırdığında Gümüşkent gazetesinin konuya birinci sayfasında en çok yer ayıran gazete olduğu görülmektedir. Bu durum gazetenin konuyu çok önemseydiğini göstermiş olsa da konunun önemsendiğini gösteren en önemli kriterlerden bir tanesinin konunun manşetten verilmesinin olduğu göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Bu kriter göz önünde bulundurulduğunda haberleri en çok manşetten veren gazetenin Kuşakkaya, ikinci gazetenin ise Gümüşkoza olduğu görülmektedir. Sayfadaki yer açısından Gümüşkent en son sırada yani üçüncü sırada yer almış olması, nicelik açısından çokluğun önem derecesinin tek ve en önemli kriteri olamayacağını göstermektedir. Sayfadaki yeri kriter alındığında Kuşakkaya konuyu en çok manşetine taşıyan gazete olması sonucunda konuyu en çok önemseyen gazete olarak da ortaya çıkmaktadır.

Tablo 12: Gazetelere Göre Haberin Gazetede ve Sayfadaki Yeri

		Haberin gazetede yeri		Haberin sayfadaki yeri	
		Birinci sayfa	İç sayfa	Manşet	Diğerleri
GÜMÜŞKOZA	Frekans	33	32	32	33
	Yüzdellik	50,8	49,2	49,2	50,8
GÜMÜŞKENT	Frekans	55	13	23	45
	Yüzdellik	80,9	19,1	33,8	66,2
KUŞAKKAYA	Frekans	40	29	35	34
	Yüzdellik	58,0	42,0	50,7	49,3
TOPLAM	Frekans	128	74	90	112
	Yüzdellik	63,4	36,6	44,6	55,4

Çalışmada haberde kullanılan ana kaynakların gazetelere göre karşılaştırması yapılmıştır. Aşağıda yer alan tabloya göre; Gümüşkoza gazetesi en çok Ak Parti'nin adayı Ercan Çimen (11) ve MHP adayı Mustafa Canlı (10)'yu ana kaynak olarak gösterirken, Gümüşkent gazetesi en çok Mustafa Canlı (13)'yu, Kuşakkaya gazetesi ise, en çok yine Mustafa Canlı (18)'yi ana kaynak olarak göstermiştir. Gazetelerin ana kaynak açısından kullanımları 'diğerleri' kategorisinde söz konusu olmuştur. Buna göre, Gümüşkoza 41, Gümüşkent 47, Kuşakkaya ise, 37 kez diğerlerini kullanmıştır. Bu durum, siyasi seçimlere gazetelerde çokça yer verildiği ancak parti adaylarının basında daha az yer bulduklarını göstermektedir. Bu durum, yerel basının parti adaylarına ilgisizliğinden ziyade parti adaylarının basında yer bulacak kadar faaliyette bulunmamış olmalarından kaynaklanmıştır.

Tablo 13: Gazetelere Göre Haberde Kullanılan Ana Kaynaklar

	GÜMÜŞKOZA		GÜMÜŞKENT		KUŞAKKAYA		TOPLAM
	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans/ Yüzdellik (%)
Mustafa Canlı(MHP)	10	15,4	13	19,1	18	26,1	41/ 20,3
Ercan Çimen(AK Parti)	11	16,9	0	0,0	4	5,8	15/ 7,4
Turgut Şahinöz(BBP)	1	1,5	5	7,4	3	4,3	9/ 4,5
Cem Köksal(CHP)	1	1,5	1	1,5	4	5,8	6/ 3,0
Hüseyin Duman(SP)	0	0,0	1	1,5	2	2,9	3/ 1,5
Şerif Akıntürk(DP)	1	1,5	1	1,5	1	1,4	3/ 1,5
DiĞERLERİ	41	63,1	47	69,1	37	53,6	125/ 61,9
TOPLAM	65	100,0	68	100,0	69	100,0	202/ 100,0

Gazetelere göre haber başlığının yargısına bakıldığında Gümüşkoza; 50 habere nötr, 13 habere olumlu, 2 habere olumsuz, Gümüşkent; 55 habere nötr, 12 habere olumlu, 1 habere olumsuz, Kuşakkaya ise; 60 habere nötr, 8 habere olumlu, 1 habere olumsuz bir yargı geliştirdiği görülmüştür. Her üç gazetenin de nesnellik kriterine çoğunlukla bağlı kaldığı sonucuna varılmıştır.

Tablo 14: Gazetelere Göre Haber Başlığının Yargısı

	GÜMÜŞKOZA		GÜMÜŞKENT		KUŞAKKAYA		TOPLAM	
	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)
Olumlu	13	20,0	12	17,6	8	11,6	33	16,3
Olumsuz	2	3,1	1	1,5	1	1,4	4	2,0
Nötr	50	76,9	55	80,9	60	87,0	165	81,7
Toplam	65	100,0	68	100,0	69	100,0	202	100,0

Siyasi partilere göre haber başlığı türü, 'betimleyici', 'alıntı' ve 'yorum' haber başlığı türü şeklinde üç kategoride değerlendirilmiştir. Genel çerçeveden

bakıldığında gazetelerin en çok 136 haberle betimleyici haber türünü kullandıkları görülmüştür. Genel olarak gazetelerin üçüne bakıldığında toplamda 12 haberde yorum başlık türünün tercih edildiği görülmüştür. Burada sayının düşük olması haberlerin nesnelliği açısından oldukça önemli bir durumu arz etmektedir. Üç gazeteye bakıldığında 54 alıntı haber başlığı türü kullanmıştır.

Gazetelerin siyasi partilere göre kullandıkları haber türü dağılımına aşağıdaki tablodan bakıldığında; Gümüşkoza gazetesi ‘betimleyici haber başlığı’ türünü en çok Ak Parti (21) ile ilgili haberlerde kullanmıştır. Söz konusu gazetenin ilgili haber başlığı türünün kullanımıyla ilgili siyasi parti dağılımı şu şekilde görülmüştür: MHP 10, BBP 3, CHP 7, SP 2, DP 1, diğerleri 2’dir. Gümüşkoza gazetesi ‘alıntı başlık türü’ ile ilgili kullanımına bakıldığında birinci sırada 13 haberle Ak Parti yer almıştır. Gazete bu haber türünü BBP’de 2, CHP, SP ve MHP’de 1’er kez kullanmıştır. Gümüşkoza, ‘yorum’ haber türünü 1 haberle Ak Parti’ye yönelik olarak kullanmıştır.

Gümüşkent gazetesi, betimleyici haber başlığı türünü en çok MHP (13)’de kullanmıştır. Gazetenin betimleyici haber başlığı türüyle ilgili diğer kullanımlarına bakıldığında; Ak Parti ve BBP 9’ar haber, CHP 5, SP 2, DP ve diğerlerinde ise 1’er kez kullanmıştır. Gümüşkent’in alıntı haber türü kullanımında 18 haberle Ak Parti birinci sırada yer alırken MHP 3, BBP ve CHP 2’şer haberle Ak Parti’yi izlemiştir. Gümüşkent, yorum haber türünü ise, Ak Parti, MHP ve BBP’de birer kez kullanmıştır.

Kuşakkaya, haberlerinde en çok betimleyici haber türünü kullanmıştır. Gazetenin betimleyici haber türü dağılımı şu şekildedir: Ak Parti 15, MHP 14, CHP 8, BBP 5, SP 2, DP 1, diğerleri 5. Kuşakkaya MHP ile ilgili olarak 5 kez, Ak Parti’yle ilgili 1, SP’yle ilgili 3, CHP’yle ilgili olarak 2 kez alıntı haber türünü kullanmıştır. Gazete yorum haber türünü ise, sadece MHP (7) ve CHP (1) için kullanmıştır.

Tablo 15: Siyasi Partilere Göre Haber Başlığı Türü

	SİYASİ PARTİ	GÜMÜŞKOZA		GÜMÜŞKENT		KUŞAKKAYA	
		Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)
	MHP	10	21,7	13	32,5	14	28,0
	AK PARTİ	21	45,7	9	22,5	15	30,0
	BBP	3	6,5	9	22,5	5	10,0

Betimleyici	CHP	7	15,2	5	12,5	8	16,0
	SP	2	4,3	2	5,0	2	4,0
	DP	1	2,2	1	2,5	1	2,0
	DİĞERLERİ	2	4,3	1	2,5	5	10,0
	TOPLAM	46	100,0	40	100,0	50	100,0
	GÜMÜŞKOZA		GÜMÜŞKENT		KUŞAKKAYA		
	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	
Alıntı	MHP	1	5,6	3	12,0	5	45,5
	AK PARTİ	13	72,2	18	72,0	1	9,1
	BBP	2	11,1	2	8,0	0	0,0
	CHP	1	5,6	2	8,0	2	18,2
	SP	1	5,6	-	0,0	3	27,3
	DP	-	-	-	-	-	-
	DİĞERLERİ	-	-	-	-	-	-
	TOPLAM	18	100,0	25	100,0	11	100,0
	GÜMÜŞKOZA		GÜMÜŞKENT		KUŞAKKAYA		
	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	Frekans	Yüzdellik (%)	
Yorum	MHP	0	0,0	1	33,3	7	87,5
	AK PARTİ	1	100,0	1	33,3	0	0,0
	BBP	0	0,0	1	33,3	0	0,0
	CHP	0	0,0	0	0,0	1	12,5
	SP	-	-	-	-	-	-
	DP	-	-	-	-	-	-
	DİĞERLERİ	-	-	-	-	-	-
	TOPLAM	1	100,0	3	100,0	8	100,0

Siyasi partilere göre haber başlığı yargısına bakıldığında gazetelerin haber başlıklarında en çok 'nötr' yani 'nesnel' bir tarz uyguladıkları görülmüştür. Gazeteler 202 haberin 165'inde nesnel (nötr) yani tarafsız bir yargı geliştirmişlerdir. En fazla nötr bir yargı geliştiren gazete ise, 60 haberle Kuşakkaya gazetesi olmuştur. Kuşakkaya'nın siyasi partilere göre nötr bir yargı geliştirmesinin dağılımı; MHP 18, Ak Parti 16, CHP 10, BBP 5, SP 5, DP 1 ve diğerleri 5 şeklinde olmuştur. Kuşakkaya, olumsuz yargıyı 1 haberle sadece MHP'ye yönelik olarak geliştirmiştir. Gazete partilerle ilgili olumlu yargıyı ise, 7 haberle MHP, 1 haberle CHP'ye yönelik olarak kullanmıştır.

Gümüşkent gazetesi, 55 haberinde nötr bir yargı geliştirmiştir. Gazete bu yargıyı en çok 18 haberle Ak Parti'ye yönelik olarak kullanırken, 15 haberde MHP'ye, 11 haberde BBP'ye, 7 haberde CHP'ye, 2 haberde SP'ye 1 haberde DP'ye ve 1 haberde diğerlerine yönelik olarak uygulamıştır. Gazete olumsuz yargıyı sadece

1 haberinde BBP'ye yönelik olarak kullanırken, olumlu yargıyı ise, 10 haberde Ak Parti'ye, 2 haberde ise MHP'ye yönelik olmuştur.

Tablo 16: Siyasi Partilere Göre Haber Başlığının Yargısı

	SİYASİ PARTİ	GÜMÜŞKOZA		GÜMÜŞKENT		KUŞAKKAYA	
		Frekans	Yüzdelerik (%)	Frekans	Yüzdelerik (%)	Frekans	Yüzdelerik (%)
Olumlu	MHP	4	30,8	2	16,7	7	87,5
	AK PARTİ	8	61,5	10	83,3	0	0,0
	BBP	-	-	-	-	-	-
	CHP	0	0,0	0	0,0	1	12,5
	SP	1	7,7	0	0,0	0	0,0
	DP	-	-	-	-	-	-
	DIĞERLERİ	-	-	-	-	-	-
	TOPLAM	13	100,0	12	100,0	8	100,0
Olumsuz		GÜMÜŞKOZA		GÜMÜŞKENT		KUŞAKKAYA	
		Frekans	Yüzdelerik (%)	Frekans	Yüzdelerik(%)	Frekans	Yüzdelerik(%)
	MHP	0	0,0	0	0,0	1	100,0
	AK PARTİ	-	-	-	100,0	-	-
	BBP	0	0,0	1	0,0	0	0,0
	CHP	2	100,0	0	-	0	0,0
	SP	-	-	-	-	-	-
	DP	-	-	-	-	-	-
DIĞERLERİ	-	-	-	1	-	-	
TOPLAM	2	100,0	1	100,0	1	100,0	
Nötr		GÜMÜŞKOZA		GÜMÜŞKENT		KUŞAKKAYA	
		Frekans	Yüzdelerik (%)	Frekans	Yüzdelerik(%)	Frekans	Yüzdelerik(%)
	MHP	7	14,0	15	27,3	18	30,0
	AK PARTİ	27	54,0	18	32,7	16	26,7
	BBP	5	10,0	11	20,0	5	8,3
	CHP	6	12,0	7	12,7	10	16,7
	SP	2	4,0	2	3,6	5	8,3
	DP	1	2,0	1	1,8	1	1,7
DIĞERLERİ	2	4,0	1	1,8	5	8,3	
TOPLAM	50	100,0	55	100,0	60	100,0	

Son olarak; başlıkta nötr yargıyı Gümüşkoza'nın 50 haberinde görmek mümkün olmuştur. Gazete 27 haberinde nötr yargıyı Ak Parti'yle ilgili haberlerde kullanmıştır. Gümüşkoza, MHP'nin 7, CHP'nin 6, BBP'nin 5, SP'nin 2, DP'nin 1 ve diğerlerinde 2 haberinin başlıklarında nötr bir yargı geliştirmiştir. Gazete başlıklarında olumsuz yargıyı CHP'yle ilgili 2 haberde kullanmıştır. Gazetenin Ak Parti 8, MHP 4, SP 1 olmak üzere 13 haber başlığında olumlu bir yargı geliştirdiği görülmüştür.

Sonuç

30 Mart 2014 yerel seçimlerinde Gümüşhane ilinde yerel basının gündem belirlemesinin incelendiği bu çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada Gümüşhane’de günlük yayın yapan Kuşakkaya, Gümüşkoza ve Gümüşkent gazetelerinin bir aylık sayıları incelemeye tabi tutulmuştur. Gazetelerin seçimlerle ilgili haberlere ne kadar yer ayırdıkları, haberlerin kaynakları, kullandıkları ana ve diğer kaynaklar, siyasi parti adaylarından en çok hangisini ön plana çıkardıkları, siyasi partilerle ilgili haberlere yer verirken haberlerde ve başlıklarda nesnellik kriterine uygun davranıp davranmadığı gibi özelliklere bakılmıştır. Çalışmada; MHP, Ak Parti, BBP, CHP, SP ve DP’yle söz konusu partilerin adayları incelemeye konu olmuştur.

Çalışmayla ilgili bulgulara bakıldığında her üç gazetenin de yerel seçimleri gazetelerinde işlerken benzerlik gösterdiği görülmüştür. Gazetelerin sınırlı sayıda olması ve oluştukları kentin yüzölçümü açısından küçük, nüfus bakımından az nüfusa sahip olması ile gazete çalışanlarının siyasi parti adaylarını tanıyor olmaları bu duruma neden olmaktadır. Çalışmada çıkan sonuca göre, her üç gazete de siyasi parti adaylarını tanıyor olsalar dahi konuyla ilgili çıkan haberlerde nesnellik kriterinden genel anlamda taviz vermemişlerdir.

Yapılan çalışmanın bulgularına göre; Gümüşhane gazeteleri, 30 Mart seçimlerini 202 kez sayfalarında işleyerek bir ay boyunca seçimlerin gündemde kalmasını sağlamışlardır. Konuya en çok yer veren gazete ise, Kuşakkaya gazetesi olmuştur. Tüm siyasi partiler açısından bir karşılaştırma yapıldığında siyasi partiler arasında en çok basında yer alan parti Ak Parti olmuştur. Seçimlerle ilgili siyasi haberlerin en çok çıktıkları kaynak olarak basın bildirisi ve toplantıları birinci sırayı kaplamıştır. Haberlerde partilere yönelik oluşturulmuş olan yargılara bakıldığında gazetelerin haberlerin çoğunda nötr bir yargı geliştirdikleri yani nesnel davrandıkları bulgusuna varılmıştır. Gümüşhane gazetelerinde seçimle ilgili haberlere 128 defa birinci sayfada ve 90 defa manşette rastlanmıştır. Haberlerin çoğunu kısa haber olarak işleyen gazeteler bu haberlerin çoğunu birinci sayfadan verdiklerinden dolayı konuyu önemsediklerini göstermişlerdir. Gazetelerin haberlerinde kullandıkları ana kaynaklara bakıldığında Gümüşhane gazetelerinin -diğerleri kısmı hariç- ana kaynak

olarak en çok MHP adayı Mustafa Canlı'yı kullandıkları görülmüştür. Haberde en çok betimleyici başlık türü kullanılırken haber başlığının yargısına bakıldığında gazetelerin başlıklarda nötr bir yargı geliştirdikleri görülmüştür.

Gazetelere göre siyasi partilerin yerel basında yer alış sıklığına bakıldığında Gümüşkoza ve Gümüşkent gazetelerin en çok Ak Parti'ye, Kuşakkaya gazetesinin ise, MHP'ye sayfalarında yer verdiği görülmüştür. Gümüşkoza gazetesi, yerel seçimleri 33 defa, Gümüşkent 55 defa, Kuşakkaya 40 defa birinci sayfalarında yer vermiştir. Bu durum gazetelerin yerel seçimleri önemsediklerini göstermektedir. Betimleyici, alıntı ve yorum haber başlıkları türleriyle ilgili yapılmış olan değerlendirmede her üç gazetenin de en çok betimleyici başlık türünü kullandığı bulgulanmıştır. Yine siyasi partilere göre haber başlığı yargısına bakıldığında haber başlıklarında en çok nötr bir yargı geliştirildiği görülmüştür.

Sonuç olarak; Gümüşhane yerel basının yerel seçimler döneminde Gümüşhane gündemi siyasi haberlerle işgal ettiğini söylemek doğru bir tespit olarak ortaya çıkmaktadır. Gazetelerin sayısal azlığı (sadece 3 gazete) gündemi belirlememe gibi bir neticeyi ortaya çıkarmamış olup tam tersi özellikle seçimle ilgili gelişmeleri yakından takip ettiklerini göstermiştir.

Kaynakça

- ALTUN, Abdülrezak (2005). "Yerel Medya Çalışanlarının Eğitim İhtiyacı ve Yerel Medya Enstitüsü", iletişim: araştırmaları, s. 3(1-2), ss. 75-104.
- ATABEK, Nejdet (2000). Siyasi Partilerde Örgütsel İletişim Bazı Siyasi Partilerin Eskişehir İl Delegeleri Üzerine Bir Araştırma, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.
- BAL, Hüseyin (2004). İletişim Sosyolojisi, Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Yayını.
- BİRSEN, Haluk (2011). "Yerel Basın Yöneticilerinin Bakış Açılılarıyla Eskişehir Yerel Basını", Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi e-gifder, Sayı:1, Mart 2011 ss: 116 - 142.
- COHEN, Bernard C. (1963). The Press, The Public and Foreign Policy, Princeton: Princeton University Press.

- CUILENBURG, J. V. (2010). Medya Ve Demokrasi, (Editörler), Bülent Çaplı ve Hakan Tuncel, Televizyon Haberciliğinde Etik, Ankara: Fersa Matbaacılık, ss. 99-125.
- DAMLAPINAR, Zülfikar (2000). “Basının Seçmen Davranışını Etkileme Süreci”, Selçuk İletişim Dergisi, s.1(2), ss. 90-115.
- DEARİNG, James W. ve ROGERS, Everett M. (1996). Communication Concepts 6: Agenda-Setting. Thousand Oaks: Sage.
- DOĞAN, Âdem; GÖKER, Göksel (2010). “Yerel Seçimlerde Seçmen Tercihi (29 Mart Yerel Seçimleri Elazığ Seçmeni Örneği)”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Ekim 2010, s.5(2), ss.159-187.
- GEZGİN, Suat (2007). Türkiye’de Yerel Basın, (Editör), Suat Gezgin, Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, ss. 177-196.
- GİRGIN, Atilla (2007). Türkiye’de Yerel Basın ve Resmi İlan (Editör), Suat Gezgin, Türkiye’de Yerel Basın, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, ss. 243-260.
- GÖKÇE, Orhan (2001). İçerik Çözümlemesi, 3. Baskı, Konya: Selçuk Üniversitesi Vakfı.
- GÜLEÇ, Serhat (2005). Türkiye’de Yerel Yazılı Basın ve Mersin Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GÜNGÖR, Nazife (2013). İletişim Kuramlar ve Yaklaşımlar, 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İNAL, M. Ayşe (1996). Haberi Okumak, İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İRVAN, Süleyman (2001). “Gündem Belirleme Yaklaşımının Genel Bir Değerlendirmesi”, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi İletişim, s. 9, ss. 69-106.

- KALENDER, Ahmet (2002). “Demokrasilerde Yerel Basının Önemi”, Yerel Gazetecilikte Meslek İçi Eğitim, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları, s. 52-61.
- KIŞLALI, Ahmet Taner (1997). Siyaset Bilimi, Ankara: İmge Kitabevi.
- KRİPPENDORFF, Klaus (2004). Content Analysis: An Introduction To Its Methodology, New York: Sage Publication.
- MCQUAİL, Denis; WİNDAHL, Sven (1993). İletişim Modelleri, (Çev:Mehmet Küçük Kurt), Ankara: İmaj Yayınları.
- MURRAY, J. Gordon (1999). “Local Government Demands More From Purchasing”, European Journal Of Purchasing & Supply Management, ss. 33-42.
- MUTLU, Erol (2008). İletişim Sözlüğü, 5. Baskı, Ankara: Ayraç Kitapevi.
- ÖZEL, Mehmet; EREN, Veysel; İNAL, Emin (2009). “Yerel Siyaset ve Yerel Halkın Belediye Hizmetlerine Bakışı: Yerel Hizmetlerden Memnuniyet Düzeyi Üzerine Bir Araştırma”, Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, s:1/1, ss; 33-50.
- SEVERİN, Werner J.; TANKARD, James W. (1994). İletişim Kuramları: Kökenleri, Yöntemleri ve Kitle İletişim Araçlarında Kullanımları, (Çev: Ali Atıf Bir- Serdar Sever), Eskişehir: Kibele Sanat Merkezi.
- ŞEKER, Mustafa (2007). Tekniği, İçeriği, Çalışan Profili, Haber kaynakları, Ekonomi Politikası, Gücü ve Sorunlarıyla Yerel Gazeteler, Konya: Tablet Yayınları.
- TEMEL, Mustafa; KORKMAZ, Ali; vd. (2012). “Yerel Medya Çalışanlarının Sosyo-Demografik Özellikleri ve Sektör Sorunlarına Bakışı: Kayseri ve Nevşehir Yerel Medyasına Yönelik Alan Araştırması”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 9, s. 19, ss. 125-157
- TOKGÖZ, Oya (2000). Temel Gazetecilik, 4. Baskı, Ankara: İmge Kitabevi.

TÜRK, Hikmet Sami (2006), “Seçim, Seçim Sistemleri ve Anayasal Tercih”,
Anayasa Yargısı Dergisi, 23: 75-112.

TÜRKÖNE, Mümtazer (2003). Siyaset, Ankara: Lotus Yayınları.

UTKAN, Osman (2007). Kayseri Medyası ve Sorunları, Yayınlanmamış
Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Kayseri.

ÜNAL, Şinasi (1996). “Yerel Basın ve Sorunları”. Yeni Türkiye Dergisi Medya
Özel Sayısı, Yıl: 2, S.: 12, ss.1068–1072.

VURAL, Ali Murat (1999). Yerel Basın ve Kamuoyu. Anadolu Üniversitesi
Yayınları, No: 1141, Eskişehir.

YAYLAGÜL, Levent (2008). Kitle İletişim Kuramları, 2. Baskı, Ankara: Dipnot
Yayınları.

YÜKSEL, Erkan (2001). Medyanın Gündem Belirleme Gücü, Konya: Çizgi
Kitabevi.

<http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5187.html>, 5187 sayılı ve 09.06.2004 tarihli
Basın Kanunu, Erişim Tarihi: 02.09.2014.