

Kurgu Dergisi  
S: 15, 175-191, 1998

## 4 HAZİRAN 1995 YEREL SEÇİMLERİNDE YAZILI BASINDA YER ALAN HABER VE KÖŞE YAZILARININ İÇERİK BAKIMINDAN ÇÖZÜMLENMESİ

Öğr.Gör. R.Ayhan YILMAZ\*  
Öğr.Gör.Sevil UZOĞLU\*

### ÖZET

Kitle iletişim araçları siyasal bilgi edinme bakımından, çok geniş bir kitleyi etki alanları içine sokarlar. Bunu da her araç kendine özgü yöntemlerle gerçekleştirir. Bu çalışmada, 4 Haziran 1995 yılında Türkiye’de yapılan yerel seçimlerde hükümetin seçim malzemesi olarak kullandığı “il olma vaadi”ne basının yaklaşımı ele alınmaktadır. İçerik analizinin kullanıldığı çalışmada, Cumhuriyet, Milliyet, Sabah ve Zaman gazetelerinin konuyla ilgili haber başlıkları ve köşe yazıları araştırma kapsamına alınmıştır. Bir yöntem olarak içerik analizi ve çalışmada kullanılan kavramlar kuramsal bölümde açıklanmaktadır. Araştırmanın bulgularından hareketle yazarlar sonuç bölümünde yorumlarını belirtmektedirler.

4 Haziran 1995 yerel seçimleri, vadeleri ile mayıs ve haziran aylarında Türkiye gündeminde önemli bir yer tuttu. Hem iktidar partisi (DYP) hem de muhafetteki partiler (ANAP, RP, CHP, DSP, MHP, İP) için büyük bir öneme sahip olan 4 Haziran yerel seçimleri, seçimi önde götürecek parti için bir başarı göstergesi olacaktı. Belediye başkanlıklarının çoğunluğunu iktidar partisinin kazanması, halkın iktidara güvenoyu verdiği anlamını taşıyacaktı. Tam tersi durumda muhalefetteki partilerin zaferi ile sonuçlanacak bir seçim ise, iktidarın zayıfladığı ve muhalefetin güç kazandığı izlenimini yaratacaktı. Böylece yerel seçim, partilerin yarışından

\* Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi

çok vaatlerin yarıştığı bir atmosfer yarattı. Vaad yarışında iktidar partisi devletin imkanlarını kullandığı için, muhalefetteki partilere göre öncelik kazandı. İktidar partisinin verdiği en önemli vaad “il olma vaadi” idi.

27 Mayıs-11 Haziran 1996 tarihleri arasında Cumhuriyet, Milliyet, Sabah ve Zaman gazetelerinde “il olma vaadi” ile ilgili haberler ve köşe yazıları derlenerek içerik çözümlemesi uygulandı. Çalışmaya kuramsal bir kimlik kazandırmak için öncelikle içerik çözümlemesinin ne olduğu açıklanmaya çalışılacaktır.

## İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

İçerik çözümlemesinin bugünkü kullanılış şekli 1941'den sonra başlar. Kavramın ilk kullanıcısının Berelson olduğu sanılsa da esas yaratıcısının Lasswell olduğu belirtilmektedir (1). Berelson'a göre içerik çözümlemesi “iletişimin yazılı/açık içeriğinin objektif, sistematik ve sayısal tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir” (2). Krippendorff, içerik çözümlemesinin, iletişimin yazılı/açık özelliklerinden yazılı/açık olmayan içerik özelliklerine yönelik çıkarımlar yapmayı amaçladığını bildirmektedir(3).

Mesajın araştırılması ve bu mesajı alan insanlara iletişimin bir bakış açısı sağlaması içerik çözümlemesinde bir varsayım olarak kabul edilir.

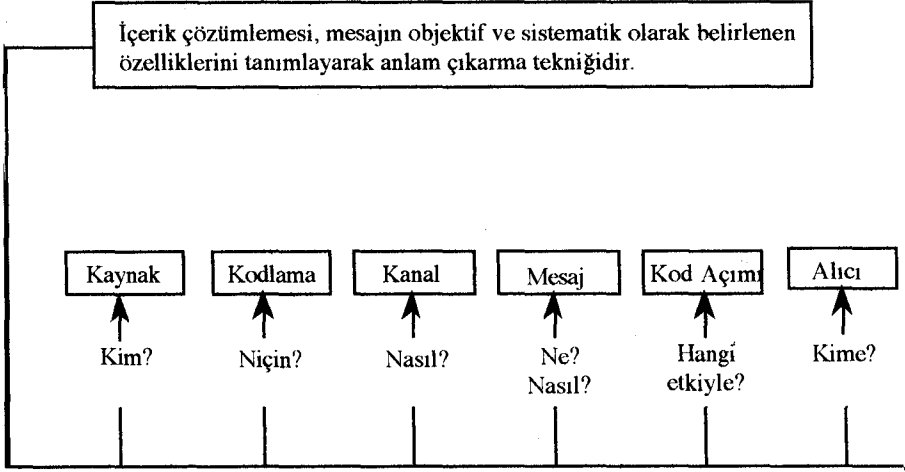
İçerik çözümlemesi ile iletişim araçlarının içeriği olan komedi, pembe diziler (soap-opera), haber programları, kitap, dergi, gazete, afiş gibi yazılı metinler ve film, TV programları incelenebilir (4).

Aziz'e göre, bir içerik çözümlemesinde “yansızlık”, “dizgellik”, “yinelebilirlik”, “tekrar ve uygulanabilirlik” ve “sonuçta işe yarayan değerli çıkarımlar elde etme” özellikleri ön plana çıkmaktadır (5).

- 
- 1 O. Gökçe (1994). **İçerik Çözümlemesi**. Eskişehir, s.14.
  - 2 O.R. Holsti (1969). **Content Analysis for the Social Sciences and Humanities**. ABD: Addison-Wesleys Pub., s.3.
  - 3 O. Gökçe. **A.g.k.**, s.23.
  - 4 B. Gökçe (1992). **Toplumsal Bilimlerde Araştırma**. Ankara: Savaş Yayınları; K. Yumlu (1990). **Kitle İletişim Araştırmaları**. İzmir: Neşe Yayıncılık.
  - 5 A. Aziz (1990). **Araştırma Yöntemleri - Teknikleri ve İletişim**. Ankara: İletişim Araştırmaları Derneği Yayınları, No: 3, s.108.

Çalışmada bir iletişim içeriği olan gazete haber ve köşe yazıları incelendiğinden, iletişimin içerik çözümlemesi ile olan bağıntısının ortaya çıkartılmasında yarar vardır. Çünkü içerik çözümlemesi ile mesajın objektif ve sistematik olarak belirlenen özellikleri tanımlanarak anlam çıkarılır. Holsti bu bağıntıyı aşağıdaki örnekte olduğu gibi şekillendirir (6).

Şekil: 1 İçerik çözümlemesi ve iletişim paradigması



Bir iletişim sürecinde varolan metin içerik çözümlemesinin konusunu oluşturur. Hangi metin türünün çözümlenebileceği ya da çözümlenmesi gerektiği, araştırma malzemesi, araştırmanın sorusu ve yöntemine bağlıdır. İçerik çözümlemesinin kapsamına, herhangi bir şekilde manifest (yazılı/açık) hale getirilebilen tüm iletişim içerikleri girmektedir (7).

İçerik çözümlemesi yöntemi çok aşamalı bir süreçtir. Bu sürecin aşamalarını şöyle sıralayabiliriz:

- 1- Örnekleme yapmak için konu başlığının seçimi.  
(Gazetede yer alan 4 Haziran 1995 yerel seçimlerinde il olma vaadi ile ilgili haberler ve köşe yazıları).
- 2- Hangi tarihler arasında çözümleme yapılmak istendiği.  
(28 Mayıs-11 Haziran 1995 arasında hafta içi ve hafta sonu

6 O.R. Holsti. *A.g.k.*, s.24.

7 O. Gökçe. *A.g.k.*, s.24.

Cumhuriyet, Milliyet, Sabah, Zaman gazeteleri)

3- Çözümleme birimlerinin seçimi.

(İl vaadi ile ilgili seçim haberleri ve köşe yazıları)

4- İçeriğin sayısallaştırılması (8).

(İl olma vaadi ile ilgili seçim haberleri ve köşe yazılarının cm2 olarak kapladığı alanın sayılması).

İçeriğin sayısallaştırılmasında, kelime, birim ve/veya işlenen konu miktarını saymak için kullanılan sütun uzunluğu ya da yayın süresini ölçme yöntemi olan **saymanın** dışında iki temel yöntem daha vardır:

**Sıralama** içerik çözümlemesinde yaygın olarak kullanılan diğer bir yöntemdir. Ölçüt ya da bir dizi ölçüte göre, giriş birimlerini belirlemek üzere tarafsız bir karar verici seçilir.

**Sınıflama** kompozisyonları şiirler ve çizimlerin bazı ölçütlere uygun olarak sınıflandırılmasıdır.

Gerbner içerik çözümlemesini mikro ve makro olmak üzere ikiye ayırır. İçerik çözümlemesi ile ilgili diğer bir sınıflama ise Andren'in yaptığı pragmatik, semantik ve sözdizimsel analizden oluşur (9).

**Pragmatik (yararacı) içerik çözümlemesi;** işaretlerin olabilen nedenlerine ya da etkilerine göre sınıflama yöntemidir. İletinin verildiği zamanlardaki sıklığını saymak ve etkisini ortaya çıkarmak gibi.

**Semantik (anlambilimsel) içerik çözümlemesi;** işaretlerin anlamlarına göre sayma ile ilgili kümelenendir. Bir iletide kaç kez "iletişim" sözcüğünün sayılması gibi.

**Syntactic (sözdizimsel) içerik çözümlemesi;** iletinin verildiği dilbilgisi ile ilgili bir çözümlerdir (10).

Hzsia'e göre içerik çözümlemesi şu amaçlar için kullanılır (11):

8 H.J. Hzsia (1988). **Mass Communication Research Methods A Step-by-Step Approach**. Lawrence Erlbaum Ass. Publishers, s.322.

9 A.g.k.

10 A. Aziz. A.g.k.

11 H.J. Hzsia. A.g.k.

- 1- Farklılık, değişim ve önemi ortaya çıkarmak.
- 2- Müzik, şiir ve romanların gerçek sahibini bulmak.
- 3- Propaganda yöntemleri ve tekniklerini ortaya çıkarmak.
- 4 Kişilik, biçim ve davranışsal özellikleri ortaya koymak.
- 5- Toplumun yönelimlerini veya başarılarını belirlemek.
- 6- Yönelimleri ve başarıları araştırmak, iletişimin anlamını vurgulamak.
- 7- İletişimin farklı biçimlerini, modellerini ve çeşitlerini karşılaştırmak.
- 8- Okunabilirliği ölçmek.

Çalışmada, il olma vaadi ile ilgili haber ve köşe yazılarının kapladığı alanların ve algılanışların gazetelere göre farklılıkları, değişimleri ve önemlerini ortaya çıkartmak amacı güdülmüştür.

İçerik çözümlemesi ile ilgili bilgilerin ardından, çalışmanın bu bölümünde araştırma verilerinin elde edilmesi ve bu verilerin değerlendirilmesine geçilecektir.

#### **4 HAZİRAN 1995 YEREL SEÇİM KAMPANYASINDA İL OLMA VAADİ İLE İLGİLİ HABER VE KÖŞE YAZISI İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ**

##### **AMAÇ**

Araştırmanın amacı Türk basınında “4 Haziran Yerel Seçimleri”nde kullanılan “İl Olma Vaadi” ile ilgili haber ve köşe yazısı dağılımını ortaya çıkartmak, bunun kamuoyu gündemini nasıl yönlendirdiğini incelemektir. Böylece “İl Olma Vaadi” ile ilgili haber ve köşe yazılarının seçilen gazetelerde ne kadar alan kapladığını, başlıklarının nasıl algılandığını araştırarak farklı gazetelerin konuya verdiği önemi ortaya çıkarmaktır.

##### **ÖRNEKLEM SEÇİMİ**

Araştırma örneklemini Cumhuriyet, Milliyet, Sabah ve Zaman gazeteleri oluşturmuştur. Amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Seçilen gazetelerin tirajları yüksek, Türkiye düzeyinde dağılım yüzdeleri fazladır. Aynı zamanda siyasal yelpazede farklı eğilimlerin görüşlerini yansıtmaktadır.

“İl Olma Vaadi” ile ilgili haberler 28 Mayıs-11 Haziran 1995 tarihleri arasındaki 15 günlük süreyi kapsamaktadır.

## YÖNTEM

İçerik çözümlemesi yönteminin kullanıldığı çalışmada yazı ve görüntü öğelerinin fiziksel özellikleri belirlenmiştir. Bu özellikler için haber ve köşe yazısının hangi gazetede ne kadar santimetrekaşe yer aldığı, haber havuzu alanı, başlıklar (ana haber başlığı, alt başlık, üst başlık) ve görüntü öğeleri (fotoğraf, karikatür, illüstrasyon) incelenmiştir.

Türkiye’deki gazetelerin sütun sayısı ve sütun santimetrekaşesinin aynı sayıda olmaması nedeniyle, haber havuzu alanı santimetrekaşe ölçü birimiyle belirlenmiştir.

Haber ve köşe yazısı başlıklarının algılanışının belirlenmesi için olumlu (güven, destek, istek, umut, yüceltme, diğer), olumsuz (kaygı, uyarı, yakınma, korku, acıma, suçlama, diğer) ve yorumsuz çağrışımlar(12) kullanıldı. Olumlu, olumsuz ve yorumsuz çağrışımlar Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Ana Bilim Dalı’nda doktora öğrenimi gören ya da tamamlamış yedi iletişim bilimi uzmanı tarafından değerlendirilmiştir.

“İl Olma Vaadi” ile ilgili haber, köşe yazısı ve görsel öğelerin tümü sayfa numarasına bakılmaksızın çalışma kapsamına alınmıştır.

## TANIMLAR

İçerik çözümlemesinde kullanılan kavramlara, çözümlemeyi yapan araştırmacılar tarafından şu anlamlar yüklenmiştir.

**Siyasi haber:** Gazetelerdeki, mecliste grubu bulunan tüm siyasi partilerle ilgili haber niteliği taşıyan yazılar.

**Köşe yazısı:** Gazetelerde belli periyodlarda ve belirli bir köşede, belirli yazarlar tarafından kaleme alınan yorum yazıları.

12 Ayrıntılı Bilgi İçin Bkz.: F. Seçim (1993). “Uluslararası İletişim Düzeni Bağlamında Türk Basınında Yer Alan Dış Haberlerin İncelenmesi (Bir Dış Haber Olarak Körfez Savaş Haberlerinin İçerik Çözümlemesi)”. İstanbul Üniversitesi, SBE Yayınlanmamış Doktora Tezi.

**Haber havuzu:** Herbir haber için ana haber başlığı, üst başlık, alt başlık ve metni kapsayan yazımsal elemanlar ile fotoğraf karikatür, illüstrasyon, tablo gibi görsel elemanlardan oluşan alan.

**İl olma vaadi:** 4 Haziran Yerel Seçimleri'nde iktidar partisinin bazı ilçelere verdiği il olma sözü ile ilgili haberler.

**Görsel öğeler:** İl olma vaadi ile ilgili haberlerde yer alan fotoğraf, karikatür, illüstrasyon ve tabloyu kapsayan bir kavram.

**Yazımsal öğeler:** İl olma vaadi ile ilgili haberlerde yer alan ana haber başlığı, üst başlık, alt başlık ve metni kapsayan kavram.

**Ana haber başlığı:** Haberi açıklayıcı nitelikte olan, haber metninin üstünde yer alan ve görece daha iri puntolarla, farklı fontla yazılan yazılardır. Her haber metni bir ana haber başlığına sahip olmak zorundadır (13).

**Alt haber başlığı:** Ana haber başlığından daha küçük puntuyla yazılan ve onun altında yer alan başlıktır (14).

**Üst haber başlığı:** Ana haber başlığının üstünde yer alan ve onu açıklamada yardımcı olan haber başlığıdır (15).

## BULGULAR

### Fiziksel Bulgular

#### I. Yazı Öğeleri

"İl Olma Vaadi" ile ilgili fiziksel bulguları ortaya çıkarmak amacı ile haberin/köşe yazısının hangi gazetede ve hangi günde yer aldığı, haber ya da köşe yazısı oluşu, haber havuzu toplam alanı, bu alan içinde yer alan ana haber başlığı, üst başlık, alt başlık, metin, devam metni alanı, santimetrekare ölçü birimi kullanılarak belirlenmiştir.

<sup>13</sup> A.g.k., s. 11.

<sup>14</sup> A.g.k., s. 11.

<sup>15</sup> A.g.k., s. 11.

Araştırma kapsamındaki 15 günlük dönemde dört gazetede “İl Olma Vaadi” ile ilgili toplam 100 haber, 39 köşe yazısı yer almıştır.

28 Mayıs-11 Haziran 1995 tarihleri arasında incelenen dört gazetede yer alan “İl Olma Vaadi” ile ilgili haber ve köşe yazısının gün sayısı Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 1 Yayınlanan Haber ve Köşe Yazısı Gün Sayısı

| Gazete Adı | Yayınlandığı Gün Sayısına Göre |             |        |
|------------|--------------------------------|-------------|--------|
|            | Haber                          | Köşe Yazısı | Toplam |
| Cumhuriyet | 7                              | 3           | 10     |
| Milliyet   | 9                              | 7           | 16     |
| Sabah      | 8                              | 3           | 11     |
| Zaman      | 13                             | 4           | 17     |

“İl Olma Vaadi” ile ilgili toplam 15 günlük süre içerisinde Zaman gazetesinde 13 gün haber yayınlanmıştır. Zaman Gazetesi’ni 9 günle Milliyet, 8 günle Sabah izlemiştir. Cumhuriyet gazetesinde ise 7 gün “İl Olma Vaadi” ile ilgili haber yayınlanmıştır. Köşe yazılarında ise bu süre içerisinde 7 gün ile Milliyet Gazetesi öne çıkmaktadır. Zaman gazetesinde 4 gün, Sabah ve Cumhuriyet gazetelerinde 3’er gün “İl Olma Vaadi” ile ilgili köşe yazıları yayınlanmıştır. Tablo 1’de de görüldüğü gibi ilgili haberin yayınlandığı en fazla gün sayısı Zaman gazetesindedir. Köşe yazısında ise Milliyet öne çıkmaktadır.

Tablo 2’de ise 15 günlük süre içerisinde 4 gazetede yayınlanan toplam haber ve köşe yazısı sayısının gazetelere göre dağılımları verilmiştir.



Tablo 2 Gazete Türleri Bakımından Haber ve Köşe Yazısı Dağılımı

|            | Haber Sayısı |     | Köşe Yazısı Sayısı |       | Toplam (Haber+Köşe Yazısı) |       |
|------------|--------------|-----|--------------------|-------|----------------------------|-------|
|            | Adet         | %   | Adet               | %     | Adet                       | %     |
| Cumhuriyet | 25           | 25  | 7                  | 17.94 | 32                         | 23.02 |
| Milliyet   | 28           | 28  | 20                 | 51.28 | 48                         | 34.53 |
| Sabah      | 28           | 28  | 6                  | 15.38 | 34                         | 24.47 |
| Zaman      | 19           | 19  | 6                  | 15.38 | 25                         | 17.98 |
| Toplam     | 100          | 100 | 39                 | 100   | 139                        | 100   |

Tablo 2'ye göre 15 günlük süre içinde 4 gazetede yer alan toplam haber sayısı 100'dür. Bu sayının %25'i Cumhuriyet, %28'i Milliyet ve Sabah, %19'u ise Zaman gazetelerine aittir. 15 gün boyunca "İl Olma Vaadi" ile ilgili en fazla haber Tablo 2'de de görüldüğü gibi, Milliyet ve Sabah gazetelerinde bulunmaktadır. Köşe yazılarına baktığımızdaysa Milliyet gazetesi %51.28 ile yine en fazla "İl Olma Vaadi" ile ilgili köşe yazısı yayınlamıştır. Milliyet'in ardından Cumhuriyet gazetesi %17.94'lük bir orana sahiptir. Sabah ve Zaman gazeteleri ise %15.38 ile eşit oranda köşe yazısı yayınlamışlardır. Haber+köşe yazısı toplamlarına baktığımızdaysa Milliyet gazetesi %34.53 oranıyla diğer gazetelere göre "İl Olma Vaadi" ile ilgili daha fazla haber+köşe yazısı yayınlamıştır. Milliyet gazetesini %24.47 oranıyla Sabah izler. Cumhuriyet %23.02, Zaman %17.98 oranına sahiptir.

28 Mayıs-11 Haziran 1995 tarihleri arasındaki 15 günlük dönemde "İl Olma Vaadi" ile ilgili haberlerin görsel ve yazınsal öğelerinin kapladıkları

toplam alan 23.356 cm<sup>2</sup>'dir. Tablo 3'te her gazetenin yazımsal ve görsel alan dağılımı görülmektedir.

Tablo 3 Gazetelere Göre İl Olma Vaadi ile İlgili Haberlerde Yer Alan Görsel ve Yazımsal Alanların Dağılımı

|                           | Yazımsal Alan      |       | Görsel Alan        |       | Toplam             |       |
|---------------------------|--------------------|-------|--------------------|-------|--------------------|-------|
|                           | (cm <sup>2</sup> ) | %     | (cm <sup>2</sup> ) | %     | (cm <sup>2</sup> ) | %     |
| Cumhuriyet                | 3331               | 20.96 | 1414               | 18.97 | 4745               | 20.31 |
| Milliyet                  | 4739               | 29.80 | 2594               | 34.78 | 7333               | 31.40 |
| Sabah                     | 3991               | 25.10 | 1696               | 22.75 | 5687               | 24.35 |
| Zaman                     | 3838               | 24.14 | 1753               | 23.50 | 5591               | 23.94 |
| Toplam (cm <sup>2</sup> ) | 15.899             | 100   | 7457               | 100   | 23.356             | 100   |

Tablo 3 Milliyet gazetesinin hem yazımsal hem de görsel alanda diğer gazetelere göre "İl Olma Vaadi" ile ilgili daha fazla habere (%31.40) yer verdiğini bir kez daha göstermektedir. Milliyeti, sırasıyla, Sabah, Zaman ve Cumhuriyet gazeteleri izlemektedir.

Tablo 4 Gazetelere Göre “İl Vaadi” ile İlgili Köşe Yazılarında Yer Alan Görsel ve Yazınsal Öğeler Dağılımı

|            | Yazınsal Alan   |       | Görsel Alan     |       | Toplam Alan     |       |
|------------|-----------------|-------|-----------------|-------|-----------------|-------|
|            | cm <sup>2</sup> | %     | cm <sup>2</sup> | %     | cm <sup>2</sup> | %     |
| Cumhuriyet | 1589            | 17.45 | -               | -     | 1589            | 17.19 |
| Milliyet   | 4280            | 47.01 | 95              | 67.85 | 4375            | 47.33 |
| Sabah      | 1661            | 18.24 | 45              | 32.14 | 1706            | 18.46 |
| Zaman      | 1573            | 17.28 | -               |       | 1573            | 17.02 |
| Toplam     | 9103            | 100   | 140             | 100   | 9243            | 100   |

“İl Olma Vaadi” ile ilgili köşe yazılarında yine Milliyet gazetesi %47.33 oranı ile diğer gazeteler arasında öne çıkmaktadır. Milliyet gazetesinin ardından Sabah gazetesi %18.46 oranında köşe yazısına yer vermiştir. Dört gazetenin incelendiği çalışmada Cumhuriyet gazetesinde yayınlanan köşe yazılarının oranı ise %17.19'dur. Gazeteler arasında en düşük oran %17.02 ile Zaman gazetesine aittir.

### HABER VE KÖŞE YAZISI BAŞLIKLARININ ALGILANIŞI

Yapılan araştırmada, haber ve köşe yazısı başlıklarının yarattığı çağrışımlar 3 şık olarak ele alınacaktır. Bunlar; olumlu, olumsuz ve yorumsuz şıklardır. Olumlu çağrışım göstergeleri **güven, destek, istek, umut, yüceltme ve diğer**, olumsuz çağrışım göstergeleri **kaygı, uyarı, yakınma, korku, acıma, suçlama ve diğerden** oluşmaktadır.

Tablo 5 Gazetelere Göre “İl Vaadi” ile İlgili Haber Başlıklarının Yarattığı Çağrışımların Dağılımı

|            | Olumlu Çağrışımlar<br>(Güven, destek, istek, umut, yücelt.) |       | Olumsuz Çağrışımlar<br>(Kaygı, uyarı, yakınma, korku) |       | Yorumsuz |       | Toplam |       |
|------------|---|-------|---|-------|----------|-------|--------|-------|
|            | Adet  | %     | Adet  | %     | Adet     | %     | Adet   | %     |
| Cumhuriyet | 44  | 23.65 | 87  | 29    | 42       | 22.47 | 173    | 25.70 |
| Milliyet   | 38  | 20.43 | 101   | 33.66 | 55       | 29.41 | 194    | 28.82 |
| Sabah      | 73  | 39.26 | 56  | 18.67 | 54       | 34.22 | 193    | 28.68 |
| Zaman      | 31  | 16.66 | 56  | 18.67 | 26       | 13.90 | 113    | 16.80 |
| Toplam     | 186   | 100   | 300   | 100   | 187      | 100   | 673    | 100   |

Tablo 5 bize “İl Olma Vaadi” ile ilgili haber başlıklarının yarattığı **olumlu** (güven, destek, istek, umut, yüceltme, diğer), **olumsuz** (kaygı, uyarı, yakınma, korku, acıma, suçlama, diğer) ve **yorumsuz** çağrışımların gazetelere göre dağılımlarını göstermektedir. Toplam 186 olumlu çağrışımın %39.26’sı Sabah Gazetesi’nde, %23.65’i Cumhuriyet, %20.43’ü Milliyet ve %16.66’sı Zaman Gazetesi’nde yer almaktadır.

Olumsuz çağrışımlarda ise Milliyet %33.66 ile en büyük paya sahiptir. Milliyet’in ardından sırasıyla Cumhuriyet, Sabah ve Zaman gazeteleri gelmektedir.

Yorumsuz çağrışımlardaysa yine Sabah Gazetesi %34.22 ile öndedir. Sabah’ı sırasıyla Milliyet, Cumhuriyet ve Zaman Gazeteleri izlemektedir.

Böylece Milliyet, Cumhuriyet ve Zaman Gazetelerinde yer alan haber başlığı çağrışımlarının olumsuz, Sabah Gazetesi çağrışımlarının ise olumlu ve yorumsuz olarak değerlendirildiği sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 6 ve 7’de dört gazetenin olumlu (güven, destek, istek, umut, yüceltme, diğer) olumsuz (kaygı, uyarı, yakınma, korku, acıma, suçlama, diğer) ve yorumsuz çağrışımlarının dağılımları ayrıntılarıyla verilmiştir.

Tablo 6 Gazetelere Göre Haber Başlıklarının Olumlu Çağrışım Göstergeleri Dağılımı

|            | Güven                | Destek                | İstek                | Umut                   | Yüceltme              | Diğer                | Toplam % |
|------------|----------------------|-----------------------|----------------------|------------------------|-----------------------|----------------------|----------|
| Cumhuriyet | %1.71<br>N=25<br>n=3 | %1.71<br>N=25<br>n=3  | %1.71<br>N=25<br>n=3 | %10.28<br>N=25<br>n=18 | %8<br>N=25<br>n=14    | %1.71<br>N=25<br>n=3 | 25.12    |
| Milliyet   | %1.02<br>N=28<br>n=2 | %5.6<br>N=28<br>n=11  | -                    | %3.5<br>N=28<br>n=7    | %7.1<br>N=28<br>n=14  | %2.04<br>N=28<br>n=4 | 19.26    |
| Sabah      | %6.1<br>N=28<br>n=12 | %8.6<br>N=28<br>n=17  | %4.6<br>N=28<br>n=9  | %3.5<br>N=28<br>n=7    | %11.7<br>N=28<br>n=23 | %2.5<br>N=28<br>n=5  | 37       |
| Zaman      | -                    | %6.01<br>N=19<br>n=18 | %3<br>N=19<br>n=4    | %4.5<br>N=19<br>n=6    | %9.02<br>N=19<br>n=12 | %0.75<br>N=19<br>n=1 | 23.29    |

N= Haber sayısı

n= Haber başlığında rastlanan çağrışım sayısı

Tablo7 Gazetelere Göre Haber Başlıklarının Olumsuz Çağrışım Göstergeleri Dağılımı

|            | Kaygı                  | Uyarı                 | Yakınma               | Korku               | Acıma                | Suçlama               | Toplam |
|------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|----------------------|-----------------------|--------|
| Cumhuriyet | %14.28<br>N=25<br>n=15 | %6.2<br>N=25<br>n=11  | %5.7<br>N=25<br>n=10  | %2.3<br>N=25<br>n=4 | %5.1<br>N=25<br>n=9  | %16<br>N=25<br>n=28   | 49.54  |
| Milliyet   | %9.1<br>N=28<br>n=18   | %5.1<br>N=28<br>n=10  | %13.7<br>N=28<br>n=27 | %3.5<br>N=28<br>n=7 | %4.08<br>N=28<br>n=8 | %15.8<br>N=28<br>n=31 | 51.28  |
| Sabah      | %5.1<br>N=28<br>n=10   | %4.08<br>N=28<br>n=8  | %3.5<br>N=29<br>n=7   | %1.5<br>N=28<br>n=3 | %2.04<br>N=28<br>n=4 | %12.2<br>N=28<br>n=24 | 28.42  |
| Zaman      | %11.27<br>N=19<br>n=15 | %7.51<br>N=19<br>n=10 | %9.77<br>N=19<br>n=13 | %3<br>N=19<br>n=4   | %1.5<br>N=19<br>n=2  | %9.02<br>N=19<br>n=12 | 42.07  |

Tablo 8 Gazetelere Göre İl Olma Vaadi ile İlgili Köşe Yazısı Başlıklarının Yarattığı Çağrışımların Dağılım Adedi

| Gazeteler  | Olumlu<br>(Güven, destek, istek,<br>umut, yüceltme) |       | Olumsuz<br>(Kaygı, uyarı,<br>yakınma, korku) |       | Yorumsuz |       | Toplam |       |
|------------|---|-------|--|-------|----------|-------|--------|-------|
|            | Adet  | %     | Adet   | %     | Adet     | %     | Adet   | %     |
| Cumhuriyet | 3   | 5.17  | 31   | 23.49 | 15       | 18.07 | 49     | 17.95 |
| Milliyet   | 40  | 68.97 | 60   | 45.45 | 40       | 48.19 | 140    | 51.28 |
| Sabah      | 6   | 10.35 | 19   | 14.39 | 17       | 20.49 | 42     | 15.38 |
| Zaman      | 9   | 15.51 | 22   | 16.67 | 11       | 13.25 | 42     | 15.38 |
| Toplam     | 58  | 100   | 132  | 100   | 83       | 100   | 273    | 100   |

Tablo 8 bize “İl Olma Vaadi” ile ilgili köşe yazısı başlıklarının yarattığı olumlu (güven, destek, istek, umut, yüceltme, diğer), olumsuz (kaygı, uyarı, yakınma, korku, acıma, suçlama, diğer) ve yorumsuz çağrışımların gazetelere göre dağılımlarını göstermektedir. Toplam 58 adet olumlu çağrışımın %68.97’si Milliyet Gazetesi’nde yer almıştır. Milliyet Gazetesi’ni sırasıyla, Zaman, Sabah ve Cumhuriyet gazeteleri izler. Olumsuz çağrışımlar incelendiğinde, yine Milliyet Gazetesi %45.45 ile en fazla olumsuz algılanan köşe yazısı başlığına sahiptir. Milliyet’in ardından sırasıyla Cumhuriyet, Zaman ve Sabah gazeteleri gelir.

Yorumsuz çağrışımlardaysa yine Milliyet Gazetesi %48.19 ile en fazla yorumsuz olarak algılanan köşe yazısı başlığına sahiptir. Bu gazeteyi, sırasıyla, Sabah, Cumhuriyet ve Zaman gazeteleri izlemektedir.

Tablo 9 ve 10’da dört gazetenin olumlu, (güven, destek, istek, umut, yüceltme, diğer) olumsuz (kaygı, uyarı, yakınma, korku, acıma, suçlama, diğer) ve yorumsuz çağrışımlarının dağılımları ayrıntıları ile verilmiştir.

Tablo 9 Gazetelere Göre Köşe Yazısı Başlıklarının Olumlu Çağrışım Göstergeleri Dağılımı

|            | Güven                | Destek               | İstek               | Umut                | Yüceltme               | Diğer               | Toplam % |
|------------|----------------------|----------------------|---------------------|---------------------|------------------------|---------------------|----------|
| Cumhuriyet | -                    | -                    | -                   | -                   | -                      | %6.12<br>N=7<br>n=3 | 6.12     |
| Milliyet   | %2.14<br>N=20<br>n=3 | %2.14<br>N=20<br>n=3 | %1.4<br>N=20<br>n=2 | %4.2<br>N=20<br>n=6 | %13.57<br>N=20<br>n=19 | %5<br>N=20<br>n=7   | 28.45    |
| Sabah      | -                    | %2.38<br>N=6<br>n=1  | -                   | %4.76<br>N=6<br>n=2 | -                      | %7.14<br>N=6<br>n=3 | 14.28    |
| Zaman      | -                    | -                    | %9.5<br>N=6<br>n=4  | %7.1<br>N=6<br>n=3  | -                      | %4.76<br>N=6<br>n=2 | 21.36    |

N= Köşe yazısı sayısı

n= Köşe yazısı başlığında rastlanan çağrışım sayısı

Tablo 10 Gazetelere Göre Köşe Yazısı Başlıklarının Olumsuz Çağrışım Göstergeleri Dağılımı

|            | Kaygı                 | Uyarı                 | Yakınma               | Korku               | Acıma                | Suçlama                | Diğer | Toplam % |
|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------|----------------------|------------------------|-------|----------|
| Cumhuriyet | %10.2<br>N=7<br>n=5   | %10.2<br>N=7<br>n=5   | %26.5<br>N=7<br>n=13  | %2<br>N=7<br>n=1    | -                    | %14.28<br>N=7<br>n=7   | -     | 68.13    |
| Milliyet   | %8.57<br>N=20<br>n=12 | %7.14<br>N=20<br>n=10 | %10.7<br>N=20<br>n=15 | -                   | %4.28<br>N=20<br>n=6 | %12.14<br>N=20<br>n=17 | -     | 42.83    |
| Sabah      | %4.76<br>N=6<br>n=2   | %2.38<br>N=6<br>n=1   | %9.5<br>N=6<br>n=4    | -                   | %2.38<br>N=6<br>n=1  | %26.19<br>N=6<br>n=11  | -     | 45.21    |
| Zaman      | %4.76<br>N=6<br>n=2   | %30.95<br>n=6<br>n=13 | %2.38<br>N=6<br>n=1   | %2.38<br>N=6<br>n=1 | %4.76<br>N=6<br>n=2  | %7.14<br>N=6<br>n=3    | -     | 52.37    |

## SONUÇ

Yapılan araştırmada, 4 Haziran 1995 Yerel Seçimleri'nde iktidar partisinin öne çıkarttığı vaadlerden biri olan "İl Olma Vaadi"nin Cumhuriyet, Milliyet, Sabah ve Zaman gazetelerinde yer alan haber ve köşe yazısı başlıklarına nasıl yansdığı incelendi.

Bu çalışmanın ilk aşamasında gazetelerde yer alan haber ve köşe yazılarının fiziksel alanları ile ilgili bulgular ortaya çıkartılarak değerlendirildi. Bu değerlendirmede haber havuzu alanı, başlıklar ve görüntü öğeleri kapladıkları yer bakımından hesaplandı. Hesaplama sonucunda "İl Olma Vaadi" ile ilgili haber ve köşe yazısı alanının en fazla olduğu gazetenin Milliyet olduğu ortaya çıktı.

Çalışmanın ikinci aşamasındaysa, haber ve köşe yazısı başlıklarının algılanışı incelendi. Bu inceleme sonucunda da, Milliyet gazetesinde yer alan haber başlıklarının olumsuz çağrışım yarattığı, bunun yanında Sabah gazetesinin ise olumlu çağrışım yarattığı görüldü. Sonuçlarda açıkça görüldüğü gibi Sabah gazetesinde yer alan haber başlıkları iktidar yanlısı bir gündem oluştururken, Milliyet gazetesi ve Cumhuriyet ile Zaman gazeteleri ise iktidara karşı bir gündem oluşturmuşlardır.

Köşe yazısı başlıkları ile ilgili inceleme sonucundaysa, dört gazetede ki köşe yazısı başlıklarının da olumsuz olarak algılandığı ortaya çıkmaktadır. Sabah gazetesi dışında, haber başlıklarında gözlenen iktidara karşı gündem oluşturma, köşe yazılarında dört gazeteyi de içine almaktadır.

## YARARLANILAN KAYNAKLAR

- AZİZ, A. (1990). **Araştırma Yöntemleri -Teknikleri ve İletişim**. Ankara: İletişim Araştırmaları Derneği Yayınları No:3.
- SEÇİM, F. (1993). "Uluslararası İletişim Düzeni Bağlamında Türk Basınında Yer Alan Dış Haberlerin İncelenmesi (Bir Dış Haber Olarak Körfez Savaş Haberlerinin İçerik Çözümlemesi)". İstanbul: İ.Ü.S.B.E. Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- HZSIA, H.J. (1988). **Mass Communication Research Methods A Step-by-Step Approach**. Lawrence Erlbaum Ass. Publishers.



- YUMLU, K. (1990). **Kitle İletişim Araştırmaları**. İzmir: Neşe Yayıncılık.
- GÖKÇE, B. (1992). **Toplumsal Bilimlerde Araştırma**. Ankara: Savaş Yayınları.
- GÖKÇE, O. (1994). **İçerik Çözümlemesi**. Eskişehir.
- HOLSTI, O. R. (1969). **Content Analysis for the Social Sciences and Humanities**. ABD: Addison-Wesley Pub.
- RUBIN, R.B., A.M. RUBIN & L.J. PIELE (1993). **Communication Research Strategies and Sources**. Third edition. California: Wadsworth Pub.